

Pengembangan Model Bisnis Seasons Boutique: Penambahan Channel melalui Instagram dan E-commerce = Business Model Development of Seasons Boutique: Addition of Channels through Instagram and E-commerce

Mega Hariyadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920531693&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri 4.0 merupakan era industri yang memanfaatkan teknologi sehingga mempermudah kerja manusia di dalamnya. Pelayanan daring untuk konsumen pada era industri ini juga mempermudah pelaku usaha dimana saja tidak terkecuali sektor UMKM. Salah satu pengaruh dari Industri 4.0 adalah adanya social media dan E-commerce sebagai platform online. Seasons Boutique sebagai subjek penelitian ini merupakan salah satu UMKM yang menjual pakaian wanita tunik dan kaftan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis yang dimiliki Seasons Boutique dengan penambahan Channel melalui media sosial Instagram dan E-commerce. Melalui metoda kualitatif, data diperoleh dengan wawancara kepada pemilik UMKM dan konsumen, observasi dan diskusi kelompok terarah kepada calon konsumen. Berdasarkan data dan analisis, permasalahan Seasons Boutique saat ini adalah hanya memiliki stan di pameran sebagai Channel. Hasil dari penelitian ini adalah rangkaian langkah perbaikan yang dilakukan untuk menambah Channel pemasaran dari UMKM Seasons Boutique melalui Instagram dan E-commerce.

.....Industry 4.0 is an industrial era that utilizes technology to facilitate human work in it. Online services for consumers in this industrial era also make it easier for business owner everywhere, including the SME sector. One of the influences of Industry 4.0 is the existence of social media and E-commerce as online platforms. Seasons Boutique as the subject of this research is one of the SME that sells tunic and kaftan. This study aims business model development owned by Seasons Boutique by adding Channels through social media (Instagram) and E-commerce. Through qualitative methods, data were obtained by interviewing SME owners and consumers, observation and focus group discussions with potential customers. Based on data and analysis, Seasons Boutique's problem is it only has a booth at the exhibition as a marketing channel. The results of this study are a series of corrective steps taken to add Channels of the Seasons Boutique through Instagram and E-commerce.