

ABSTRAK

Nomor Mahasiswa : 2011070141

Nama Mahasiswa : David

Program/Angkatan : MM EM V

Judul Tesis : STRATEGI BISNIS PENGEMBANGAN PASAR PT. DOA
INDONESIA DENGAN TARGET PASAR PERUSAHAAN
PROPERTI DI JABODETABEK

PT. DOA Indonesia merupakan usaha yang didirikan pada 30 Maret 2012. perusahaan ini berlokasi di Kelapa Gading Hypermall (d/h KTC Mall) Lt 1 Blok B1 No 06, Jl. Kelapa Gading Boulevard Barat Raya, Jakarta Utara. Kegiatan operasional dari perusahaan ini adalah pengadaan barang dan jasa. PT. DOA Indonesia fokus pada kegiatan penjualan alat keselamatan kebakaran.

Untuk dapat mempertahankan eksistensi di dalam persaingan bisnis pengadaan barang dan jasa diperlukan strategi jangka panjang agar dapat mengantisipasi segala macam mungkin yang ada di masa yang akan datang. Strategi bisnis jangka panjang yang dipilih PT. DOA Indonesia adalah memilih target pasar baru yaitu perusahaan properti di Jabodetabek yang mengkhususkan pada pembangunan apartment.

Dalam melakukan analisis strategi pengembangan produk dari PT. DOA Indonesia menggunakan beberapa analisis antara lain; analisis eksternal, analisis internal, matriks EFE, matriks IFE, matriks IE, *Key Success Factors* (KSF) dan QSPM.