

RINGKASAN EKSEKUTIF

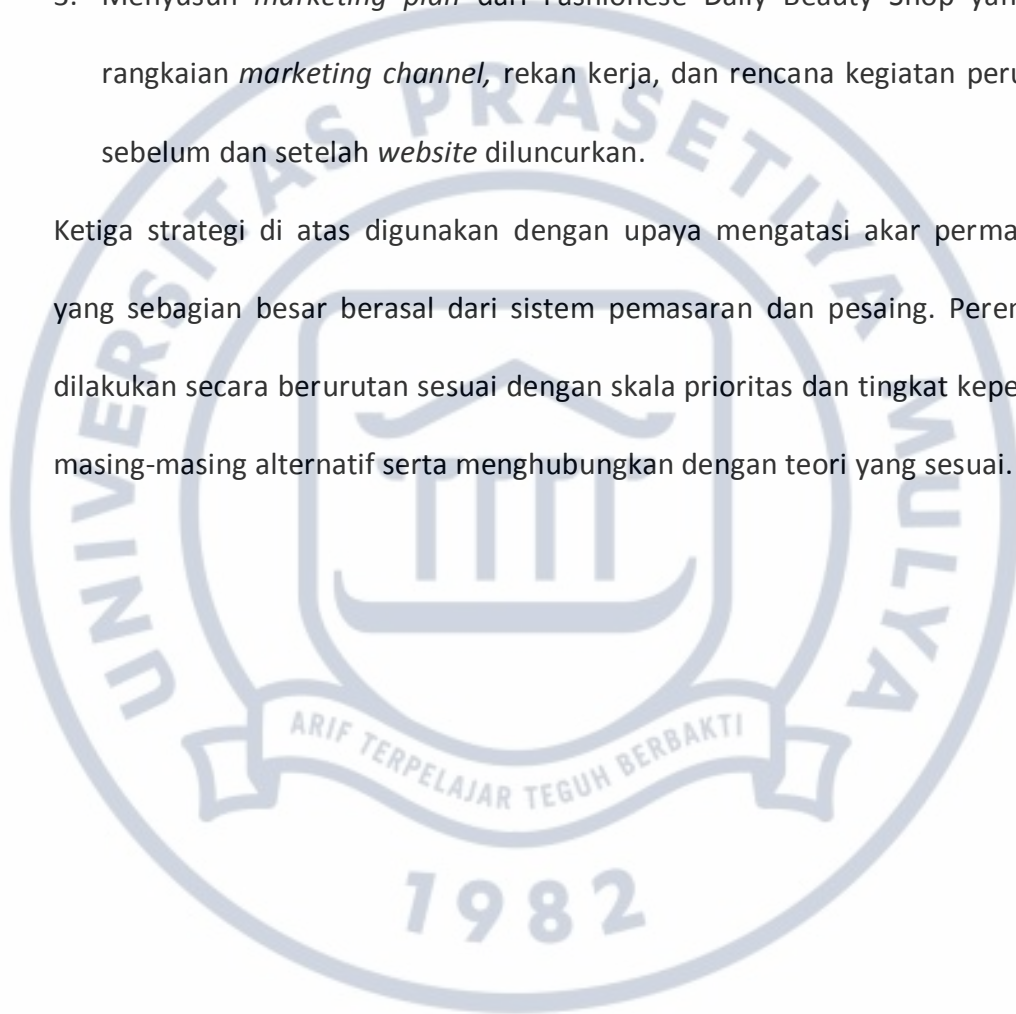
Program *Project Case Improvement* memiliki tujuan utama mengidentifikasi, menganalisis, dan memberikan alternatif solusi serta rekomendasi yang tepat bagi PT Daily Dinamika Kreasi. Sebagai pendukung penulisan karya tulis, penulis terlibat langsung dalam penyebaran survei, dan perancangan pengembangan produk baru yang akan mereka luncurkan melalui kegiatan magang yang penulis jalankan selama empat bulan penuh di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, masalah yang teridentifikasi ialah belum adanya faktor pembeda dari produk baru Female Daily Network yang bernama Fashionese Daily Beauty Shop serta belum ditentukannya strategi *positioning* apa yang akan mereka gunakan agar siap bersaing dengan kompetitornya yang sudah beroperasi terlebih dahulu. Teori yang akan penulis gunakan dalam penulisan karya tulis ini adalah *Gap Analysis*, yang mengidentifikasi celah antara ekspektasi konsumen dan apa yang dijalankan manajemen, *Digital Marketing Framework*, untuk menganalisis perkembangan dunia *digital* beserta perilaku konsumen *digital* itu sendiri, dan yang terakhir adalah *Positioning Strategy*, untuk mengetahui pilihan strategi *positioning* mana yang harus dipilih oleh pihak manajemen.

