

Implementasi program taktis identifikasi kepuasan dan kepercayaan pelanggan serta instrumen komunikasi dalam pemasaran UMKM CV. Sugiyama Surya Perkasa = Implementation of customer satisfaction and trust identification and communication instruments tactical programs in marketing of MSME CV. Sugiyama Surya Perkasa

Hidayat Fathoni Amrullah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20455680&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Fokus dalam business coaching dilakukan pada pemasaran pasar lama dan baru Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM CV Sugiyama Surya. Tujuan business coaching yakni menyusun bentuk program taktis identifikasi kepuasan dan kepercayaan pelanggan dalam lingkup strategi penetrasi pasar dalam rangka mempertahankan pasar lama serta instrumen komunikasi pemasaran dalam lingkup strategi pengembangan pasar dalam rangka menjangkau pasar baru. Business coaching dilakukan dengan rencana aksi melalui program taktis peningkatan loyalitas pelanggan melalui kuesioner kepuasan dan kepercayaan pelanggan untuk mengetahui ekspektasi pelanggan, penilaian kualitas yang diterima pelanggan, penilaian aspek nilai yang diterima pelanggan, penilaian kepercayaan pelanggan, saran dan kritik serta upaya rekomendasi perusahaan kepada pelanggan lain. Selain itu, program taktis pengembangan pasar baru dilakukan dengan company profile dengan bahasa Inggris dan konten yang lengkap, kartu nama dengan kode QR, dan pembuatan halaman perusahaan pada LinkedIn. Kuesioner kepuasan dan kepercayaan pelanggan yang dibuat dengan menggunakan media Google Forms menunjukkan hasil angka kepuasan pelanggan sebesar 7,6/10 dan angka kepercayaan pelanggan sebesar 8/10 dan akan mendorong peningkatan kinerja pemasaran UMKM pada penetrasi pasar. Selanjutnya, program taktis instrumen komunikasi pemasaran berupa company profile, kartu nama dengan kode QR, dan halaman perusahaan LinkedIn yang dilakukan oleh UMKM dapat menarik pelanggan dan meningkatkan eksposur UMKM pada jaringan media sosial profesional, menciptakan keputusan pembelian pada handraisers pada pelanggan pasar baru maupun pasar saat ini, serta menciptakan akses komunikasi bisnis yang integratif.

<hr />

ABSTRACT

The focus in business coaching is conducted on marketing of existing and new market of Micro, Small, and Medium Enterprise MSME CV Sugiyama Surya. The business coaching objectives are preparing tactical program for identifying customer satisfaction and trust as the implementation of market penetration strategy to maintain existing market and also marketing communication as the implementation of new market development strategy to reach new market. Business coaching is conducted with action plan through tactical program in increasing customer loyalty through customer satisfaction and trust to find out customer expectation, customer perceived quality, customer perceived value, customer trust, suggestions and critics and recommendation desire to other customers. Futhermore, the new market development tactical program is conducted with full content English company profile, business cards with QR code, and LinkedIn company page. Customer satisfaction and trust questionnaire made by Google Forms media results customer satisfaction number of 7,6 10 and customer trust number of 8 10. The tactical program in increasing

customer loyalty will drive the improvement of MSME marketing performance in market penetration. Moreover, the marketing communication instruments tactical program through company profile, business cards with QR Code, and LinkedIn company page which is conducted by the MSME can attract more customers and increase MSME exposure at professional social media network, create handraisers puchase decision on customers at existing and new market, and create an integrative business communication access.