

Pengembangan Kemasan dan Aplikasi Instagram pada UMKM Kopi Kalong = Packaging Development and Instagram Application of SME Kalong Coffee

RA Mustika Hanryanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518220&lokasi=lokal>

Abstrak

Kopi Kalong adalah salah satu umkm di bilangan Jakarta yang bergerak di bidang industri Food and Beverage (FnB). Tren kedai kopi yang meningkat saat ini membuat persaingan menjadi sangat ketat di industri ini. Untuk itu, dalam mempertahankan keunggulan kompetitif, Kopi Kalong harus memiliki strategi yang baik untuk dapat bertahan. Hal ini dilakukan dengan memiliki ciri khas yang mudah dikenal oleh masyarakat dan karakter yang membedakannya dengan merk kopi lainnya yang begitu banyak. Tentunya juga didukung oleh strategi marketing, pelayanan, produk, harga, dan lokasi yang sesuai dengan target pasar. Salah satu caranya adalah dengan melakukan pengembangan kemasan produk dan memasarkannya dengan strategi marketing dengan memanfaatkan platform digital seperti sosial media Instagram.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan data yang didapatkan berasal dari observasi, survey, grup diskusi, serta wawancara mendalam. Terdapat beberapa metode analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian, antara lain Business Model Canvas (BMC), analisis Porter's Five Forces, analisis PESTEL, Bauran Pemasaran Jasa, analisis SWOT, analisis TOWS, analisis Pareto, analisis Segmenting Targeting dan Positioning (STP) dan analisis GAP.

.....Kalong Coffee is one of the small medium enterprise (SME) in the Jakarta area which is engaged in the Food and Beverage (FnB) industry. The trend of coffee shops that are growing very rapidly nowadays makes competition very tight in thi industry. For that, in maintaining a competitive advantage, Kopi Kalong must have a good strategy to survive by having the characteristics that are easily recognized by the public. It is also supported by marketing strategies, services, products, prices, and locations that match the target market with a marketing strategy using digital platforms such as social media Instagram. This research was conducted using qualitative methods and the data obtained came from observations, surveys, discussion groups, and in-depth interviews. There are several analysis methods used to achieve the research objectives, including the Business Model Canvas (BMC),

Porter's Five Forces analysis, PESTEL analysis, Service Marketing Mix, SWOT analysis, TOWS analysis, Pareto analysis, Segmenting Targeting and Positioning (STP) analysis and GAP analysis