

Ringkasan Eksekutif

Semakin berkembangnya teknologi akibat dari globalisasi membuat banyaknya peningkatan penggunaan dari produk-produk elektronik di dunia seperti misalnya penggunaan penegas suara tambahan. Hampir semua alat elektronik yang ada pada zaman sekarang sudah memiliki penegas suara namun masih banyak para penggunanya yang merasa kurang terpuaskan oleh hasil dari penegas suara tersebut sehingga dengan adanya hal ini mendorong kebutuhan baru yaitu penegas suara tambahan. Di Indonesia, terutama pada kota-kota besar permintaan atas penegas suara tambahan sudah mulai terlihat juga.

Dalam menjalani proses magang selama kurang lebih 3 bulan, kami para peneliti menempati **PT Inti Megah Swara** selaku salah satu perusahaan yang mendistribusikan *speaker import* di Indonesia yang dapat menyediakan permintaan masyarakat Indonesia pada kota-kota besar atas kebutuhan produk penegas suara tambahan. Selama prosesi magang ini, kami selaku peneliti melihat adanya masalah rendahnya *awareness* dari merek anak perusahaan dari **PT Inti Megah Swara** yaitu **De'sound**. Hal ini terjadi dikarenakan memang kurangnya aktivitas *marketing* dari perusahaan untuk merek **De'sound**.

Didukung dengan data-data yang kami temukan selama prosesi magang baik secara internal maupun menggunakan kuesioner eksternal, wawancara kepada beberapa pelanggan dan juga menggunakan beberapa teori yang sudah kami pelajari, kami merekomendasikan untuk perusahaan **PT Inti Megah Swara** agar melakukan *experiential-marketing* melalui *event marketing* untuk meningkatkan *awareness* dari

merek **De'sound** dengan inverstasi awal sekitar Rp 118.580.000,- yang diperkirakan bisa meningkatkan *awareness* dari merek **De'sound**.

Executive Summary

The growth of technology resulting from the recent globalization makes the number of electronic products in the world increasing, for example additional speaker products. Almost all electronic devices already had speakers but there are still many users that are not satisfied by the output of the speakers that attached to the electronic products, with this data we can see a new demand for additional speakers. In Indonesia, especially in big cities have demands for additional speakers are showing up as well. In the internship we spent for the last 3 months in **PT Inti Megah Swara**, we as a researcher saw the problem of low awareness from the subsidiary brand of **PT Inti Megah Swara** that called **De'sound**.

This problem happened because the lack of marketing activities of the company for **De'sound** brand. Supported by the data we found during the internship procession, either internally or using an external questionnaire, interviewing some customers and also using theory we learned in our study, we recommend **PT Inti Megah Swara** company to do experiential marketing through event to increase awareness of the **De'sound** brand with an initial investment approximately Rp 118.580.000,- which we hope can increase the awareness and revenue for the company.