

RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri *marketing research* di Indonesia merupakan industri yang memiliki peluang pasar yang terus berkembang. Adanya kesempatan tersebut merupakan hal yang menguntungkan, tetapi bisa juga sebagai ancaman bagi perusahaan industri *marketing research* di Indonesia. Pasalnya, semakin meningkatnya industri riset artinya persaingan antarperusahaan tersebut juga semakin kuat. Melihat saat ini banyak perusahaan *multinational* yang juga masuk ke Indonesia dan menggeser posisi industri riset lokal, seperti MARS Indonesia.

Berdasarkan analisis kuantitatif dan kualitatif memperlihatkan bahwa *repeat order* pada *existing client* MARS Indonesia sangat rendah. Disamping itu, penulis juga mendapati bahwa perusahaan MARS Indonesia merupakan perusahaan riset lokal yang 70% pendapatannya dipengaruhi oleh *customized research*. Artinya peran *customized research* dinilai sangat penting bagi kehidupan perusahaan. Oleh karena itu, penulis ingin menyelesaikan rendahnya *repeat order* tersebut melalui pendekatan *internal marketing* yang diaplikasikan ke dalam *training program*.

Training yang penulis berikan akan dibagi dalam setiap tahapan riset berdasarkan kebutuhan karyawan MARS Indonesia, dari *pre research*, *during research* dan *post research*. Berdasarkan kebutuhan tersebut, *training* yang akan diberikan meliputi *marketing research training*, *B2B sales presentation training*, dan *negotiation skill training*. *Training* ini ditujukan khusus untuk para karyawan MARS Indonesia pada divisi *customized research* untuk mendorong agar *existing client* melakukan *repeat order*. Dalam rangkaian *training program* ini, karyawan dituntut

untuk mengikuti seluruh rangkaian training dan diberi motivasi serta tantangan agar target untuk meningkatkan *repeat order* bisa tercapai. Dalam *training program* ini penulis ingin lebih mengedukasi karyawan, karena penulis meyakini bahwa dengan mengedukasi karyawan akan merubah *image* perusahaan dan mendorong para karyawan untuk berkontribusi serta penulis melihat adanya dampak yang positif terhadap angka penjualan apabila karyawan diberi pelatihan sebelum menangani proyek.



EXECUTIVE SUMMARY

Today, in Indonesia marketing research industry is an industry with evolving market opportunities. This opportunity is profitable, but also can be a threat for the research industry in Indonesia. This is due to, the increasing of research industry means the competition between companies are also getting stronger. Additionally, there are so many multinational company invading to Indonesia and shifting the position of local research industry, just as MARS Indonesia.

Based on quantitative and qualitative research, repeat order on existing client in MARS Indonesia is very low. Besides, authors found the income of MARS Indonesia are 70% come from customized research. That means customized research has profoundly important role for company's life. Based on the statement above, authors want to solve problems about the lack of repeat order through internal marketing approach that it would be applied to the training program.

The authors will divide the training program based on MARS Indonesia's employees needs, from pre research, during research, and post research. Based on needs above, there are three type of training, marketing research training, B2B sales presentation training, and negotiation skills training. The training program are for MARS Indonesia's employees in customized research division to encourage them to push existing client do repeat order. In this training program, employees are required to follow the entire of training and given the motivation and challenge for the target to increase repeat orders can be achieved. Through this program, the authors wants to educate the employees. For the reason, educating the employees will changed the image of the company and encourage them to contribute, and the authors see that it

has positive impact on sales when the employees are given training before tackling the project.

