

RINGKASAN EKSEKUTIF

Saat ini, PT Putri Chiara Pratama sudah memiliki beberapa gerai elektronik yang menjual berbagai produk gadget seperti *handphone*, tablet, & aksesoris *handphone* lainnya. Namun, pada tahun 2018, PT Putri Chiara Pratama ingin memperluas pasarnya untuk menjangkau daerah Jakarta Utara dengan membuka gerai elektronik yang lebih condong kepada *lifestyle gadget store* yang bernama “GIR” dengan menjual berbagai merek kamera dan alat-alat dokumentasi lainnya. Salah satu unggulan produk dari GIR ini adalah kamera *mirrorless*. Tingginya persaingan dalam industri jual beli kamera ini, mengharuskan setiap pemainnya untuk memiliki strategi komunikasi pemasaran yang baik sehingga bisa menyebarkan *brand awareness* dengan maksimal agar diterima oleh para calon konsumen.

Bedasarkan hasil pengumpulan data yang penulis lakukan, tiga masalah utama sudah dipetakan ke dalam ketiga kuadran dari tool *Severity-Urgency Matrix*. Kemudian, penulis berhasil menemukan masalah prioritas yang dihadapi oleh GIR, yaitu “71.9% dari 100% responden masih belum mengetahui eksistensi dari GIR”. Jika di lihat dari hasil data, GIR memang mengatakan bahwa hal yang krusial bagi mereka adalah ingin meningkatkan angka *brand awareness* yang nantinya bisa berdampak pada penjualan mereka. Kemudian, setelah penulis menemukan masalah prioritas dari GIR, penulis akan menentukan teori-teori yang dapat digunakan dalam menganalisa serta membuat alternatif solusi yang nantinya akan digunakan untuk menyelesaikan masalah yang di alami perusahaan.

Setelah membuat beberapa alternatif solusi, penulis akan memilih satu solusi yang akan di eksekusi selama periode magang dari penulis. Kemudian, setelah melakukan implementasi dari solusi yang sudah dibuat, penulis akan melakukan kontrol terhadap hasil dari implementasi serta dampak-dampak positif lainnya yang bisa di ambil. Penulis akan menunjukkan bagaimana proses serta hasil dari solusi yang sudah diterapkan dalam proyek perbaikan ini, serta apa kegunaan dan realisasi nyata dari penggunaan teori yang sudah di pelajari selama kuliah berlangsung.

EXECUTIVE SUMMARY

At present, PT Putri Chiara Pratama already has several electronic outlets that sell various gadget products such as mobile phones, tablets, and other mobile accessories. However, in 2018, PT Putri Chiara Pratama wants to expand its market to reach the North Jakarta area by opening electronic outlets that are more inclined to the lifestyle gadget store called "GIR" by selling various brands of cameras and other documentation tools. One of the superior products from this GIR is a mirrorless camera. The high competition in the camera buying and selling industry, requires each player to have a good marketing communication strategy so that they can spread brand awareness to the maximum to be accepted by potential customers.

Based on the results of data collection by the author, the three main problems have been mapped into the three quadrants of the Severity-Urgency Matrix tool. Then, the authors managed to find the priority problems faced by GIR, namely "72% of 100% of respondents still do not know the existence of GIR". When viewed from the results of the data, GIR indeed said that what was crucial for them was to increase brand awareness numbers which could later have an impact on their sales. Then, after the authors find the priority problems of the GIR, the writer will determine the theories that can be used in analyzing and making alternative solutions that will later be used to solve problems experienced by the company.

After making several alternative solutions, the writer will choose a solution that will be executed during the apprenticeship period of the writer. Then, after implementing the solution that has been made, the author will control the results of the implementation and other positive impacts that can be taken. The author will show how the process and the results of the solutions that have been implemented in this improvement project, as well as what are the real uses and realizations of the use of the theory. that has been learned during the lecture.