

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement dilakukan di PT. Karya Kartini Indonesia, perusahaan yang bergerak dibidang industri usaha jasa yang menyediakan layanan yang berfokus untuk mempercantik diri, terutama di cabang Alam Sutera yang merupakan cabang pertama. Peneliti melakukan masa magang yang dijalani dari Februari 2020 - Mei 2020, mencari masalah dan akar masalah yang ada di perusahaan, kemudian mengajukan beberapa alternatif solusi guna memecahkan masalah dan juga mengimplementasikan solusi yang ada.

Tahap pertama, peneliti melakukan pengidentifikasian masalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu *semi structured interview* kepada pihak perusahaan dan juga para konsumen salon kecantikan. Dari sana, peneliti mengidentifikasi bahwa masalah utama adalah “Kegiatan promosi yang kurang maksimal”. Dengan menggunakan konsep *severity - urgency matrix* dengan akar penyebab “Kurangnya edukasi produk” yang ditentukan dari diagram tulang ikan dan diagram interelasi.

Kemudian, peneliti menggunakan 3 pendekatan konseptual yang dipakai yaitu *marketing mix*, *promotion mix* dan *service quality*, peneliti berpedoman pada konsep *promotion mix*. Dari konsep *promotion mix* terdapat 5 *tools* yaitu *direct marketing*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relations* dan *advertising*. Peneliti menggunakan konsep *direct marketing* untuk membuat 3 alternatif solusi. Solusi pertama adalah program video bernama “*JewelBeauteaTime*” berisi konten informatif tentang topik kecantikan dan *product knowledge*, solusi kedua adalah membuat *web series* berjudul “*Longlasting love*” yang dibawakan dengan konsep cerita cinta sambil mempromosikan produk dari perusahaan, solusi ketiga adalah website Jewel Beauty yang berisikan informasi produk dan

video *“LadiesoftheDay”* yang berupa testimoni dan pengalaman konsumen Jewel Beauty.

Kemudian, pada akhirnya peneliti menggunakan solusi pertama dengan target perbaikan yaitu “Meningkatkan penjualan Jewel Beauty sebanyak 20% selama satu bulan sesuai dengan masalah prioritas yang telah diusulkan.” Program ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan promosi, dan juga memberikan isi konten yang sesuai dengan target konsumen.



EXECUTIVE SUMMARY

Project improvement is being done in PT. Karya Kartini Indonesia, a company in the industrial field that provides beauty services focusing on self beauty, mainly in the Alam Sutera branch which happens to be the first. The researcher will follow through the internship that's being held from February 2020 through May 2020, looking for the problems and their roots within the company, followed by a few alternative solutions whilst trying to implement them.

In the first stage, the researcher will identify the problem using the qualitative approach by conducting a semi-structured interview with members from the company and their fellow customers. From there, the researcher has identified that the main problem is "Promotion activities that are not optimal." By using the severity concept-urgency matrix with the root problem being "The absence of a fixed concept for promotion" that was determined from the fishbone and interrelation diagram.

Next, the researchers will use 3 conceptual approaches which are marketing mix, promotion mix and service quality. The researcher is guided by a promotion mix concept consisting of 5 promotion tools which are direct marketing, sales promotion, personal selling, public relations and advertising. In the end, researchers use direct marketing to make 3 alternative solutions. The first solution is developing a content video program named "JewelBeauteaTime" with the aim to inform customers about beauty facts and product knowledge. Second solution is making a web series titled "Long Lasting Love", a love story about a health enthusiast couple. The last solution is producing a program named "LadiesoftheDay" which is a series of videos consisting of customer's testimonies and experiences.

In conclusion, the researcher will use the first solution with the improvement target being “Increasing Jewel Beauty’s sales by 20% in a month in line with the priority problem that has been proposed.” This program is aimed to raise Jewel Beauty’s effectiveness on their promotion, to attract new customers through their social media, and also increase their engagement with the targeted customers.

