

## RINGKASAN EKSEKUTIF

*Project Case Improvement* yang dijalankan penulis meliputi dengan mengidentifikasi masalah, menganalisa sumber masalah, dan pengajuan alternatif solusi bagi PT Voksel Electric pada bagian Divisi pemasaran yang terkandung di dalamnya adalah sub-Divisi Sektor Swasta. Tujuan dari proyek perbaikan ini adalah memperbaiki salah satu dari sistem pemasaran yang dijalankan oleh *salespeople* PT Voksel Electric. Metode yang digunakan adalah analisa kualitatif yang diperoleh penulis selama masa magang sebagai asisten *salespeople* Divisi Sektor Swasta.

Dari hasil identifikasi masalah yang dilakukan oleh penulis, masalah utama yang dipilih adalah sistem pemasaran perusahaan yang terpaku dengan sistem pemasaran yang terfokus pada penjualan secara personal tanpa melakukan pendekatan lain. Teori yang digunakan adalah teori pemasaran antarbisnis dan komunikasi pemasaran yang terintegrasi. Sebagai landasan pendekatan konseptual, penulis menggunakan diagram sebab akibat. Pada pemilihan alternatif solusi, yaitu program komunikasi pemasaran yang terintegrasi, penulis melakukan diskusi dengan *supervisor* yang ada di tempat magang, sehingga solusi yang dipilih sesuai dengan kebutuhan serta kapabilitas perusahaan.

Melalui aplikasi solusi terbaik dan rencana satu tahun ke depan yang dijalankan secara terencana dan tepat guna, maka diproyeksikan Divisi Sektor Swasta dapat perlahan memperkuat citra PT Voksel Electric di mata pelanggan yang ada saat ini dan pembeli potensial.

## EXECUTIVE SUMMARY

Project Case Improvement that undertaken by the authors include identifying problems, analyzing the source of the problem, and the submission of alternative solutions for PT Voksel Electric in the marketing Division contained in it is a sub-Division of the Private Sector. The purpose of the improvement project is to improve one of the marketing system run by salespeople of PT Voksel Electric. The method used is qualitative analysis obtained by the author during her internship as an assistant of Private Sector Division's salespeople.

From the results of the identification problem conducted by the authors, the main problem is the marketing system that chosen by the company only focuses on personal selling without another approach. The theory used is the theory of business marketing and integrated marketing communications. As the foundation of the conceptual approach, the author uses a causal diagram. When selecting an alternative solution, integrated marketing communication program, the authors held discussions with the supervisor at the internship, so that the solution chosen in accordance with the needs and capabilities of the company.

Through the application of the best solutions and plans for the year ahead run in a planned and appropriate workforce, the private sector Division is projected to gradually strengthen its brand image of PT Voksel Electric in front of the current customers and potential buyers.