

Pengembangan saluran pemasaran melalui e-commerce dan sistem manajemen persediaan barang UMKM Liliana Collection = The development of marketing channels through e-commerce and inventory management system of SME Liliana Collection

Edbert, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494092&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pemilik bisnis untuk mengembangkan bisnisnya. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membantu pemilik Liliana Collection, sebuah toko Pakaian Anak ritel kecil menengah yang berlokasi di Jakarta Pusat untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana meningkatkan operasi bisnisnya khususnya dalam distribusi pemasaran dan sistem manajemen persediaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan Business Coaching. Data dikumpulkan dari wawancara mendalam, observasi dan survei kuesioner kepada pelanggan. Data kemudian dianalisis menggunakan Analisis PEST, Analisis Bauran Pemasaran, Analisis STP, Business Model Canvas dan Analisis SWOT. Hasil temuan kemudian akan dianalisis menggunakan Analisis Gap dan Analisis Pareto. Hasil temuan mengungkapkan bahwa Liliana Collection memiliki distribusi pemasaran tradisional dan sistem manajemen persediaan yang tidak memadai. Berdasarkan temuan ini, saluran E-Commerce diadopsi dalam memperluas saluran distribusi pemasaran dan aplikasi manajemen persediaan digunakan untuk membantu pemilik dalam mencatat transaksi persediaannya. Implementasi kemudian dilakukan bersamaan dengan proses pembinaan untuk mendidik pemilik tentang prosedur operasi standar (SOP) yang terkait dengan dua masalah ini untuk membuat implementasi ini berhasil.

<hr>

The emergence of technology offers several opportunities for business owners to expand their markets and challenges to improve its business. The main purpose of this paper is to help the owner of Liliana Collection, a small medium retail Children Clothing store located in Central Jakarta to gain better understanding on how to improve its business operation specifically in marketing distribution and inventory management system. This research used Business Coaching approach. Data were collected from in-depth interviews, observation and questionnaire survey to customers. The data then were analysed using PEST Analysis, Marketing mix, STP analysis, Business Model Canvas and SWOT analysis. The findings were analysed using Gap Analysis and Pareto Analysis. Key findings revealed that Liliana Collection has traditional marketing distribution and inadequate inventory management system. Based on these findings, E-Commerce channel was adopted in expanding the marketing distribution channels and an inventory management application was used to help the owner in recording its inventory transactions. The implementations then carried out along with coaching process to educate the owner about the standard operating procedure (SOP) related to these two issues in order to make the execution successful. Therefore, these implementations were necessary to improve Liliana Collection business competitiveness.