

RINGKASAN EKSEKUTIF

Brightstars Digital Agency merupakan perusahaan *digital advertising agency* yang telah berdiri sejak tahun 2012. Selama ini Brightstars telah banyak bekerjasama dengan perusahaan ternama di Indonesia untuk membantu memasarkan produk atau layanan yang mereka tawarkan. Penulis melakukan magang dalam jangka waktu 3 bulan yang terhitung mulai dari 1 Februari 2020. Perusahaan ini memiliki masalah utama yaitu *retention rate* yang rendah, dimana penulis mendapatkan akar masalah ini dari metode *in-depth interview*, menyebarkan survei kepada pelaku bisnis, dan didukung dengan menggunakan *tools severity urgency matrix*. Kami memilih tiga teori untuk mendukung penelitian kami dalam memilih solusi yang ada, yaitu *consumer journey*, *conceptual model of service quality* dan *relationship marketing*. Analisis menggunakan *fishbone diagram* dan *interrelationship diagram* kami lakukan untuk mengetahui akar penyebab masalah. Ditemukan bahwa sistem kerja tidak jelas merupakan akar penyebabnya. Oleh karena itu, kami menawarkan tiga alternatif solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan membuat sistem *follow up* berkala, memperbaiki alur komunikasi menjadi lebih terperinci, dan perbaikan indikator kerja. Tiga alternatif solusi tersebut kami jabarkan dalam tiga jangka waktu yaitu pendek, menengah, dan panjang. Dengan menggunakan diagram keputusan, membuat sistem *follow up* berkala dipilih sebagai solusi terbaik yang terdiri dari berbagai rangkaian kegiatan rencana implementasi yaitu pembuatan *workflow*, membuat *loyalty program*, dan survei kepuasan klien. Selama kami melakukan *project improvement*, kami berhasil memberikan solusi yang tepat kepada pihak perusahaan yaitu membuat sistem *follow up* berkala. Sistem yang kami berikan telah digunakan saat menjalankan *project* dengan beberapa klien.

EXECUTIVE SUMMARY

Brightstars Digital Agency is a digital advertising agency company that has been established since 2012. Brightstars has worked closely with many well-known companies in Indonesia to help market the products or services they offer. The author conducted an internship within a period of 3 months starting from February 1, 2020. This company has a major problem that is a low retention rate, where the authors get the root of this problem from in-depth interview method, spreading the survey to business people and supported by using severity urgency matrix tools. We chose 3 theories to support our research in selecting existing solutions, namely consumer journey, conceptual model of service quality and relationship marketing. We conducted an analysis using fishbone diagrams and interrelationship diagram to determine the root cause of the problem. It was found that an unclear work system was the root cause. Therefore, we offer three alternative solutions to solve this problem by creating a periodic follow up system, improving the communication flow to be more detailed and improving work indicators. We describe the three alternative solutions in three terms namely short, medium, and long. By using the decision diagram, making a periodic follow up system was chosen as the best solution consisting of a series of implementation plan activities, such as making workflows, creating loyalty program, and client satisfaction surveys. During our improvement projects, we succeeded in providing the right solution to the company by creating a periodic follow up system. The system we provide has been used when running projects with several clients.