

RINGKASAN EKSEKUTIF

Happy Pets berdiri sejak tahun 2003 merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri pet care yang memposisikan dirinya sebagai “*Luxury , friendly and complete pet store and groom*”. Produk dan jasa yang ditawarkan berupa *pet food, pet accessories*, kandang, dan produk yang berhubungan dengan hewan peliharaan lainnya, sedangkan untuk jasa yang ditawarkan berupa *pet grooming*. Selama 3 bulan, Penulis bekerja sama dengan pihak Happy Pets untuk mengidentifikasi masalah hingga akar penyebab dari masalah yang diidentifikasi oleh Penulis hingga menemukan alternatif solusi terbaik untuk diterapkan oleh Happy Pets. Dalam periode tersebut, telah teridentifikasi masalah kurangnya *awareness* dari *brand* Happy Pets. Setelah Penulis melakukan analisis, tidak adanya strategi marketing dari pusat merupakan akar permasalahan masalah tersebut. Mengacu pada akar permasalahan tersebut, penulis menggunakan berbagai teori yang telah dipelajari pada masa perkuliahan di Universitas Prasetya Mulya untuk mencari alternatif solusi terbaik dalam mengatasi akar penyebab tersebut. Beberapa alternatif solusi yang Penulis ajukan untuk diterapkan Happy Pets diantara lain adalah:

1. Strategi *Online Marketing* dengan *tools Website & E-Commerce*
2. Strategi *Online Marketing Campaign* dengan *tools Social Media*
3. Program *Podcast* tentang Hewan Peliharaan di Youtube dan Spotify

Setelah membahas dengan pihak Happy Pets, Solusi terbaik yang dapat Penulis tawarkan adalah alternatif solusi nomor satu, yakni fokus pada strategi media sosial. Penulis merancang strategi dari jangka pendek hingga panjang hanya sebagai rencana akibat adanya hambatan dari kondisi pandemi COVID-19 di 2020 ini yang membuat tidak memungkinkan untuk Penulis mengikuti tahap implementasi yang dilakukan oleh Happy Pets.

EXECUTIVE SUMMARY

Happy Pets was founded in 2003. It is a company focuses on pet care industry who positions itself as “Luxury, friendly and complete pet store and groom.” Happy Pets offer different kind of products and services such as pet food, pet accessories, pet cage and other products which are related to other pets. Meanwhile, the service that Happy Pets offer is pet grooming. For 3 months, the writers worked with Happy Pets to identify their problems till the root cause of the problem and find the best alternative solution to be implemented for Happy Pets. In that period, the writers identify low brand awareness as the main problem for Happy Pets. After the writers’ analysis, the non-existence of marketing strategy from the head office is determined to be the root cause of the main problem. Referring to the root cause, the writers used different kinds of theories that is taught in Prasetiya Mulya University to look for alternative solutions to solve the root cause. Some of the alternative solutions that the writers suggest Happy Pets to implement are:

- 1. Online Marketing Strategy using Website & E-Commerce as tools*
- 2. Online Marketing Campaign Strategy using Social Media as tools*
- 3. Podcast Program about pets on Youtube and Spotify*

After discussing with Happy Pets, the best solution to be implemented is the number one solution which is focusing on social media strategy. The writers design short term to long term implementation plan for Happy Pets as the consequence of COVID-19 pandemic in 2020 which made the writers unable to participate in the implementation part of this project improvement.