

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement berlangsung di PT. Makro Global Digital yang bergerak di bidang elektronik audio *sound system*, selama kegiatan magang penulis mencari masalah yang sedang terjadi dalam perusahaan dan mencari akar masalah tersebut dari perusahaan. Selanjutnya penulis akan melakukan implementasi di perusahaan dengan solusi yang terpilih. Penulis melakukan riset kualitatif dengan *in-depth interview* kepada pihak perusahaan dan juga konsumen. Penulis menemukan masalah utama yaitu “Penjualan di *social media* tidak mencapai target” melalui konsep *severity-urgency matrix*, kemudian penulis menggunakan pendekatan konseptual yang digunakan antara lain *Market Segmentation*, *Digital Marketing*, *Social Media Marketing* dan *Content Marketing*.

Penulis menggunakan *Market segmentation*, *Digital Marketing*, *Social Media Marketing* dan *Content Marketing* untuk membuat tiga alternatif solusi yang diberikan kepada perusahaan untuk mengatasi permasalahan yang dialami. Solusi pertama adalah membuat video konten promosi melalui aplikasi TikTok, solusi kedua adalah menggunakan strategi promosi menggunakan *affiliate marketing*, solusi ketiga adalah melakukan metode penjualan *live shopping*. Pada akhirnya penulis menggunakan solusi pertama dengan target meningkatkan penjualan melalui *social media* sebesar 3.6% yang diimplementasikan pada bulan April-Mei 2023. Solusi tersebut mendatangkan peningkatan penjualan sebesar 2.5% dari sebelumnya, maka dari itu program *project improvement* ini dinyatakan sukses dijalankan. Setelah melakukan program PI, adapun kesimpulan dan saran yang dapat diberikan kepada perusahaan adalah memperluas divisi *social media* perusahaan dimana dalam era digital ini, peran tim marketing sangat dibutuhkan untuk membentuk strategi promosi sebelum melakukan penjualan.



EXECUTIVE SUMMARY

Project Improvement takes place at PT. Makro Global Digital which operates in electronic audio sound system. During the internship period, the author looked for problems that are happening in the company, then the author looked for roots of the problem in order to find the solution and implement the solution to face the problem. The author conducted qualitative using in-depth interview method with the company and the consumers. The author finds the main problem in which the company struggles with "Sales on social media do not reach the target" by using the severity-urgency matrix, then the author uses a contextual approach by using market segmentation, social media marketing and content marketing.

The author uses Market Segmentation, Digital Marketing, Social Media Marketing and Content Marketing to create three alternative solutions that will be given to the company in order to overcome the main problem which they are experiencing. The first solution is to make short video contents through the TikTok application, the second solution is to use a promotional strategy which involves affiliators through affiliate marketing, the third solution is to expand the company's marketing strategy via live shopping from TikTok. In the end the author used the first solution with the main aim is to increase the company's sales through social media by 3.6% which was implemented in April-May 2023. This solution brought an increase in sales by 2.5% from before, therefore this project improvement program was declared a success. After carrying out the project improvement program, the conclusions and suggestions that can be given to the company are to expand the social media sector of the company where in this digital era, the role of the marketing team is greatly needed to form a strategic promotion campaign in order to gain maximum profit.