

Pengembangan Pemasaran Melalui Peningkatan Identitas Produk, Perbaikan Promosi, dan Penambahan Channel Pada UMKM Kelapa Indung = Marketing Development Through Product Enhancement, Promotion Improvement, and Channel Addition for SME Kelapa Indung

Steffie Riski Prasetyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920532671&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai pengembangan pemasaran melalui peningkatan identitas produk, perbaikan promosi, dan penambahan channel pada UMKM Kelapa Indung. UMKM Kelapa Indung bergerak pada industri makanan dan minuman, yang menjual produk serundeng. Metode analisis yang digunakan, yaitu STP, bauran pemasaran, peluang pasar, SWOT, dan Gap. Hasil yang diperoleh dari business coaching adalah peningkatan identitas produk dengan melakukan perubahan logo, pengembangan kemasan, perbaikan promosi dengan melakukan perbaikan media sosial dan penambahan website, dan penambahan channel secara online melalui media sosial dan secara offline melalui toko ritel, yaitu pasar swalayan dan pusat oleh-oleh.

.....This thesis discusses about marketing development through product enhancement, promotion improvement, and channel addition for SME Kelapa Indung. SME Kelapa Indung engages in food and beverage industry that sells roasted coconut product. Analysis methods used is STP, marketing mix, market opportunity, SWOT, and Gap. The results of business coaching are product identity enhancement by changing the logo and developing the packaging, online promotion improvement by improving social media and adding website, and channel addition by online through social media and by offline through retail stores, that is supermarket and merchandise center.