

Analisis laporan keuangan dan pengembangan strategi digital marketing usaha mikro polish line (Business Coaching) = Business model polish line SME: analysis of digital marketing strategy (Business Coaching)

Jeral Putra Raspati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920518958&lokasi=lokal>

Abstrak

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia memiliki salah satu kontribusi terbesar terhadap kekuatan ekonomi negara, dimana 99 persen dari total pelaku usaha berasal dari kuadran ini dan jumlah daya serap tenaga kerja hampir mencapai 120 juta tenaga kerja. Jumlah kian terus bertambah, dengan bantuan pemanfaatan terobosan digital yang disebut media sosial. Terlepas dari momentum positif ini, banyak usaha kecil menengah berjuang untuk tumbuh karena mereka masih kekurangan pengetahuan tentang pemasaran digital untuk mempromosikan produk mereka secara efisien dan literasi keuangan terbatas yang menghambat dalam membuat laporan keuangan mereka, sehingga hal ini membatasi pertumbuhan mereka. Penelitian kualitatif ini mengamati, mengkaji dan menganalisis salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang detailing mobil, di mana kami mengidentifikasi masalah inti dari bisnis ini dan memberikan strategi spesifik yang komprehensif untuk memoles sisi pemasaran digital yang masih kurang dimanfaatkan dan sisi keuangan guna meningkatkan kemungkinan untuk berhasil dalam pengejaran mereka dalam memperluas bisnis. Kami menggunakan analisis internal dan eksternal seperti analisis SWOT, business model canvas (BMC), marketing mix dan porter's five competitive forces.

.....Small medium enterprise businesses in Indonesia have one of the biggest contributions for its economic buoyancy, where 99 percent of the total business players are coming from this quadrant and the amount of working force absorption capacity is almost reaching 120 million workers. This amount keeps growing as well, with the help from unprecedented utilization of digital breakthroughs called social media. Despite this positive momentum, many small medium enterprise businesses struggled to grow due the fact they still lack the knowledge of digital marketing to promote their product efficiently and financial literacy for their financial report, which limits their growth This qualitative research observes, examines and analyzes one of the small medium enterprises that specialized in car detailing, where we identified the core problems of this business and provide the specific comprehensive strategy to polish the digital marketing side, which is still underutilized and financial side to enhance the possibilities to succeed in their pursuit to expand the business. We use internal and external analysis such as SWOT analysis, business model canvas, marketing mix and porter's five competitive forces.