

Perubahan logo dan optimasi media sosial pada UMKM big apparel house = Changes in logo and social media optimization at MSMES big apparel house.

Randy Adiputra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515219&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berupa business coaching yang dilakukan pada UMKM Big Apparel House, proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara, hasil yang terkumpul akan dilakukan analisa menggunakan metode analisis internal dan eksternal yang bertujuan untuk mendapatkan intisari dari masalah. Dalam prosesnya, terdapat masalah Inkonsistensi pada logo, Big Apparel House menggunakan tiga logo yang berbeda sebagai penanda pada produk, kemasan dan toko online. Selain itu, kegiatan pemasaran dilakukan secara impulsif tanpa perencanaan yang matang. Penelitian ini bertujuan untuk membantu Big Apparel House dalam merencanakan perubahan logo, hal ini dilakukan dengan mendesain ulang logo serta seluruh perangkat pendukung perusahaan, setelah mengubah citra yang ada selanjutnya proses transformasi pemasaran digital akan dilakukan, terdapat 4 tahap transformasi yang akan dilakukan yaitu perbaikan foto produk, optimasi tampilan instagram, pembuatan web dan perancangan Instagram serta Facebook Ads. Dengan proses business coaching ini diharapkan dapat membantu Big Apparel House dan UMKM lain untuk dapat meningkatkan produktivitas.

.....This study employs a business coaching technique in the Big Apparel House (BAH), an MSME that focuses on large-size men's clothing. We initially examine the MSME using the business internal and external analysis methods. The data is collected through field observations and interviews. We find two primary problems: inconsistent logo and impulsive unplanned marketing activities. BAH uses three different logos as product markers, packaging, and online stores. This study focuses on assisting BAH in redesigning the logo and aligning all the company's marketing tools. We follow Meriless' guidelines to explore and develop the BAH redesign strategy. Digital marketing transformation process is carried out through four stages of transformation. Subsequently, we improve product photos, optimize Instagram display, and web creation, as well as design the Instagram and Facebook Ads. The redesigned logo and its implementation have shown substantial improvement in BAH's brand and marketing. We expect Big Apparel House will increase its productivity in the future following the business coaching process.