

Ringkasan Eksekutif

Dalam pelaksanaan *Project Improvement*, kelompok melakukan di perusahaan ritel terbesar di Indonesia yaitu, Matahari. Perusahaan tersebut sudah berdiri kurang lebih selama 60 tahun lamanya dan sudah memiliki gerai sebanyak 165 di seluruh Indonesia. Dengan kata lain, Matahari mempunyai pasar yang sangat luas. Akan tetapi dengan terus berkembangnya tren *fashion* atau pakaian dari tahun ke tahun membuat Matahari hampir ketinggalan trend tersebut. Selain itu untuk anak muda era sekarang menganggap bahwa Matahari adalah tempat berbelanja untuk anak muda. Dengan demikian untuk meyakini permasalahan tersebut, kelompok melakukan interview dengan pihak perusahaan mengenai permasalahan yang terjadi. Setelah kelompok melakukan *interview* kepada pihak perusahaan, pihak perusahaan mengatakan bahwa banyak anak muda yang menganggap bahwa kurangnya atau tidak adanya “*Cool Factor*” yang terlihat bagi generasi *millennials*.

Setelah kelompok melakukan berbagai riset dari mulai riset internal maupun eksternal dengan menggunakan *secondary data* maupun *primary data* dan menerapkan berbagai macam teori yang sudah dipelajari untuk menentukan akar permasalahannya, kelompok menemukan akar permasalahan yang disebabkan oleh *brand* Matahari sendiri itu pun yang tidak sesuai dengan anak muda. Kata *brand* itu sendiri pun bisa berdampak kepada nama dari Matahari itu sendiri atau *brand-brand* yang dijual di Matahari.

Dengan ditemukannya akar permasalahan tersebut, kelompok mengemukakan beberapa alternatif solusi yang didapatkan dari berbagai macam konseptual seperti, *visual merchandising, facility design, brand story, communication strategy*, dan lain lain dalam mendukung penentuan alternatif solusi. Alternatif solusi yang ditawarkan kelompok untuk perusahaan adalah sebagai berikut,

- Memperkuat *Brand Identity* untuk Produk *Direct Purchase* (*Brand Matahari Sendiri*)
- Membuat Zona Anak Muda (*Collective Youth Brand* dari Matahari)
- Membuat Konten Iklan dengan Menambahkan atau Memperkuat Unsur Anak Muda

Berdasarkan penawaran beberapa alternatif solusi yang telah dirundingkan oleh kelompok dengan pihak perusahaan, kelompok melakukan penilaian untuk masing - masing dengan menggunakan *Weighted Rated Evaluation Method*. Berikut adalah penilaian yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan

Factor	Bobot	Alternatif 1 (Brand Story)		Alternatif 2 (Youth Club)		Alternatif 3 (Konten Anak muda)	
		score	total	score	total	score	total
Cost	0.3	3	0.9	5	1.5	5	1.5
Time	0.1	3	0.3	3	0.3	2	0.2
Complex	0.15	2	0.3	3	0,45	2	0.3
Risk	0.2	3	0.6	4	0.8	3	0.6
efektifitas	0.25	4	1	4	1	4	1
TOTAL	1		3.1		4,05		3.6

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari ketiga alternatif solusi yang telah ditawarkan dari kelompok kepada pihak perusahaan. Pihak perusahaan menentukan bahwa solusi ke dua merupakan solusi yang menarik dan menjadi pertimbangan oleh pihak perusahaan untuk dilaksanakan

Executive summary

In this project improvement, the author did improvement in one of the biggest retail company in Indonesia, Matahari. The company has been established for than 60 years and has 165 stores all around in Indonesia. In other word, Matahari has a vast market. However, trend in fashion are always moving year by year that gave some impact to the company and the current condition of Matahari almost behind the trend or not up to date in fashion. Other than that *millennials* in this era, they assumed that Matahari was not their store to shopping. Therefore to convincing this kind of problem, the author did some qualitative research to the company. The company said that there was *millennials* assumed that Matahari was lack of *Cool Factor to millennials*.

After the author did some research internal as well as external research by using secondary data and primary data and applying some theory that have been studied to determine the root of the problem, the author found the root of the problem that caused by *brand* of Matahari it self or *brand* of Matahari's merchandise that it is not accordance with *millennials* generation.

As a result, the author suggests some alternative solution that can be implemented to the company. The alternative solution that suggest to the company came from some theory such as, visual merchandising, facility design, *brand* story, communication strategy, and other theory that courage the alternative solution. This is the alternative solution that the author gave to the company,

- Strengthen the *brand* identity of direct purchase product (direct purchase of Matahari's product)
- Establish youth area (Collective youth *brand* from Matahari)
- Make an advertising content with strengthen and enhance element of youth

According of the alternative solution was offered to the company and discuss it with the author. The author did some scoring to each alternative solution with Weighted Rated Evaluation Method. Here is an assessment that has been done by the company.

Factor	Bobot	Alternatif 1 (Brand Story)		Alternatif 2 (Youth Club)		Alternatif 3 (Konten Anak muda)	
		score	total	score	total	score	total
Cost	0.3	3	0.9	5	1.5	5	1.5
Time	0.1	3	0.3	3	0.3	2	0.2
Complex	0.15	2	0.3	3	0,45	2	0.3
Risk	0.2	3	0.6	4	0.8	3	0.6
efektifitas	0.25	4	1	4	1	4	1
TOTAL	1		3.1		4,05		3.6

Based on the table, it can be seen that form the three alternative solutions that have been offered form the author to the company. The company determine that the second alternative solution is an attractive solution and it can be considered by the compeny to be implemented.