

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT WAUWINDO PERMATA NUSANTARA merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang retail *fashion* di Indonesia sejak tahun 2018. Merek yang berjalan dibawah naungan PT WAUWINDO PERMATA NUSANTARA adalah WAUW Jeans yang berfokus pada pakaian *streetwear* serta menargetkan kaum millennial & generasi Z, yang beroperasi di pasar *online*. Pada laporan *Project Improvement* ini, penulis akan mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh perusahaan dengan beberapa metode penggalan data kualitatif dan kuantitatif. Beberapa masalah yang ditemui adalah *brand recognition* yang kurang optimal, *conversion* yang menurun, *customer dissatisfaction*, dan *misunderstanding of brand knowledge*. Dari masalah - masalah tersebut, penulis menerapkan beberapa konsep yang telah dipelajari selama masa perkuliahan antara lain : Pengetahuan Merek, Pemasaran Komunitas, Tahapan Pembelian, Bauran Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Pemasaran Digital, dan Manajemen Strategis. Sehingga dari masalah - masalah tersebut, penulis menyarankan 3 solusi alternatif yang akan diusulkan yaitu riset dan *event* komunitas, riset dan *promotional content*, serta riset dan *public relation*. Riset dan *promotional content* adalah solusi yang terpilih untuk dieksekusi oleh perusahaan guna untuk mengoptimalkan *brand recognition* dari WAUW Jeans agar tidak kalah saing dengan kompetitornya.

EXECUTIVE SUMMARY

PT WAUWINDO PERMATA NUSANTARA is one of the companies engaged in the retail fashion industry in Indonesia since 2018. The brand under PT WAUWINDO PERMATA NUSANTARA is WAUW Jeans, which focuses on streetwear clothing and targets millennials and Generation Z, operating in the online market. In this Project Improvement report, the author will identify the problems faced by the company using various qualitative and quantitative data mining methods. Some of the encountered problems are unoptimized brand recognition, declining conversion, customer dissatisfaction, and misunderstanding of brand knowledge. From these issues, the author applies several concepts learned during the academic period, including Brand Knowledge, Community Marketing, Purchase Process, Marketing Mix, Integrated Marketing Communication, Digital Marketing, and Strategic Management. Therefore, based on these problems, the author suggests three alternative solutions to be proposed, namely community research and events, research and promotional content, and research and public relations. Research and promotional content is the chosen solution to be executed by the company in order to improve and optimize the brand recognition of WAUW Jeans and remain competitive with its competitors.