

RINGKASAN EKSEKUTIF

Arthomoro Cellular adalah sebuah brand toko ritel gadget yang terletak di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Arthomoro Cellular sedang dihadapkan oleh penurunan jumlah penjualan dari beberapa tahun belakangan. Fenomena penurunan jumlah penjualan tersebut disebabkan oleh adanya perubahan preferensi dan kebutuhan dari generasi muda yang cenderung memilih kepraktisan dalam berbelanja. Tidak hanya itu, pihak kompetitor yang semakin agresif dalam melakukan pemasaran dan merebut pangsa pasar gen Z dari Arthomoro Cellular membuat Arthomoro Cellular semakin tertinggal dan terlupakan.

Dengan melakukan penelitian *consumer behavior*, penulis menemukan permasalahan utama yaitu lokasi toko ritel Arthomoro Cellular jauh dari penduduk, dari masalah ini, disebabkan oleh Arthomoro Cellular tidak memiliki budaya inovasi untuk menanggulangi masalah jarak yang ada.

Penulis menggunakan pendekatan konseptual *design thinking*, *service marketing*, *service innovation*, *brand activation* dan *relationship marketing*, dalam membantu penulis mengusung solusi berupa inovasi baru yang belum pernah ditawarkan oleh kompetitor lainnya yaitu pengalaman yang mudah dalam berbelanja *gadget*.

Alternatif solusi terpilih diharapkan akan menaikan tendensi ketertarikan konsumen muda untuk membeli di Arthomoro Cellular. Solusi yang terpilih dinamakan *home service and consultation*, yang sesuai dengan preferensi, kebutuhan target pasar dan persetujuan dari pihak internal. *Home service and consultation* didukung dengan kampanye #ArthomoroTOLAKRibet!. Pelaksanaan pemasaran acara akan diselenggarakan pada 12 Mei 2024, kemudian, implementasi inovasi akan dilakukan selama 14 hari, mulai dari 07 Mei 2024 sampai dengan 21 Mei 2024.

Berdasarkan dari hasil evaluasi yang penulis dapatkan, kampanye berhasil mendapatkan antusiasme dari para peserta dan membantu dalam mempromosikan *home service and consultation*. Kemudian, *home service and consultation* berhasil mencapai target perbaikan yang telah ditentukan yaitu menaikkan jumlah potensial pembeli yang berdomisili jauh dari toko ritel fisik Arthomoro Cellular.

Kata Kunci:

Perubahan preferensi, Kompetitor, Inovasi, Pemasaran.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong



EXECUTIVE SUMMARY

Arthomoro Cellular is a retail gadget store brand located in Banjarmasin, South Kalimantan. Arthomoro Cellular has been facing a decline in sales over the past few years. This decline is attributed to changes in the preferences and needs of the younger generation, who tend to favor convenience in their shopping experiences. Additionally, increasingly aggressive marketing efforts by competitors have eroded Arthomoro Cellular's market share among Gen Z, causing the brand to fall behind and be forgotten.

Through consumer behavior research, the main issue identified is the store's location being far from residential areas. This problem is exacerbated by Arthomoro Cellular's lack of an innovation culture to address the distance challenge.

The author employs a conceptual approach utilizing design thinking, service marketing, service innovation, brand activation, and relationship marketing to propose a novel solution not yet offered by competitors: a simplified gadget shopping experience.

The selected alternative solution aims to increase young consumers' interest in purchasing from Arthomoro Cellular. The chosen solution, named home service and consultation, aligns with the preferences and needs of the target market and has internal approval. Home service and consultation is supported by the campaign #ArthomoroTOLAKRibet!. The marketing event will take place on May 12, 2024, followed by the implementation of the innovation over 14 days, from May 7, 2024, to May 21, 2024.

Based on the evaluation results, the campaign successfully garnered enthusiasm from participants and assisted in promoting the home service and consultation. Subsequently, the home service and consultation achieved the set improvement targets, namely

increasing the number of potential buyers residing far from the physical retail store of Arthomoro Cellular.

Keywords: Changing preferences, Competitors, Innovation, Marketing.

