

Pengembangan saluran distribusi melalui website dan media sosial serta promosi melalui iklan media sosial pada UMKM Ramcha =
Development of distribution channels through website and social media and promotion through social media ads at UMKM Ramcha / Ardiyanto Budi Santoso

Ardiyanto Budi Santoso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20433822&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Ramcha merupakan sebuah UMKM yang memproduksi dan menjual produk sprengki dan bed cover. Strategi bisnis yang dilakukan oleh Ramcha adalah diferensiasi dengan menghasilkan produk yang berkualitas bagus. Namun, meskipun telah berlangsung sejak 2012, perkembangan bisnis Ramcha belum maksimal. Setelah dilakukan pemetaan kondisi bisnis, hasil analisis menunjukkan terjadi permasalahan di saluran distribusi dan promosi. Tujuan dari penelitian ini akan membantu Ramcha dalam mengembangkan saluran distribusi melalui website dan media sosial, serta melakukan promosi menggunakan iklan media sosial.

ABSTRACT

Ramcha is a SME that produces and sells sprengki and bed cover. Business strategy undertaken by Ramcha is differentiation with produces high quality products. Although it has been going on since 2012, the business development is not maximized. After mapping of business conditions, the result shows there are problems in distribution channels and promotion. The purpose of this thesis is to help Ramcha develop distribution channels through website and social media, and promotion uses social media ads.