

Perbaikan website, pengembangan SOP penjualan dan persiapan strategi penggunaan endorser pada PT Korma Jaya Utama = Website improvement, sales SOP development and preparation for endorser usage strategy in PT Korma Jaya Utama

I Made Harry Kurniawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20506440&lokasi=lokal>

Abstrak

Bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia telah membuktikan signifikansinya melalui kontribusi yang diberikan atas PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia dan penyerapan tenaga kerja selama bertahun-tahun. Sekalipun dengan dukungan pemerintah Indonesia lewat berbagai peraturan yang ditujukan untuk mendorong bisnis UMKM secara finansial, sebagian besar UMKM masih menghadapi masalah dengan kendala yang lebih besar yaitu pengetahuan pelaku UMKM terhadap strategi pemasaran dan manajemen organisasi. Masalah yang sama terjadi juga pada PT Korma Jaya Utama yang merupakan bisnis milik keluarga yang telah memproduksi kecap manis kedelai hitam berkualitas premium lebih dari 70 tahun. Melalui business coaching, penelitian kualitatif dilaksanakan untuk mengidentifikasi masalah yang ada di perusahaan dan dengan pendekatan studi literatur beberapa solusi yang layak kemudian direkomendasikan untuk mengatasi masalah tersebut. Selama proses business coaching, ditemukan bahwa tidak ada dokumentasi SOP penjualan (Standard Operating Procedure) yang rapi tersedia untuk tenaga penjualan, sehingga aktivitas penjualan dilakukan hanya berdasarkan pengalaman kerja masing-masing individu mitra penjualan. Diketahui juga bahwa perusahaan telah memiliki situs web resmi yang tujuan utamanya hanya digunakan untuk memfasilitasi transaksi e-commerce melalui platform belanja online. Kurangnya pengetahuan terhadap ilmu pemasaran juga membatasi pilihan perusahaan untuk mengembangkan alternatif strategi pemasaran. Beberapa solusi berhasil direkomendasikan terkait penyelesaian masalah bagi perusahaan termasuk didalamnya adalah pengaturan dan pendokumentasian SOP penjualan, perbaikan situs web dan persiapan strategi pemasaran alternatif melalui pendekatan endorser. Survey atas website dilakukan untuk membandingkan elemen penting dalam website serta penilaian antara website lama dan website baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu PT Korma Jaya Utama dalam mengelola secara lebih baik aktivitas pemasaran mereka melalui pengembangan website resmi perusahaan, pendokumentasian SOP penjualan serta mempersiapkan perusahaan terhadap strategi penggunaan endorser sebagai alternatif strategi pemasaran.

.....MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) business in Indonesia has proven its significance through contribution given to Indonesia GDP (Gross Domestic Product) and labor absorbtion for many years. With several regulatory support from Indonesian Government to encourage the business financially, most MSMEs are still facing problem with broader issue namely marketing knowledge and organizational management. The same problem happens to PT Korma Jaya Utama, a family-own business producing premium quality sweet soy souce that has existed over 70 years in the industry. Through business coaching, a qualitative research is implemented to identify the problems exist in the company and with literature study approach several feasible solutions are recommended to overcome the problems. During the process of business coaching, it was found that no sales SOP (Standard Operating Procedure) documentation available for salesperson, thus the sales activities performed based solely on individuals best practices. It

was also noticed that the company already has an official website which main sole purpose is focused on facilitating e-commerce through online shopping platforms. Lack of marketing knowledge also limits the companys option for alternative marketing strategies exposure. Several solutions to tackle the problems are recommended for this company which includes website improvement, organizing and documenting sales SOP and preparation for alternative marketing strategy through endorsement approach. Survey was performed to compare the significance elements and features between old and new website after the improvement. The objective of this study is to help PT Korma Jaya Utama to manage their marketing activities by better documentation process of their sales SOP, improving their official website and preparing necessary steps to support the strategy on the use of endorser as an approach for alternative marketing strategy.