

RINGKASAN EKSEKUTIF

It Phang Education Center merupakan lembaga bimbingan belajar yang memfasilitasi sekolah Reguler, Bilingual, dan Internasional khususnya mata pelajaran Matematika, IPA (Fisika & Kimia), Ekonomi dan Akuntansi yang sudah mengurus murid dari 21 jenis sekolah (Penabur, Ipeka, Tzu Chi, Kanisius, Dll) dan sudah beroperasi sejak tahun 2001 di Muara Karang. It Phang Education Center telah menetapkan diri sebagai institusi dengan sejarah panjang dan kualitas pengajaran yang solid sejak tahun 1987. Dengan guru-guru yang memiliki lebih dari 15 tahun pengalaman dan materi eksklusif yang sesuai dengan kurikulum sekolah. Setelah mengetahui asal usul perusahaan, penulis mulai mengidentifikasi masalah dengan beberapa metode penggalian data kualitatif dan kuantitatif. Setelah melakukan identifikasi masalah penulis mendapatkan empat masalah yaitu rendahnya *brand awareness* It Phang Education di Jakarta Utara, rendahnya *Customer Retention*, Komunikasi yang rendah Guru dengan Orang tua, dan Kurangnya Efektifitas dan Optimalisasi *Digital Marketing* di Media Sosial. Rendahnya *brand awareness* It Phang Education di Jakarta Utara merupakan masalah utama karena *awareness* merupakan hal penting maupun utama dalam menjalankan dan memperbesar sebuah bisnis. Pendekatan konseptual yang penulis gunakan untuk membantu permasalahan utama yaitu menggunakan teori *brand awareness*, *brand activation*, *integrated marketing communication*, *social media marketing*, *interactive marketing*, serta *conversion rate*. Dengan persetujuan dan diskusi bersama perusahaan, penulis mengusulkan tiga alternatif solusi yaitu Melakukan aktivasi dengan memanfaatkan *Public Relation*, Membuat kampanye konten edukatif digital, dan Membuat Aktivasi *Offline Pop Up Booth* Tes Potensi Anak. Setelah menggunakan diagram keputusan, penulis dan perusahaan memutuskan untuk membuat *aktivasi offline pop up booth* tes potensi anak di daerah Jakarta Utara. Dalam tugas *project improvement* ini, penulis berhasil meningkatkan *brand awareness* It Phang Education Center dengan tolak ukur *conversion rate*, KPI (*Key Performance Indicator*) media sosial instagram, dan peningkatan *brand awareness* dari perbandingan kuesioner *google form*.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong

EXECUTIVE SUMMARY

It Phang Education Center is a tutoring institution that facilitates Regular, Bilingual and International schools, especially Mathematics, Science (Physics & Chemistry), Economics and Accounting subjects which has taken care of students from 21 types of schools (Penabur, Ipeka, Tzu Chi, Kanisius, Etc.) and has been operating since 2001 in Muara Karang. It Phang Education Center has established itself as an institution with a long history and solid teaching quality since 1987. With teachers who have more than 15 years of experience and exclusive materials that are in line with the school curriculum. After knowing the origins of the company, the author began to identify problems using several qualitative and quantitative data mining methods. After identifying problems, the author found four problems, namely low brand awareness of It Phang Education in North Jakarta, low customer retention, low communication between teachers and parents, and lack of effectiveness and optimization of digital marketing on social media. The low brand awareness of It Phang Education in North Jakarta is a major problem because awareness is an important and main thing in running and expanding a business. The conceptual approach that the author uses to help with the main problem is using the theory of brand awareness, brand activation, integrated marketing communication, social media marketing, interactive marketing, and conversion rate. With approval and discussion with the company, the author proposes three alternative solutions, namely carrying out activation by utilizing public relations, creating a digital educational content campaign, and creating an offline pop up activation booth for testing children's potential. After using the decision diagram, the author and the company decided to create an offline activation of a pop up booth for testing children's potential in the North Jakarta area. In this project improvement task, the author succeeded in increasing the brand awareness of It Phang Education Center by measuring the conversion rates, KPI (Key Performance Indicator) for Instagram social media, and increasing brand awareness by the comparison of Google Form questionnaires.