

Aktivitas business coaching dalam rangka mengembangkan saluran distribusi melalui go-food, penambahan varian rasa, dan perbaikan konten sosial media pada UMKM Kandang Moo = Business coaching activity to develop new distribution channel through go food add new flavours and rejuvenate social media accounts for Kandang Moo SME

Moechtar Luthfi Farizi H, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434038&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas mengenai penambahan saluran distribusi, perbaikan konten sosial media, dan penambahan varian rasa yang ditawarkan. Masalah yang ditemukan pada Kandang Moo adalah saluran distribusi yang terbatas pada Reseller dan Outlet serta varian rasa yang hanya berjumlah tujuh varian. Usulan yang diberikan oleh Coach adalah bekerjasama dengan Go-Food yang dimiliki oleh Go-Jek dan menambah varian rasa menjadi 15 varian rasa. Pada prosesnya digunakan analisis proses bisnis, analisis sumber daya dan kapabilitas, analisis VRIO, analisis pelanggan, analisis PESTEL, analisis Porter's Five Forces, bauran pemasaran, analisis SWOT, dan analisis GAP untuk menentukan perbaikan yang dibutuhkan oleh UMKM Kandang Moo

ABSTRACT

This thesis generates ideas and solutions for Kandang Moo which proposes additional distribution channel, rejuvenation of social media content, and new variety of flavours. The research identified several problems in the business such as limited distribution restricted to resellers and outlets and limited variety of flavours to only 7 (seven) variants. First, the writer suggests Kandang Moo to register their brand to Go-Jek Indonesia through its Go-Food program. Second, to add 8 other variants of flavours. In order to determine improvements needed by Kandang Moo, the whole research used business process analysis, research and capability, VRIO, customer, PESTEL, Porter's Five Forces, Marketing Mix, SWOT, and GAP analysis