

Identifikasi Peluang Pertumbuhan dan Implementasi Online Marketing Berbasis Customer Decision Journey UKM Demour Collection = Identifying Growth Opportunity and Implementing Online Marketing Based on Customer Decision Journey UKM Demour Collection.

Lee, Vincent, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20488009&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas tentang bagaimana cara UKM Demour Collection yang bergerak di bidang produksi tas untuk dapat mengakuisisi pasar yang baru dan melakukan diferensiasi bisnis agar dapat berkembang dengan maksimal, dengan intervensi business coaching. Coach melakukan wawancara tidak terstruktur terhadap coachee dan proses observasi untuk mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk proses analisis dan pembentukan solusi terhadap masalah atau kesenjangan yang ada pada hasil analisis tersebut yang dilakukan di Jakarta Timur.

Hasil dari wawancara dan observasi tersebut dianalisis dengan menggunakan Business Model Canvas, STP, Bauran Pemasaran, Porter's Five Forces, SWOT dan TOWS, Gap Analysis, dan Analisis Pareto agar dapat mengerucutkan masalah dan kendala pada Demour dari yang paling penting untuk diselesaikan. Hasil pengerucutan masalah menghasilkan dua masalah atau kendala utama yang harus segera diselesaikan, yaitu: 1) ketidakmampuan mengidentifikasi peluang bisnis untuk meningkatkan pertumbuhan usaha, dan 2) bagaimana implementasi online marketing berbasis customer decision journey. Dengan dilakukannya business coaching ini diharapkan dapat membantu UKM Demour Collection untuk terus bertahan dan berkembang dalam bisnis mereka.

.....This thesis discusses about how UKM Demour Collection that is working in bag production business to acquire new market and create a business differentiation so that they can develop optimally, with business coaching intervention. A series of unstructured interview and observation were conducted to the coachee in order to obtain all the information that is needed for analyzing process and creating solutions to the problem or gap that is occurred from the analysis results that was done in East of Jakarta. The results from the interview and observation is analyzed by using Business Model Canvas, STP, Marketing Mix, Porter's Five Forces, SWOT and TOWS, Gap Analysis, and Pareto Analysis in order to purify the problems or obstacles from Demour rating from the most important thing to be finished. The results from purifying the problems resulting 2 main problems that is needed to be solved, those are: 1) Not knowing how to identify business opportunity in order to increase company's growth, 2) How to implement online marketing with customer decision journey. By doing this, business coaching is expected to help UKM Demour Collection to be sustained and developed.