

Pengelolaan Promosi dan Physical Evidence di UMKM Suci Shoelab Sebagai Penarik Perhatian Calon Pelanggan = Creating Promotional Mix and Improving Physical Evidence to Attract Potential Customers of Suci Shoelab

Masyhuril Amri Bagaskara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20514757&lokasi=lokal>

Abstrak

Jumlah UMKM di Indonesia dari berbagai industri semakin meningkat dan membuat kompetisi antar bisnis menjadi lebih sengit. Ditambah dengan kondisi pandemic COVID-19 yang berdampak kepada hampir seluruh UMKM membuat pendapatan UMKM menjadi menurun dan harus dapat bertahan dan bekerja lebih keras dalam kondisi seperti ini. Penelitian ini bertujuan untuk membantu UMKM di industri cuci sepatu.

Penelitian dengan menggunakan metode business coaching ini akan menggunakan penelitian kualitatif. Data yang didapat akan berasal dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM, karyawan UMKM dan kuesioner kepada pelanggan. Ada beberapa metode analisis yang digunakan untuk identifikasi masalah dan mencari solusi demi memenuhi tujuan penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah kanvas model bisnis (BMC), analisis Porter's Five Forces, analisis PESTEL, Bauran Pemasaran Jasa, analisis SWOT, analisis TOWS, analisis Kesenjangan dan analisis Pareto. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa UMKM masih belum konsisten dalam melakukan promosi dan banyak masyarakat yang masih belum mengetahui tentang lokasi Suci Shoelab. Oleh karena itu, solusi yang diambil adalah meningkatkan kegiatan promosi dan memperbaiki toko fisik UMKM dengan menambahkan signage. Komponen bauran promosi yang digunakan adalah sales promotion dan digital/internet marketing. Implementasi kegiatan promosi yang dilakukan oleh UMKM adalah melakukan potongan harga dan drop station. Untuk perbaikan toko fisik UMKM, akan dibuat signage yang akan dipasang di depan toko Suci Shoelab untuk menarik perhatian pelanggan. Hasil dari implementasi ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan pada UMKM.

.....The amount of MSMEs in Indonesia has been increasing making competitions between businesses become more fierce. Additionally, the COVID-19 pandemic have impacted almost all of MSMEs in Indonesia, causing a decline in revenue for these businesses and forcing them to survive and work harder during the pandemic. This research aims to help MSMEs that are in the shoe laundry industry. The research conducted using business coaching method will use qualitative research approach. Datas will be obtained through interviews with the owner of MSME, the employees and questionnaires given to customers. There are several analytical methods that is used in this research to identify the problems and generate solutions in order to achieve the research objective. The analytical methods used in this research include Business Model Canvas (BMC), Porter's Five Forces analysis, PESTEL analysis, Service Marketing Mix, SWOT analysis, TOWS analysis, Gap analysis and Pareto Analysis. The result of the analysis shows that the MSME have not been consistent in implementing its promotions and there still many people that does not know the location of Suci Shoelab. Therefore, the solution that is generated is improving the promotion activity of the MSME and placing signage to improve its physical evidence. The components used for the promotional mix are sales promotions and digital/internet marketing. The implementation of promotion activity is carried out in the form of discount prices and drop stations. For increasing its physical evidence, the MSME will place a signage at the store to attract potential customers. The implementations showed an increase in sales for the

MSME