

Penambahan jalur distribusi, pengembangan produk, dan promosi pada UMKM Moer's snack = Increasing distribution channel product development and promotion of Moer's snack sme

Dian Ernawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446619&lokasi=lokal>

Abstrak

Penambahan Jalur Distribusi, Pengembangan Produk, dan Promosi Pada UMKM Moer's Snack Pembimbing : Ir. Hasnul Suhaimi, MBA Tesis ini membahas mengenai business coaching yang dilakukan penulis pada UMKM Moer's Snack. UMKM Moer's Snack merupakan usaha mikro yang memproduksi keripik bawang. Permasalahan yang dihadapi UMKM Moer's Snack adalah jalur distribusi yang belum optimal, variasi produk yang masih terbatas, dan juga promosi melalui media sosial yang belum dimanfaatkan dengan baik. Dengan demikian tujuan business coaching ini adalah menambah jalur distribusi, mengembangkan produk, dan mempromosikan produk UMKM Moer's Snack melalui media sosial. Metode analisis yang digunakan adalah analisis STP, bauran pemasaran, peluang pasar, SWOT, dan Gap.

Hasil dari business coaching adalah UMKM Moer's Snack telah dapat menambah jalur distribusi dengan penambahan reseller baru dan distribusi produk di beberapa tempat. UMKM Moer's Snack juga mengembangkan produk dengan percobaan membuat produk baru keripik cakar ayam, membuat keripik bawang ukuran kecil, dan pembaruan label. UMKM Moer's Snack juga meng-update akun media sosial untuk mempromosikan produknya.

.....Increasing Distribution Channel, Product Development, and Promotion of Moer's Snack SMECounsellor Hasnul Suhaimi This thesis discusses about business coaching conducted by the author on Moer 39 s Snack SME. Moer 39 s Snack SME is micro enterprise which produces onions crisp. The problem faced by Moer 39 s Snack SME is distribution channels which is not optimized, variety of products that are still limited, and promotion through social media which is not fully utilized. Therefore, the objective of business coaching is to increase distribution channels, develop Moer 39 s Snack SME products, and promote Moer's Snack products by using social media. The analytical method used is the analysis of STP, marketing mix, market opportunities, SWOT and Gap.

The results of this business coaching are Moer 39 s Snack SME has been able to increase its distribution channel through the addition of new resellers and distribute its products in some area. Moer's Snack SMEs develop its product with a new product creation called chicken feet crisp, making small size onion crips, and renew its label. Moer's Snack SME also updated its social media account to promote its products.