

Pengembangan Model Bisnis Alfadhani: Implementasi Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Revenue = Business Model Development of Alfadhani: Implementation of Strategy Digital Marketingy to Escalate Revenue

Inggit Sedasha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920531533&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia memiliki potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena banyaknya UMKM. Dalam mengembangkan UMKM, para pengusaha seringkali mengalami kesulitan karena beberapa faktor mulai dari permodalan, persaingan yang semakin tinggi hingga faktor eksternal berupa pandemi COVID-19. Banyak UMKM percetakan yang bahkan tutup sementara akibat pandemi yang terjadi pada kuartal I 2020. Berlokasi di Pamulang, Banten, Alfadhani adalah salah satu UMKM percetakan skala besar yang mengalami ketatnya persaingan di masa pandemi. Penelitian ini menggunakan teknik business coaching dengan metode kualitatif yang memetakan kondisi riil dan permasalahan UMKM, kemudian mengusulkan dan mengimplementasikan solusi untuk perbaikan. Tiga masalah utama yang ditemukan menunjukkan tidak tersedianya katalog produk, tidak diperbaharunya website, dan tidak dikelolanya search engine marketing (SEM) yang menjadi pemasaran digital utama mereka. Oleh karena itu, solusinya adalah mengembangkan e-catalog, perbaikan website, dan menerapkan strategi SEM. Hasilnya menunjukkan peningkatan konversi situs web yang berdampak pada peningkatan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengelola aktivitas pemasarannya dengan mengembangkan e-catalog sebagai media promosi, memperbaiki website, dan menerapkan strategi search engine marketing.

.....Indonesia has the potential of a strong national economic base due to the large number of MSMEs. In developing MSMEs, entrepreneurs often experience difficulties due to several factors ranging from capital, increasingly high competition to external factors in the form of the COVID-19 pandemic. Located in Pamulang, Banten, Alfadhani is one of the large-scale printing MSMEs experiencing intense competition during the pandemic. This study uses business coaching techniques with qualitative methods that map the real conditions and problems of MSMEs, then proposes and implements solutions for improvement. The three main problems found indicated the unavailability of a product catalog, outdated website, and unmanaged search engine marketing (SEM) which became their main digital marketing. Therefore, the solution is to develop an e-catalog, improve the website, and implement an SEM strategy. The results show an increase in website conversions which result in increased sales. This study aims to assist MSMEs in managing their marketing activities by developing e-catalogs as promotional media, improving websites, and implementing search engine marketing strategies.