

Strategi Pengembangan Pasar Melalui Website dan Inovasi Kemasan Produk = Market Development Strategy Through Website and Product Packaging Innovation

Jessie Mesa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920534985&lokasi=lokal>

Abstrak

Kontribusi UKM terhadap PDB Indonesia meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam lima tahun terakhir, penyerapan tenaga kerja di sektor ini juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode yang sama. Terlepas dari kenaikan faktor di atas, ada 2 kendala utama yang dihadapi UMKM baik secara internal maupun eksternal. Alka F.A adalah salah satu UKM Indonesia yang menjual jilbab ke target pasar mereka, generasi Y. Sebagai UKM juga memiliki masalah utama yang sama seperti yang dinyatakan sebelumnya. Alka F. Tujuan utama tahun 2018 adalah untuk meningkatkan pendapatan dari saat ini Rp 100.000.000,00 menjadi Rp 150.000.000,00. Penulis sebagai pelatih bisnis sedang berusaha mencari strategi yang paling tepat untuk membantu ALKA F.A memenuhi tujuannya. Penulis menggunakan wawancara mendalam, survei kepada pelanggan dan pasar terbuka dan menganalisis data yang terkumpul dengan menggunakan alat strategi seperti kanvas model bisnis, analisis eksternal, analisis internal, matriks ANSOFF dan analisis gap. Hasil analisis strategis sedang diterjemahkan ke dalam pareto chart. Hal ini ditunjukkan dari analisis untuk mencapai tujuannya, ALKA F.A harus menerapkan strategi pengembangan pasar dengan menargetkan Generasi X dengan mengembangkan kemasan produk baru untuk meningkatkan perspektif pelanggan baru yang ditargetkan dan mengembangkan situs web korporat baru.

.....

SME contribution to Indonesia GDP is increase from 57.84% to 60.34% in the last five years, the labor absorption in this sector is also increase from 96.99% to 97.22% in the same period. Despite of the increase on above factors, there are 2 major obstacles faced by UMKM both internally and externally. Alka F.A is one of Indonesia's SME who sell hijab to their target market, generation Y. As SME it also has the same main problem like stated before. Alka F.A main objective in 2018 is to increase the revenue from currently IDR 100,000,000.00 to IDR 150,000,000.00. Writer as the business coach is trying to find the most suitable strategy to help ALKA F.A meets their objective. Writer is using in depth interview, survey to customer and open market and analyse the collected data using strategical tools for instance business model canvas, external analysis, internal analysis, ANSOFF matrix and gap analysis. The output of the strategical analysis is being translated into a pareto chart. It is shown from the analysis in order to achieve it goal, ALKA F.A has to implement the market development strategy by targeting Generation X by developing new product packaging to increase the new targeted customer perspective and developing new corporate website.