

Analisis strategi pemasaran menggunakan media internet studi kasus :
pemasaran UMKM batik dalam memanfaatkan momentum kebangkitan
pasar batik= Marketing strategy analysis using internet medium case
study : batik small medium enterprises

Gema Pratama Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20343050&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai bentuk aplikasi strategis dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) batik, khususnya pada UMKM batik yang menjadi narasumber dalam penelitian ini. Sebagaimana diketahui, UMKM merupakan bentuk usaha yang tahan terhadap krisis ekonomi dunia, menyerap banyak sumber daya manusia (padat karya) dan memberikan dampak keuntungan sosial. Namun demikian, UMKM memiliki kendala untuk berkembang, diantaranya adalah kendala pemasaran. UMKM batik merupakan salah satu UMKM yang mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran, sekalipun peluang pasar dalam negeri dan luar negeri sangat besar, khususnya sejak dideklarasikannya batik sebagai warisan bangsa Indonesia oleh UNESCO.

.....Focus of this study is about analyzing strategic marketing implementation from batik Small medium enterprises (SME), especially SME that become source of current research. As we all know, SME is a form of enterprises that resistant to world economic crisis, absorp large ammount of human resources and create many social benefit. Unfortunately, SME in general unable to growth because of limitation in doing marketing activities. Batik SME is one of SME that has the problem, although it has domestic and broad market, especially since UNESCO declare it as and Indonesian heritage.