

RINGKASAN EKSEKUTIF

League merupakan merek Indonesia yang dikelola oleh PT. BERCA SPORTINDO sejak tahun 2004, dengan fokus utama pada desain, manufaktur, dan ritel alas kaki. League menyediakan produk yang menggabungkan estetika dengan fungsionalitas, terutama dalam kategori sepatu lari, sepak bola, futsal, basket, dan gaya hidup. Selain itu, League aktif sebagai sponsor dalam acara olahraga dan gaya hidup, termasuk menjadi sponsor tim nasional Indonesia di Olimpiade London 2012. Penelitian ini mengidentifikasi masalah signifikan terkait persepsi konsumen terhadap kualitas produk League yang sering kali mengalami penurunan atau masa pakai yang tidak memuaskan dan mendapatkan “Persepsi konsumen terhadap kualitas menurun” sebagai akar dari masalah yang ada. Keluhan utama konsumen adalah terkait kekuatan dan daya tahan sepatu yang cepat rusak. Target perbaikan adalah meningkatkan indeks persepsi kualitas konsumen dari 6.65 menjadi 7.3 dalam 3 bulan (19 Februari - 1 Mei 2024) dengan pendekatan CBBE. Solusi alternatif yang diusulkan adalah melaksanakan aktivasi di acara Jakarta Lebaran Fair 2024. Setelah aktivasi ini berjalan, hasil yang didapatkan mencapai target dan bahkan melampauinya dari target awal yaitu 7.3 menjadi 8.65. Langkah ini membuktikan hal ini dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas untuk jangka waktu yang pendek. Kesimpulannya, walaupun hal ini berhasil dalam mengatasi masalah yang ada, tetapi langkah ini masih merupakan langkah awal dan perlu dikembangkan lebih lagi dalam pelaksanaannya untuk mendapatkan hasil yang konsisten untuk jangka waktu yang lebih luas lagi.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong

EXECUTIVE SUMMARY

League is an Indonesian brand managed by PT. BERCA SPORTINDO since 2004, with a primary focus on footwear design, manufacturing and retail. League provides products that combine aesthetics with functionality, especially in the running, soccer, futsal, basketball, and lifestyle shoe categories. In addition, the League is active as a sponsor in sporting and lifestyle events, including sponsoring the Indonesian national team at the 2012 London Olympics. This research identified significant problems related to consumer perceptions of the quality of League products which often experience a decline or unsatisfactory service life and receive "Consumer perception of quality is decreasing" as the root of the existing problem. Consumers' main complaints are related to the strength and durability of shoes, which quickly wear out. The improvement target is to increase the quality perception index for consumers from 6.65 to 7.3 in 3 months (19 February - 1 May 2024) with the CBBE approach. The proposed alternative solution is to carry out activation at the Jakarta Lebaran Fair 2024 event. After this activation took place, the results obtained reached the target and even exceeded it from the initial target of 7.3 to 8.65. This step proves that it can improve consumer perceptions of quality for a short period. In conclusion, although this has successfully overcome existing problems, this step is still a preliminary step. It needs to be further developed in its implementation to get consistent results over a wider period.