

RINGKASAN EKSEKUTIF

Laporan ini mencakup keseluruhan *Project Improvement* yang dilaksanakan oleh penulis terhadap PT. Teco Multiguna Elektro. Teco merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri elektrik motor listrik dan *Air Conditioner (AC)* sejak tahun 1981. Pada laporan ini, penulis mencari masalah yang ada di Teco kemudian mencari solusi dan melakukan implementasi dari alternatif solusi tersebut. Penulis melakukan 2 jenis riset yaitu internal dan eksternal melalui wawancara langsung dengan pihak internal Teco, menyebar kuesioner, menggunakan konsep *RFM (Recency, Frequency, Monetary)*. Penulis melakukan riset untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh PT. Teco Multiguna Elektro. Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan oleh penulis, terdapat hasil bahwa masalah prioritas Teco berada pada *brand association* dari Teco masih kurang. Maka dari itu, target perbaikan pada *Project Improvement* ini adalah meningkatkan nilai *brand associations* sebesar 0.22 dengan kompetitor utama dalam kurun waktu April 2023 hingga Mei 2023. Pembuatan laporan ini berdasarkan teori-teori yang sudah dipelajari di mata kuliah Branding yaitu *brand equity, brand associations, perceived quality, brand development strategy, integrated marketing communication* dan ruang informasi. Sedangkan pada lingkup perbaikan, penulis menggunakan teori *AIDA* dan *Customer Path 5A*. Rencana jangka pendek dari masalah yang diangkat yaitu *communication extension*. Solusi dari masalah yang ada adalah dengan melakukan *optimized social media* berupa pembuatan konten di media sosial Instagram serta pelaksanaan *campaign marketing* dan *sales promotion*. Pada akhir periode *Project Improvement* sudah berhasil mencapai target perbaikan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

EXECUTIVE SUMMARY

This report covers the entire Project Improvement carried out by the author for PT. Teco Multipurpose Electro. Teco is a company engaged in the electric motors and air conditioner (AC) industry since 1981. In this report, the authors look for the problems that exist in Teco, then look for solutions and implement alternative solutions. The author conducted 2 types of research, namely internal and external through direct interviews with Teco internal parties, distributing questionnaires, using the concept of RFM (Recency, Frequency, Monetary). The author conducted research to find out the problems faced by PT. Teco Multipurpose Electro. Based on the results of the research conducted by the author, there is a result that Teco's priority problem which is in the brand association of Teco is still lacking. Therefore, the improvement target in this Improvement Project is to increase the value of brand associations by 0.22 with the main competitors in the period April 2023 to May 2023. This report is based on theories that have been studied in the Branding course, namely brand equity, brand associations, quality perception, brand development strategy, integrated marketing communications and information space. While in the scope of improvement, the authors use the theory of AIDA and Customer Path 5A. The short term plan of the issues raised is communication extension. The solution to the existing problem is to optimize social media in the form of creating content on Instagram social media and implementing marketing and sales promotion campaigns. At the end of the Project Improvement period, it has succeeded in achieving the previously set improvement targets.