

RINGKASAN EKSEKUTIF

Program *Project Case Improvement* memiliki tujuan untuk mengidentifikasi, mengukur, menganalisa, dan memberikan alternatif solusi, serta pilihan solusi terbaik untuk memperbaiki permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan Berrybenka. Dalam merancang karya tulis ini, penulis melakukan beberapa penelitian kuantitatif dan kualitatif serta strategi untuk merancang proyek perbaikan melalui aktivitas praktik kerja yang dijalankan selama tiga bulan penuh di perusahaan Berrybenka.

Performa yang diberikan Berrybenka dinilai masih kurang maksimal yang dibuktikan dari hasil *traffic rank* perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang menyatakan bahwa posisi peringkat perusahaan Berrybenka masih jauh dibawah pesaing utamanya yaitu Zalora. Sehingga permasalahan utama yang dihadapi perusahaan ini adalah masih rendahnya *awareness* Berrybenka sebagai *fashion e-commerce* di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti konten promosi, Website, media sosial yang dinilai masih monoton.

Untuk menanggapi hal tersebut, penulis menggunakan strategi *Buzz Marketing* yang mengacu kepada optimalisasi *mobile application* Berrybenka yang baru diaplikasikan diawal tahun 2015. Penggunaan strategi *Buzz Marketing* dinilai efektif di era *digital* saat ini dan sesuai dengan target audiens yaitu pada segmen wanita yang berumur 18-25 tahun.

Penulis telah merancang beberapa alternatif solusi yang bertujuan untuk memecahkan permasalahan perusahaan saat ini. Langkah-langkah perancangan pemecahan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menganalisa keadaan internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan analisa SWOT.
2. Menganalisa akar-akar permasalahan perusahaan Berrybenka dengan menggunakan teori *fishbone* dari tiga aspek yang paling krusial *product*, *promotion*, dan *people*.
3. Menentukan akar permasalahan yang paling penting dan mendesak dengan menggunakan diagram *urgent-important analysis*.
4. Langkah terakhir menyusun rencana implementasi dalam 1 periode (4 bulan) untuk menghasilkan performa pemasaran yang lebih efektif.

Langkah-langkah diatas digunakan untuk mendukung upaya mengatasi akar permasalahan yang ada. Perencanaan langkah kerja ini disusun berdasarkan skala prioritas dengan menghubungkan konsep yang sesuai.

EXECUTIVE SUMMARY

Case Project Improvement Program has the objective to identify, measure, analyze, and provide alternative solutions, as well as the selection of the best solution to fix the problems faced by companies Berrybenka. In designing this paper, the authors conducted several quantitative and qualitative research and strategy to design improvement projects through the activity of working practices which run for three months in the company Berrybenka.

Performance given Berrybenka still less than the maximum rated as evidenced from the results of a traffic rank of e-commerce company in Indonesia which states that the ranking position of the company Berrybenka still far below the main competitor Zalora. So the main problem faced by these companies is still low awareness Berrybenka as fashion e-commerce in Indonesia. It is caused by several factors such as content promotion, website, social media is still considered monotonous.

In response to this, the authors use Buzz Marketing strategy, which refers to the optimization of a new mobile application Berrybenka applied at the beginning of 2015. The use of Buzz Marketing strategy is considered effective in today's digital era and in accordance with the target audience is the segment of women aged 18-25 years.

The author has designed several alternative solutions aimed at solving the company's problems today. Step-by-step design of solving the problem is as follows:

1. Analyze the internal and external situation using SWOT analysis.
2. Analyze the root causes Berrybenka company using fishbone theory of the three most crucial aspects of product, promotion, and people.
3. Determine the root cause of the most important and urgent to use urgent-important chart analysis.
4. The final step implementation plan within one period (4 months) to produce a more effective marketing performance.

The steps above are used to support efforts to tackle the root of existing problems. Planning work steps was compiled based on priorities by linking the appropriate concept.

