

Implementasi Rencana Pemasaran Pada UMKM Little House Baked Goods = Marketing plan implementation in MSME little house baked goods

Yordi Hikmawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537387&lokasi=lokal>

Abstrak

UMKM memiliki peran yang penting bagi perekonomian Indonesia. Dengan kontribusi sebesar 62% dari PDB, pemberdayaan UMKM menjadi sangat strategis, karena salah satu yang terpenting adalah UMKM menjadi sumber pendapatan yang besar bagi Masyarakat Indonesia. COVID-19 berdampak signifikan terhadap UMK, sebab kebijakan pembatasan sosial membatasi kegiatan usaha. Little House Baked Goods, obyek dari Business Coaching ini, memiliki masalah dengan permintaan yang tidak stabil dan menyebabkan terjadinya inefisiensi produksi, sehingga perlu meningkatkan penjualannya untuk mengimbangi kapasitas produksi harian. Tujuan dari proses Business Coaching ini adalah untuk membantu UKM Little House Baked Goods mengoptimalkan saluran pemasaran dan online consumer review dengan menciptakan perencanaan pemasaran. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif dengan model pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan Business Model Canvas, Analisis Internal dan Eksternal, SWOT, TOWS, Analisis Kesenjangan dan Pareto untuk menentukan masalah dan solusinya. Melalui Business Coaching ini, rencana pemasaran membantu UMKM untuk mengoptimalkan saluran pemasaran dan meningkatkan ulasan konsumen online di setiap saluran.

.....MSMEs have an important role for the Indonesian economy. With the contribution of 62% of GDP, the empowerment of MSMEs is becoming very strategic, as one of the most important thing is the SME being a large source of income for Indonesian people. COVID-19 has had a significant impact on MSMEs, due to the policy of social activities restriction. Little House Baked Goods, the object of this Business Coaching, has a problem with unstable demand that caused production inefficiency, so it needs to increase its sales to increase daily production capacity. The purpose of this Business Coaching process is to help MSMEs optimize marketing channels and online consumer reviews by creating marketing planning. This study uses qualitative research with descriptive analysis methods with data collection models such as interviews, observations, and documentation. Then collected data will be analyzed using the Business Model Canvas, Internal and External Analysis, SWOT, TOWS, Gap Analysis and Pareto to determine problems and solutions. Through this Business Coaching, the marketing plan helps MSMEs to optimize marketing channels and increase online consumer reviews in each channel.