

Business Coaching untuk Mengembangkan Model Bisnis Inovatif Guna Meningkatkan Penjualan Produk De Saung Studi Kasus Usaha Skala Kecil De Saung = Business Coaching to Generate Innovative Business Models to Increase De Saung Product Sales Case Study of De Saung's Small Scale Business

Firliana Alvira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920528395&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya di De Saung, terkait peningkatan kinerja dan kesadaran merek mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran, dengan memanfaatkan data primer dari kuesioner online dan offline yang disebar kepada pelanggan, serta data sekunder dari catatan keuangan. Alat analisis seperti analisis SWOT, analisis gap, dan analisis Pareto digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penurunan kinerja De Saung. Temuan penelitian menunjukkan adanya penurunan kinerja De Saung, ditandai dengan penurunan pendapatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Penurunan ini dapat disebabkan oleh kurang optimalnya pemanfaatan saluran promosi media sosial dan kurangnya penawaran promosi yang beragam. Selain itu, De Saung juga menghadapi persaingan dari bisnis sejenis, yang menuntut penyesuaian strategi mereka. Untuk mengatasi tantangan ini, penelitian ini menyarankan pengembangan saluran pemasaran untuk meningkatkan kesadaran merek. Penelitian ini memberikan wawasan berharga dan rekomendasi bagi UMKM, khususnya De Saung, untuk mendorong pertumbuhan dan kesuksesan di pasar.

.....This study examines the challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, specifically in De Saung, regarding their performance improvement and brand awareness. The research adopts a mixed-methods approach, utilizing primary data from online and offline questionnaires distributed to customers and secondary data from financial records. Analytical tools such as SWOT analysis, gap analysis, and Pareto analysis are employed to identify the factors contributing to De Saung's performance decline. The findings indicate a decrease in De Saung's performance, characterized by a decline in income compared to previous years. This decline can be attributed to underutilized social media promotional channels and a lack of diverse promotional offerings. Additionally, De Saung faces competition from similar businesses, necessitating adjustments to their strategies. To address these challenges, the study proposes the development of marketing channels to enhance brand awareness. This research offers valuable insights and recommendations for MSMEs, specifically De Saung, to foster growth and success in the market.