

SUMMARY

PENGEMBANGAN MODEL DAN STRATEGI E-MARKETING UKM DI INDONESIA

Created by Ir. I Joko Dewanto, MM.

Subject : E-MARKETING, MODEL, STRATEGI PEMASARAN
Subject Alt : SELLING, MODEL, STRATEGY
Keyword : Model , Strategi e-Marketing, UMKM, data perkembangan, memetakan UMKM, STPD, peningkatan pasar

Description :

Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan model dan strategi e-marketing UMKM di Indonesia, pesatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia dan munculnya emerging market negara-negara ekspor non tradisional maupun negara-negara existing akan memperbesar peluang para pelaku UMKM dalam mengeksport produknya keluar Indonesia dengan dukungan e-marketing. Penelitian dilakukan dengan menggunakan data perkembangan internet di Indonesia, data perkembangan perdagangan, data perkembangan ekspor non migas, data perkembangan UMKM, memetakan beberapa UMKM dengan melakukan observasi pelaksanaan pemasaran dan e-marketing, berdasarkan UMKM dengan kriteria baik, sedang dan rendah. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa penerapan pemasaran dan emarketing untuk

setiap
UMKM

berbeda
antara
satu
dan
lainnya,
diperolehnya
hambatan
dan
kelebihan

UMKM

dalam mengembangkan STPD (segment, target, positioning, diversification). Peningkatan pasar dapat diperoleh melalui peraturan pemerintah yang kondusif, promosi baik dalam dan luar negeri, sentra bisnis UMKM, jaringan pemasaran produk, peningkatan kemampuan majerial, dukungan mitra bisnis.

Contributor : Drs. Dihin Septyanto, SE., ME.
Date Create : 04/05/2015
Type : Text
Format : pdf

Language : Indonesian
Identifier : UEU-Research-0306126801_281114
Collection : 0306126801_281114
Source : LAPORAN AKHIR HIBAH PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI
Relation Collection FAKULTAS ILMU KOMPUTER
COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : @2014 LPPM

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor