

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Menurut *World Health Organization* (2002:1) gaya hidup sehat atau dikenal juga sebagai pola hidup sehat merupakan suatu keadaan dimana mental fisik dan kesejahteraan sosial terjaga dengan stabil. Tren hidup sehat meningkat di banyak negara termasuk Indonesia. Dengan melihat fenomena tersebut *Huitsportwear* hadir untuk menunjang berjalannya gaya hidup sehat. *Huitsportwear* menyediakan produk baju olahraga dengan model dan desain sesuai keinginan. *Huitsportwear* menyediakan baju olahraga yang berkualitas dengan harga yang dapat bersaing di pasaran. *Huitsportwear* mempunyai target konsumen pria umur 18-44 tahun berdomisili di Jawa barat, Jawa tengah, Jawa timur, Sumatera dan Kalimantan dengan kelas ekonomi menengah dan menyukai kegiatan olahraga.

Untuk mengidentifikasi dan mengetahui masalah - masalah yang ada, penulis melakukan pengumpulan data dengan wawancara dengan pihak internal, dan juga pihak eksternal. Dengan melakukan wawancara dengan pihak internal perusahaan, penulis mendapati beberapa masalah yang terjadi dan kemudian melakukan wawancara dengan pihak eksternal yaitu konsumen dari perusahaan sendiri untuk menggali masalah yang ada. Dengan menggunakan metode *Severity Urgency Matrix*, penulis menemukan penyebab dari akar masalah rendahnya brand awareness dari *Huitsportwear*.

Dalam menentukan akar permasalahan, penulis menggunakan metode *fishbone* dan *interrelation diagram* yang kemudian dapat penulis buat 3 alternatif solusi yaitu merancang & menjalankan strategi *advertising facebook ads*, melakukan *sponsorship & endorsement* dengan tim sepakbola liga utama Indonesia dan tim *E-Sport* nasional, dan menggunakan *advertising agency*.

*Project Improvement* ini dijalankan berdasarkan konsep **DMAIC** atau *Define, Measure, Analyze, Improvement, dan Control*. Pada tahap akhir proses *Project Improvement* ini dibuat *Gantt Chart* sebagai proses *Control* agar waktu yang diperlukan terorganisir dan target tercapai.



## EXECUTIVE SUMMARY

*According to the World Health Organization (2002:1) a healthy lifestyle is a condition where mental physical and social well-being are maintained in a stable manner. Healthy living trends are increasing in many countries including Indonesia. By seeing this phenomenon Huitsportwear come to support the healthy lifestyle. Huitsportwear provides sportswear products with design and model as desired. Huitsportwear provides good quality sportswear with competitive pricing. Target market of Huitsportwear are 18 - 44-years-old sport enthusiastic men who live in West Java, Central Java, East Java, Sumatra and Kalimantan with a middle economy class.*

*To identify the problems that exists, the authors collected data through interviews from internal and external parties of the company. After conducting interviews with internal parties, the authors found several problems that occurs and then conducted interviews with external parties which the customers from company itself to discover the other problems. By using Severity Urgency Matrix method, the authors concluded that the problem of Huitsportwear is low level of brand awareness.*

*To determine the root of the problem, the authors use the Fishbone Diagram and Interrelationship Diagram method and then the authors provide three alternative solutions which is designing & implementing Facebook ads advertising strategy, conducting sponsorship & endorsement with Indonesian major league soccer teams and national E-Sport teams, and using advertising agencies*

*This Improvement Project is carried out on the basis of DMAIC or Define, Measure, Analyze, Improvement, and Control. And the last stage of the Project Improvement process the author create a Gantt Chart as a controlling process so that the time needed is organized and the targets achieved.*