Penulis telah merancang beberapa pemecahan masalah yang bertujuan untuk mencari dan menentukan faktor pembeda Fashionese Daily Beauty Shop dengan *online beauty commerce* lain yang merupakan kompetitornya. Faktor pembeda tersebut diharapkan dapat menjadi kelebihan kompetitif bagi Fashionese Daily Beauty Shop ketika bersaing pada industri *online beauty retailer*. Perancangan pemecahan masalah tersebut ialah sebagai berikut.

1. Memilih dan menentukan strategi *positioning* yang dapat digunakan oleh Fashionese Daily Beauty Shop.
2. Menentukan strategi *positioning* yang tepat bagi perusahaan, serta memberikan rekomendasi *positioning statement* bagi *website*.
3. Menyusun *marketing plan* dari Fashionese Daily Beauty Shop yang berisi rangkaian *marketing channel*, rekan kerja, dan rencana kegiatan perusahaan sebelum dan setelah *website* diluncurkan.

Ketiga strategi di atas digunakan dengan upaya mengatasi akar permasalahan yang sebagian besar berasal dari sistem pemasaran dan pesaing. Perencanaan dilakukan secara berurutan sesuai dengan skala prioritas dan tingkat kepentingan masing-masing alternatif serta menghubungkan dengan teori yang sesuai.



EXECUTIVE SUMMARY

The Project Case Improvement Program is having the main purpose of identifying, analyzing, and provide an alternative solution and recommendations that are right for PT Daily Dinamika Kreasi. As a supporter of writing a piece of writing, the author got directly involved in the spread of surveys, and design the development of new products that the company would launch through a four-month internship at the company.

Based on the results of the observations made, the problems identified are not distinguishing factors of the existence of new products Female Daily Network named Fashionese Daily Beauty Shop as well as their positioning strategies yet what they will use in order to be ready to compete with its competitors which have operated on first. The theory that the author used in the writing of this paper is the Gap Analysis, which identified the gap between consumer expectations and what the management has executed, a Digital Marketing Framework, to analyze the development of the digital world with the digital consumer behavior itself, and the latter is a Positioning Strategy, to find out which of the positioning strategy option must be chosen by the management.

The author has designed some of the resolution aims to locate and determine the differentiating factor of Fashionese Daily Beauty Shop with other online beauty commerce as its competitors. The differentiating factor is expected to be a competitive advantage for Fashionese Daily Beauty Shop when competing in the online beauty retailer industry. The design of the solution is as follows.

1. Choose and decided on a strategy that can be used by positioning fashionese the beauty shop.
2. Determine the appropriate positioning strategy for the company, as well as provide recommendations for positioning statement for the website.
3. Composing a marketing plan from Fashionese Daily Beauty Shop that contains a series of marketing channel, co-workers, and the plan of activities of the company before and after the website was launched.

All of the three strategies above is used with the efforts to overcome the root problems that mostly comes from the marketing system and the competitors. The planning is done sequentially according to the scales of the priority and importance of each of these alternatives as well as connecting with the appropriate theory.

