

Perubahan store atmosphere, penerapan strategi offline advertising serta strategi content marketing pada UMKM BING KOPI = Improvement of store atmosphere, implementation of offline advertising strategies and content marketing strategies in BING COFFEE SMEs

Joko Suryo Sumbodo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20508411&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang kegiatan business coaching Bisnis di UKM BING KOPI yang merupakan unit bisnis yang bergerak di bidang Makanan dan Minuman, khususnya minuman dalam bentuk kopi yang berlokasi di Jakarta. Tujuan dari business coaching dan penulisan tesis ini adalah untuk membantu menerapkan strategi promosi dan meningkatkan suasana toko di BING KOPI UKM dalam rangka meningkatkan penjualan produk kopi. Serangkaian wawancara terstruktur dan observasi dilakukan dengan pemilik UKM BING KOPI dan temuan menunjukkan bahwa ada tiga masalah utama yang dihadapi oleh UKM BING KOPI saat ini, yaitu masalah suasana toko yang tidak mendukung, kurangnya promosi strategi, dan program untuk mempertahankan konsumen yang dimiliki oleh UMKM saat ini belum dapat berjalan secara optimal. Permasalahan tersebut dapat diperbaiki dengan cara-cara berikut: 1) Mengubah store atmosphere outlet BING KOPI, 2) Menerapkan metode promosi offline advertising dalam bentuk flyer, 3) Mengembangkan strategi promosi yang dimiliki oleh UMKM BING KOPI dalam bentuk content marketing.

.....This study discusses the Business Coaching activities at BING KOPI SMEs which are business units engaged in the field of Food and Beverages, especially beverages in the form of coffee, located in Jakarta. The purpose of the business coaching and writing of this thesis is to help implement the promotion strategy and improve the store atmosphere at BING KOPI SMEs in order to increase sales of coffee products. A series of structured interviews and observations were conducted with the owners of BING KOPI SMEs and the findings show that there are three main problems faced by BING KOPI SMEs at this time, namely the problem of store atmosphere that is not supportive, the lack of promotion strategies, and programs to retain consumers owned by SMEs when This has not been able to run optimally. This can be corrected in the following ways: 1) Improving the store atmosphere of BING KOPI outlets, 2) Implementing promotional methods in the form of offline advertising in the form of flyers, 3) Developing promotional strategies owned by BING KOPI in the form of content marketing.