

# PERENCANAAN DAN PEMBUATAN USAHA KEBAB TELOR “BABLOR RAME” (TINJAUAN ASPEK PEMASARAN)

Nama : Melini  
NIM : 5103181341  
Dosen Pembimbing : Nazrantika Sunarto S.E., M.M

## Abstrak

Proyek Tugas Akhir ini mempunyai tujuan khusus untuk mengetahui *segmenting, targeting, positioning, marketing mix*, kendala dan solusi yang akan dilakukan pada proyek ini. Metode dalam penyelenggaraan proyek ini terdiri dari rencana persiapan proyek, dan rencana pelaporan proyek. Hasil proyek ini adalah Segmentasi Geografis dengan menentukan wilayah di Bengkalis. Segmentasi Demografis semua jenis kalangan. Segmentasi Psikografis konsumen yang suka makan cepat saji yang sehat dan mengenyangkan. *Targeting* yaitu semua kalangan bisa mengkonsumsi produk ini. *Positioning* yaitu makanan cepat saji yang sehat dan mengenyangkan. Bauran pemasaran yaitu dengan merek kebab telur “bablor rame” dikemas dengan *paper wrap* dengan penetapan harga yang dihitung dari biaya produksi dan pemasaran sehingga penetapan harga menjadi Rp. 8.000,- ,dan tempat pemasaran proyek berlokasi dibengkalis yang dipromosikan melalui iklan dan penjualan langsung. Kendala yang dihadapi yaitu cuaca yang rentan hujan dan wabah covid-19 yang mengganggu proses penjualan secara langsung dan stiker logo produk belum dicetak pada saat produk dipasarkan. Solusi dari kendala melakukan promosi dengan giat dimedia sosial dan melakukan dengan segera untuk mencetak stiker logo produk.

**Kata kunci :** Perencanaan Usaha, Segmentasi Pasar, Target Pasar, Posisi Pasar, Bauran Pemasaran.

***PLANNING AND MANUFACTURING OF KEBAB TELOR  
BABLOR RAME  
(Review Of Marketing Aspects)***

*Name* : Melini  
*Student id Number* : 5103181341  
*Advisor* : Nazrantika Sunarto S.E., M.M

*Abstracts*

*This final project has a special pupose for knowing segmenting, targeting, positioning, marketing mix, obstacles and solutions to the in method project in its setup consists of a project preparation plan, and a project reporting plan. The result of this project is a geodefis outlook on Bengkalis region. Demgra rate of all kinds. A robust, fast food consumer caliphate. suggesting that all circles could consume this product. Lie a healthy fast food tray. The marketing kebab telor “bablor Rame” are wrapped in a paper wrap with a price that and talkers production and marketing cost and makes the price Rp. 8.000,- and the project’s marketing site is promoted throught advertising and direct sales. the problem is the rain plungking weather and pandemic covid-19 which interfere with direct marketing and with product sticker logos not printed at the time of the market. Solution was a problem for intense promotion at sicial media and for immediate printing sticker logos product.*

*Keywords: Business Planning, Market Segmentation, Market Targeting, Differentiation positioning and Marketing mix.*