

RINGKASAN EKSEKUTIF

Perusahaan yang diteliti adalah CV Surya Jawa yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perawatan & pembersih untuk otomotif , rumah tangga, dan bangunan, namun fokus kali ini akan mengarah pada merek usaha J-Detailed Motowash, J-Detailed Motowash sendiri merupakan merek usaha yang melayani cuci motor dan cuci helm.

Setelah dilakukan analisis, kami menemukan bahwa sebagai merek usaha baru yang baru berdiri 1 tahun, jumlah pelanggan baru masih sedikit dan kurang jika dibandingkan kompetitornya. Dari data BPS Malang juga menunjukkan masih banyak target market potensial yang belum pernah mencuci motor di J-Detailed Motowash. Masalah ini kemudian dipilih menjadi masalah prioritas yaitu *brand awareness* yang rendah, dan akan diangkat untuk menjadi proyek perbaikan.

Kemudian setelah dianalisis lebih lanjut, kami mengusulkan 3 alternatif solusi untuk menjawab masalah tersebut yaitu 1) Meningkatkan pangsa pasar/*Market Penetration* melalui digital marketing, 2) Melakukan Product Development dalam bentuk continuous innovation, 3) Melakukan *Market Development*/ perluasan pasar dengan *Collaboration Marketing*. Lalu setelah dilakukan pembobotan alternatif solusi maka dipilih lah alternatif solusi 1 yaitu Meningkatkan pangsa pasar/*Market Penetration* melalui digital marketing yang diimplementasikan dalam jangka waktu Project Improvement.

Dari hasil implementasi ini, J-Detailed Motowash telah membuat websitenya sendiri, dan jua mengembangkan konten organik untuk TikTok dan Instagram, manfaat juga didapatkan dari hasil implementasi ini yaitu peningkatan pendapatan sebesar Rp 574.000 dan juga engagement rate, follower, views yang naik setelah implementasi konten organik pada Instagram dan TikTok.

EXECUTIVE SUMMARY

The company studied is CV Surya Jawara, which is a company engaged in maintenance and cleaning for automotive, household, and building industries, but this time the focus will be on the J-Detailed Motowash business brand. J-Detailed Motowash itself is a business brand that serves motorcycle and helmet washing.

After analyzing, we found that as a new business brand that has only been established for 1 year, the number of new customers is still small and less when compared to its competitors. Data from BPS Malang also shows that there are still many potential target markets that have never washed a motorcycle at J-Detailed Motowash. This problem was then chosen to be a priority, namely low brand awareness, and will be appointed as an improvement project.

Then, after further analysis, we propose three alternative solutions to answer this problem: 1) Increasing market share or market penetration through digital marketing; 2) Conducting Product Development in the form of continuous innovation; and 3) Conducting Market development or expansion of the market with Collaboration Marketing. Then, after weighing alternative solutions, alternative solution 1 was chosen, namely increasing market share or market penetration through digital marketing, which was implemented within the Project Improvement period.

As a result of this implementation, J-Detailed Motowash has created its own website and also developed organic content for TikTok and Instagram. The benefits of this implementation are an increase in revenue of IDR 574,000 and an increase in engagement rate, followers, and views after implementation. organic content on Instagram and TikTok.