

RINGKASAN EKSEKUTIF

Hasil penelitian ini diciptakan guna mengatasi permasalahan yang dialami oleh perusahaan selama periode magang yang berlaku untuk penulis. PT GRAHA ADHI JAYA ABADI sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur yang sudah berdiri sejak tahun 1995. Dalam menganalisa masalah peneliti menggunakan beberapa konsep yaitu DMAIC, *Severity-Urgency Matrix.*, *Fishbone diagram*, *Inter-relationship diagram*, dan *Decision matrix*. Melalui konsep diatas peneliti dapat menemukan permasalahan utama yaitu *Penjualan belum mencapai target yang diharapkan* yang setelah dianalisa lebih lanjut diketahui akar penyebabnya karena Masih kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan. Dalam membuat alternative solusi digunakan beberapa konsep teori seperti *Digital marketing* dan *7P*. Dari konsep yang ada ada tiga alternatif solusi yaitu *Merchandising* yaitu tahapan kegiatan untuk meningkatkan *Awareness* produk dan perusahaan secara metode konvensional seperti penggunaan brosur, *Brand Awareness online* yang bertujuan meningkatkan *Awareness* produk dan perusahaan menggunakan media digital seperti *website* ataupun sosial media, dan Pelaksanaan event yaitu beberapa tingkatan kegiatan bertujuan untuk mengenalkan produk perusahaan lebih lanjut ke kalangan publik. Setelah menganalisa solusi terbaik menggunakan *Decision matrix* dan manfaat biaya yang akan muncul maka telah ditentukan berdasarkan hasil diskusi dengan perusahaan untuk melaksanakan solusi *Brand Awareness Online*. Dalam pelaksanaan solusi *Brand Awareness Online* terbagi menjadi tiga bagian jangka kerja yaitu Jangka Pendek melakukan pembuatan Website dengan pembaharuan konten dan informasi yang disajikan, Jangka Menengah melakukan pembuatan *Social Media* untuk perusahaan, dan Jangka Panjang melakukan kegiatan *Marketing Affiliation* dengan pihak ketiga. Setelah menjalankan implementasi jangka pendek yaitu pembuatan *Website* dapat diketahui bahwa dalam jangka pendek masih belum dapat menyelesaikan seluruh permasalahan karena target yang dibuat bertahap, sehingga jika dijalankan berkelanjutan kedepannya bersama perencanaan tahap berikutnya maka kedepannya tentu dapat menyelesaikan permasalahan yang ada.

EXECUTIVE SUMMARY

This research was made due to solving the problem faced by the company where researchers had their internship program. PT. Graha Adhi Jaya Abadi runs in fiber manufacturing since 1995. In analyzing the problem, researchers are using several concepts such as, DMAIC, Severity-Urgency Matrix, Fishbone Diagram, Inter-relationship Diagram and Decision Matrix. Through these concepts, researchers can find the main problem whereas sales didn't reach the expected target. To solve the main problem, researchers did further research regarding the main cause of the problem which is the lack of promotion activities done by the company. In order to create the alternative solutions, researchers use several concepts such as Digital Marketing and Sales Management. Through these concepts, researchers found 3 alternative solutions such as, increase offline Brand Awareness to gain product visibility through conventional method in example by brochure distribution. Second of all, increase online brand awareness in order to increase product visibility whereas company will utilize digital media such as website or social media. Third, execution of event that aim to introduce products further towards public. After several solution considerations through decision matrix, advantages and budget for each solution, researchers move forward to the next step by doing brainstorming with PT. Graha Adhi Jaya Abadi's internals, it is decided that online brand visibility is considered as the best solution. In the implementation of online brand awareness, it is divided into three frame work such as short-term period whereas it is through the launch of website combined with content and information renewal. Medium-term period which is through the launch of company's social media. Followed by long-term period action which is through marketing affiliation activities with third party. After the implementation of short-term period which through the launch of website, it is known that this short-term period decision is not enough to solve the problem due to the stages of target. Therefore, if this solution are being implemented for a longer period, it is assure that it will help to solve the problem.