

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement yang dilakukan dalam penelitian ini berlangsung di PT. Sajiva Ceramics, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang keramik, terutama pada manufaktur barang pecah belah. Selama kurun waktu magang sejak bulan Februari hingga Juli 2020, peneliti melakukan riset untuk mencari masalah dan akar penyebab masalah dari perusahaan, hingga mengajukan beberapa alternatif solusi untuk menyelesaikan masalah. Tahapan pertama yang dilakukan oleh peneliti untuk mengidentifikasi masalah dan akar penyebab masalah adalah riset kualitatif yang berupa *in-depth interview* kepada pihak perusahaan, konsumen perusahaan hingga konsumen kompetitor perusahaan. Peneliti juga melakukan pendekatan kuantitatif yang berupa kuesioner yang disebar kepada konsumen dan calon konsumen yang berpotensi menggunakan produk perusahaan. Melalui konsep *severity-urgency matrix*, peneliti dapat mengidentifikasi masalah prioritas yaitu “kurangnya *product knowledge* terhadap produk Sajiva” dan “tidak ada katalog produk yang informatif” sebagai akar penyebab yang didapat dari analisis menggunakan diagram interelasi. Peneliti menggunakan pendekatan konseptual *promotion mix* dan *consumer buying process* untuk membuat tiga alternatif solusi. Solusi yang pertama adalah membuat katalog produk, solusi kedua adalah melakukan *campaign* yang sesuai dengan *brand value* dari perusahaan, dan solusi yang ketiga adalah mengadakan *workshop* proses pembuatan produk keramik milik perusahaan. Dengan melakukan penghitungan dengan diagram keputusan, solusi yang akan diimplementasikan adalah membuat katalog produk yang informatif. Target dari pembuatan katalog produk adalah agar pengetahuan konsumen terhadap produk keramik dan produk milik perusahaan meningkat. Terdapat kesimpulan dan saran bagi Sajiva Ceramics adalah ketika perusahaan hendak melakukan strategi pemasaran, penggunaan konsep program promosi yang tepat, serta didukung dengan riset konsumen akan membuat strategi pemasaran akan tepat sesuai dengan masalah utama perusahaan dan hasil akhir dari implementasi yang dilakukan akan memuaskan.

EXECUTIVE SUMMARY

This Project Improvement Thesis took place in PT. Sajiva Ceramics, a company that produces ceramic tablewares. Our internship program starts from February 2020 until July 2020. The aim of our research is to search for problems and the root of the problem from the company in order to find solutions to solve problems in the company. Qualitative research in form of in-depth interview with the company, customers and competitor's customers are done on the first stages of this thesis in order to find problems and the root cause of the problem. Moreover, qualitative research in form of questionnaires are also distributed to customers and potential customers. Furthermore, from the severity-urgency matrix theory, the priority issue is identified as "lack of product knowledge for Sajiva products" and "no informative catalog" as the root cause of the priority issue (analyzed from interrelation diagram). Researcher used conceptual approaches such as promotion mix and consumer buying process to find three alternative solutions. First is to make an informative product catalog, the second solution is to make a campaign to resonate Sajiva Ceramic's brand value, and the third is to reopen ceramic building workshop. From the decision diagram, the best solution is to make an informative product catalog, the aim of this solution is to increase customer's product knowledge. In sum, the conclusion and recommendation is to choose the right promotion for the customer and support it with facts from qualitative and quantitative research in order to choose the right strategy to resolve the problem within the company and the brand.