

## RINGKASAN EKSEKUTIF

The Peak Connoisseurs merupakan sebuah perusahaan di bawah naungan PT Reka Kreasi Makmur Abadi yang menyediakan produk-produk Wine, Spirits , Cigar, Tobacco , Pipe Smoking, dan Coffee. The Peak Connoisseurs bergerak dalam penjualan B2B maupun B2C. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai keadaan dan permasalahan yang dihadapi oleh pihak perusahaan, penulis melaksanakan proses magang selama tiga bulan pada perusahaan The Peak Connoisseurs.

Riset dalam bentuk wawancara dilaksanakan pada konsumen-konsumen dengan profil Potential Customers, First Time Buyers, dan Impulsive Buyers guna menganalisa lebih lanjut mengenai permasalahan yang ada. Penulis juga mengumpulkan data-data pendukung dari sumber-sumber lainnya, baik dari pihak internal perusahaan yang berupa historikal data maupun data dari pihak eksternal eksternal dalam bentuk media cetak dan elektronik.

Untuk menganalisa permasalahan lebih lanjut, penulis menggunakan analisa melalui 7P dan Severity Urgency Matrix yang diaplikasikan dalam Fish Bone Diagram dan kemudian pada Inter-Relationship Diagram. Setelah melakukan analisa dengan bantuan semua metode di atas, ditemukan bahwa penyebab dari akar masalah yang sedang dialami perusahaan saat ini adalah kurangnya *awareness*.

Untuk mendapatkan alternatif solusi terbaik bagi penyebab masalah tersebut, penulis melakukan pendekatan konseptual dengan menggunakan SWOT Strategy, Internal External Matrix, dan konsep The Four Cs. Untuk membuat alternatif solusi,

penulis menggunakan pendekatan konseptual terhadap tiga konsep, yaitu konsep Community Marketing, Digital Marketing, dan relationship Marketing.

Setelah melakukan diskusi dengan pihak internal perusahaan dan memberikan *scoring* pada setiap alternatif solusi dengan menggunakan tabel Weighted Score Model, didapatkan bahwa alternatif solusi terbaik bagi perusahaan saat ini adalah dengan menggunakan Relationship Marketing. Metode Relationship Marketing akan diaplikasikan dengan membenahi *packaging* perusahaan, memberikan saran penyajian pada setiap jenis produk yang dijual, membentuk sebuah sistem program referral, dan menampilkan informasi mengenai keaslian produk.



## EXECUTIVE SUMMARY

The Peak Connoisseurs is a company below PT Reka Kreasi Makmur Abadi which supplies products such as spirits cigar tobacco pipe smoking and coffee. This company is known to using B2B and B2C selling approaches.

In order to know more about the conditions and troubles of the company, the writer of this text joined a 3 month internship at this company. The research was mostly done by interviews with consumers who were categorized into high Potential Customers, First Time Buyers, and Impulsive Buyers. The objective of this "research by interview" was to apprehend a deeper analysis about the conflicts and troubles that this company may have been going through. The writer also collected secondary data from other sources (internal to the company, and external)

Continuing the analysis further the writer used ; 7P and severity urgency matrix which were then applied into a fish bone diagram, then to a inter-relationship diagram. After this process the writer found that the core to all of the problems and troubles the company was going through was the lack of awareness. In formulating alternatives towards the best solution the writer did a conceptual approach using swot strategy, internal external matrix, and the concept of the four cs. Formulating alternatives the writer chose to use a conceptual approach towards 3 concepts ; community marketing, digital marketing, and relationship marketing. And after a discussion internal members of the company, and given scorings to each of the alternative solutions (using a weighted score model), the conclusion was that the solution which best suited this company in this case was using relationship marketig. This method will be applied in ;

1. Improving the packaging for the company
2. Giving advice on serving suggestion for product that customer interested in
3. Establishing a referable program system
4. Giving detailed information on the originality of the product

