

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dalam tugas akhir yang diberikan untuk mahasiswa branding, kegiatan project improvement merupakan kegiatan yang menjadi sarana untuk menggabungkan konsep teori dengan praktek untuk menyelesaikan permasalahan di perusahaan yaitu PT. Suburmitra Grafistama. Untuk mengetahui masalah yang ada di perusahaan percetakan tersebut harus didasari oleh observasi, riset secara kualitatif dan kuantitatif. Lalu dalam kurun waktu tiga bulan, data-data yang sudah didapat diolah untuk menentukan solusi yang dapat menyelesaikan masalahnya dalam jangka pendek serta merencanakan solusi untuk jangka menengah.

Subur Printing memang sudah terkenal karena sudah berdiri dari tahun 1977. Namun ternyata awareness Subur Printing masih rendah di generasi milenial. Padahal jika dilihat dari besarnya jumlah penduduk generasi milenial serta power of spending mereka, dapat disimpulkan bahwa generasi ini adalah target market yang sangat potensial.

Kami melakukan riset internal kondisi perusahaan dan riset eksternal secara kualitatif maupun kuantitatif. Melalui riset ini dapat diketahui beberapa masalah yang ada dipilih satu masalah yang paling penting dan mendesak menggunakan severity urgency matrix. Lalu menentukan akar-akar masalah dan menentukan tiga alternatif solusi. Setelah terpilih solusi maka dibuatlah strategi jangka pendek serta membuat rancangan implementasi jangka menengah serta target KPI yang ingin dicapai.

Solusi terbaik yang terpilih untuk meningkatkan awareness Subur Printing pada generasi milenial adalah membuat paket kerjasama khususnya pada mereka yang memiliki bisnis dengan menggunakan pendekatan online yaitu menggunakan sosial media Instagram serta email marketing serta pendekatan offline menggunakan personal selling dari tim sales.



EXECUTIVE SUMMARY

For the final assignment that was given to the branding student, project improvement is an activity that combines marketing theory and practical work to solve problems in a firm, in this case is PT. Suburmitra Grafistama. The problem in this printing company could be discovered through observation, qualitative and quantitative research. During 3 months intern program, we collected data and processed them to find the right solution that could solve the firm's problem in short-term period and also planned solution for the medium-term period plan.

Subur Printing i has been established since 1977 and continues to grow for 41 years until now. But it turns out this printing company has low brand awareness among millennials generation. If we look onto their population and purchase power, we could say that this generation could be a very potential target market.

We did an internal research about company's condition and external research in qualitative and quantitative way. From potential problems found, we choose the most important and urgent one with severity urgency matrix. We define the root problem from the most important and urgent problem. Then we define three alternative solutions and choose the best solution with weighted objective score so we can plan short-term strategy and plan the mid-term strategy with specific key performance indicator.

The best solution to increase Subur Printing brand awareness among millennials generation is to make a package that suitable for business owner and approach them by online through social media (Instagram) and email marketing, besides that we did offline approach too through personal selling by sales team.

