

Peningkatan proses bisnis pemasaran dan keuangan melalui penggunaan teknologi informasi pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) studi kasus Trashion Indonesia = Marketing and financial business process improvement by utilizing information technology on micro small medium enterprise SME : case study Trashion Indonesia

Hutagaol, David Sutrisno Halomoan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423230&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Koperasi Trashion Indonesia adalah UKM yang berlokasi di Jakarta Selatan yang bergerak di bidang daur ulang sampah khususnya sampah plastik rumah tangga. Sampah didaur ulang dan diproduksi menjadi barang-barang fashion yang dapat digunakan sehari-hari seperti tas, payung, dan lain sebagainya. Segmen pasar yang dilayani oleh Trashion sebagian besar adalah orang asing yang berada di Jakarta. Target pasar ini cukup sulit dijangkau karena pemasaran yang dilakukan oleh Trashion hanya dengan melalui bazaar yang tidak setiap hari diadakan. Pada UKM ini juga tidak dilakukan pembuatan laporan keuangan sehingga keadaan finansial sulit dianalisis. Pada Tesis ini, akan dibahas strategi pemanfaatan teknologi informasi untuk mengembangkan bisnis Trashion. Strategi pemasaran yang dianjurkan adalah dengan membuat website resmi, penerapan search engine optimization (SEO), dan menggunakan media sosial untuk menjangkau target pasar dan sebagai sarana promosi dan edukasi pasar. Perbaikan lain yang dilaksanakan adalah pembuatan laporan keuangan dan pembukuan menggunakan perangkat lunak akuntansi. Secara keseluruhan, Proses penerapan perbaikan penggunaan website, SEO, dan media sosial telah mencapai 70% dari total proses perbaikan sedangkan penggunaan perangkat lunak akuntansi telah mencapai 37,5% dari total proses perbaikan.

<hr><i>ABSTRACT</i>

Koperasi Trashion Indonesia is a small business located at South Jakarta which core business is recycling household plastic waste. This SME recycled household trash into daily fashion product such as handbags, umbrellas, etc. Trashion's Target segment are mostly foreigners who currently in Jakarta. Trashion have difficulties in reaching the segment because trashion only sell their product in event such as bazaar which is not occurred everyday. This SME also do not have financial report so it is difficult to analyze their financial performance. This paper will discuss strategies to use information technology to develop Trashion's business. The proposed strategy are creating an official website, implementing Search Engine Optimization (SEO), and using social media as a mean of promotion and market education. Other improvements that will be applied are to create a financial report and transaction recording using accounting software. Overall progress of utilization of website, SEO, and Social media has reach 70% while utilization of accounting software overall progress is 37.5%