

RINGKASAN EKSEKUTIF

CV. Globalindo Plast merupakan perusahaan yang berdiri sejak tahun 2010 di Indonesia sebagai yang menawarkan jasa pengerjaan percetakan barang-barang dari plastik. Pada tahun 2019 perusahaan memutuskan untuk membuat sebuah brand sendiri yang diberi nama Monas Plasticware. Selama aktivitas project improvement, penulis melakukan analisis internal dan eksternal terfokus pada brand Monas Plasticware yang baru saja diluncurkan sejak November 2019 dengan metode interview dan penyebaran kuesioner serta menganalisis lebih lanjut mengenai dampak dari eksternal yang terjadi pada masa project improvement

Dari hasil pengolahan data primer dan sekunder diidentifikasi masalah utama brand monas adalah *low brand awareness*. Setelah ditelusuri lebih lanjut, ditemukan bahwa akar penyebab dari masalah tersebut adalah karena belum adanya startegi untuk menysasar target pasar yang luas. Sehingga pada Project Improvement ini penulis memiliki fokus untuk membantu meningkatkan brand awareness Monas dengan merancang strategi pemasaran yang sesuai untuk perusahaan.

Untuk mengatasi akar penyebab guna menyelesaikan masalah tersebut penulis menggunakan beberapa pendekatan konseptual sebagai landasan dalam analisis lanjut dan untuk menciptakan alternatif solusi terhadap masalah yang dihadapi brand. Konsep yang menjadi landasan utama adalah konsep models of marketing mix atau yang umum dikenal sebagai promotion mix. Konsep ini diusung oleh Solomon et al. (2018) yang membagi tipe-tipe strategi pemasaran ke dalam 3 model : one-to-many, one-to-one dan many-to-many. Alternatif solusi dirancang untuk mengatasi akar penyebab dari masalah utama berdasarkan pada model promosi one-to-many atau mass communication, yakni strategi advertising. Penjabaran alternatif solusi yang ditawarkan adalah :

1. Mempermudah ditemukannya Brand Monas dengan menerapkan strategi PPC (Pay-Per-Click) Advertising pada tautan *e-commerce*.
2. Mass marketing dengan social networking menggunakan salah satu channel jaringan sosial untuk promosi brand dan situs *e-commerce* Monas Plasticware.
3. Penggunaan SEM Paid Placement pada salah satu channel jaringan sosial untuk promosi brand dan situs *e-commerce* Monas Plasticware.

Alternatif solusi yang mendapatkan penilaian sebagai solusi terbaik dan juga disetujui oleh pihak perusahaan untuk diimplementasikan adalah penggunaan SEM Paid Placement pada salah satu channel jaringan sosial untuk promosi brand dan situs *e-commerce* Monas Plasticware. Hasil implementasi solusi yang didapatkan cukup memuaskan dan dinilai memberi manfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan brand awareness Monas dan juga memberi dampak positif pada penjualan.



EXECUTIVE SUMMARY

CV. Globalindo Plast was established since 2010 in Indonesia which offers plastic goods production services. In 2019, the company decided to create its own brand, Monas Plasticware. During the project improvement activities, the authors conducted an internal and external analysis focused on the Monas Plasticware brand, which has just been launched since November 2019 with interviews and questionnaires and further analyzed the external impacts that occurred during the project improvement.

From the results of primary and secondary data processing, the writers identified that the main problem of the Monas brand is low brand awareness. Upon further investigation, it was found that the root cause of the problem was due to the absence of a strategy to target a broad target market. So that in this Project Improvement the author has a focus on helping Monas to brand awareness by designing appropriate marketing strategies for the company.

To overcome the root causes in order to solve the problem the writer uses several conceptual approaches as a foundation in further analysis and to create alternative solutions to the problems facing the brand. The concept that became the main foundation is the concept of models of marketing mix or commonly known as promotion mix. This concept is promoted by Solomon et al. (2018) which divides the types of marketing strategies into 3 models: one-to-many, one-to-one and many-to-many. Alternative solutions are designed to address the root causes of the main problem based on the one-to-many promotion model or mass communication, namely advertising strategy. An alternative description of the solutions offered is:

- 1. Simplify the discovery of the Monas Brand by implementing the PPC (Pay-Per-Click) Advertising strategy on the e-commerce link.*
- 2. Mass marketing with social networking uses one of the social networking channels for promotion of the Monas Plasticware brand and e-commerce site.*

3. *The use of SEM Paid Placement on one of the social network channels for brand promotion and e-commerce site Monas Plasticware.*

An alternative solution that is rated as the best solution and also approved by the company to be implemented is the use of SEM Paid Placement on one of the social network channels for the promotion of the Monas Plasticware brand and e-commerce site. The results of the implementation of the solutions obtained were quite satisfactory and considered beneficial for the company to increase Monas brand awareness and also have a positive impact on sales.



