

Marketing collaboration and sme strategy implementation in blora, indonesia. / Kesi Widjajanti

Kesi Widjajanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20443441&lokasi=lokal>

Abstrak

The collaboration between small and medium enterprises (SMEs) and large enterprises (LEs) have been widely researched. Previous research on collaborative marketing strategy has been developed, but the contribution of these strategies for SMEs is still unclear. This research focuses on “marketing collaboration” to clarify the role of collaboration, based on the discussion of the findings that emerged from the qualitative study of SMEs. This is related to the characteristics of creative industries which mostly consist of SMEs with limited knowledge and skills to enter in the field of marketing. To expand the business SMEs is very difficult if done alone. To accelerate the development of its business, SMEs need to collaborate with an LEs which has a marketing network. Marketing collaboration between SMEs and LEs to be one effective way to develop business, as both sides can increase profitability. While LEs can improve technological innovation other hand, SMEs receive various benefits such as access to technology and access to new markets.

Kolaborasi antara perusahaan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan perusahaan besar telah banyak diteliti. Penelitian terdahulu tentang strategi kolaborasi pemasaran telah dikembangkan, namun kontribusi strategi tersebut bagi UKM masih belum jelas. Penelitian ini berfokus pada kolaborasi pemasaran, untuk mengklarifikasi peran dari kolaborasi berdasarkan pembahasan temuan yang muncul dari penelitian kualitatif UKM. Hal ini terkait dengan karakteristik industri kreatif yang sebagian besar terdiri dari UKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang terbatas di bidang marketing. Untuk memperluas bisnis UKM sangat sulit jika dilakukan sendiri. Untuk mempercepat pengembangan usahanya, UKM perlu berkolaborasi dengan perusahaan besar yang memiliki jaringan pemasaran. Kolaborasi Pemasaran antara UKM dan perusahaan besar menjadi salah satu cara yang efektif untuk mengembangkan bisnis, karena kedua belah pihak bisa meningkatkan keuntungannya. Perusahaan-perusahaan besar dapat meningkatkan inovasi teknologi sedangkan di lain pihak UKM menerima berbagai manfaat seperti akses ke teknologi dan akses ke pasar baru.