

Pengembangan saluran dan kompetensi pemasaran online, serta perbaikan logo PT. Mumtaz Multi Mandiri = Development of online marketing channel and competency, and logo improvement of PT. Mumtaz Multi Mandiri

Deisy Kristianty Handayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20476824&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan ndash; Tesis ini membahas pengembangan saluran dan kompetensi pemasaran melalui media sosial online, dan perbaikan logo sebagai identitas merek, dengan intervensi business coaching.Desain/Metodologi/Pendekatan - Serangkaian wawancara terstruktur dilakukan dengan pemilik PT Mumtaz Multi Mandiri, di Bandung. Hasil dari wawancara terstruktur dianalisis dengan menggunakan STP, Marketing Mix, Business Model Canvas, SWOT, Porter 39;s 5 Forces, Gap Analysis dan Pareto Analysis untuk sampai pada masalah yang paling penting untuk dipecahkan.Temuan - Temuan menunjukkan bahwa ada tiga masalah utama yang dihadapi UMKM yang dapat diperbaiki untuk meningkatkan kinerja UMKM, yaitu: 1 kurangnya saluran pemasaran, khususnya melalui media sosial; 2 kurangnya kompetensi dalam melakukan marketing dengan menggunakan media sosial online; dan 3 logo yang kurang menarik sebagai identitas merek yang mempengaruhi brand awareness.Keterbatasan Penelitian/Implikasi ndash; Penelitian ini hanya dilakukan pada satu UMKM di Indonesia. Walaupun begitu, Business Coaching ini diharapkan dapat membantu PT Mumtaz Multi Mandiri dan UMKM lainnya di Indonesia dalam meningkatkan kinerjanya.Originalitas / Nilai ndash; Saluran pemasaran dan identitas merek merupakan faktor penting yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Hubungan ini belum pernah diteliti di PT Mumtaz Multi Mandiri.

<hr>

ABSTRACT

Purpose This thesis discusses about social media marketing channel and competencies development, and logo improvement as brand identity, with business coaching intervention.Design Methodology Approach A series of structured interviews were conducted with the owner of PT Mumtaz Multi Mandiri, in Bandung. The results of structured interviews were analyzed using STP, Marketing Mix, Business Model Canvas, SWOT, Porter rsquo s 5 Forces, Gap Analysis and Pareto Analysis to arrive at the most urgent problems to be solved.Findings The findings showed that there were three main problems faced by the SME that could be diminished to improve SME performance, which were 1 lack of marketing channels, especially social media channel 2 lack of competencies in doing marketing by using social media and 3 unattractive logo as brand identity that affect brand awareness.Research Limitation implications This study was only conducted in one SME in Indonesia. Despite this limitation, this business coaching is expected to help PT Mumtaz Multi Mandiri to improve its performance.Originality value Marketing channel and brand identity are critical factors that affecting performance of a firm. This relationship has not been investigated so far in PT Mumtaz Multi Mandiri.