

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kegiatan proyek yang dilaksanakan pada perusahaan PT Karya Niaga Abadi (J&T Express Malang) dapat membantu perusahaan dalam rangka untuk meningkatkan *brand awareness* dari J&T Express yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express. Perencanaan proyek ini berjalan dalam rentang waktu 2 bulan, yaitu bulan April dan Mei. Proyek ini dihasilkan melalui *brainstorming* antara pihak perusahaan, tim penulis serta dosen pembimbing untuk memenuhi permintaan perusahaan dalam meningkatkan *brand awareness* produk dan layanan dari J&T Express.

Saat ini perusahaan memiliki fokus strategi *marketing* yang menyoar segmentasi mahasiswa. Segment mahasiswa merupakan potensi yang baik dimasa yang akan mendatang, hal ini dikarenakan mahasiswa merupakan agen perubahan dimasa yang akan datang. Proyek ini ditujukan untuk memberikan strategi kepada perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* J&T Express. Strategi yang diberikan oleh tim penulis adalah dengan pengadaan *event* seminar dan *business competition* untuk kalangan mahasiswa di Kota Malang dengan tema “*Youth Citizen Entrepreneurship Competition*”.

Event Youth Citizen Entrepreneurship Competition merupakan *event* edukatif dan kreatifitas bersama mahasiswa Kota Malang. *Event* ini dilaksanakan melalui

media *online*, sehingga pelaksanaannya tidak terhalang oleh jarak dan waktu. Kegiatan yang akan dilakukan dalam *event* ini adalah seminar mengenai edukasi produk dan layanan dari jasa pengiriman J&T Express serta *sharing* pengalaman dengan pelanggan VIP J&T Express, kemudian akan dilanjutkan dengan kegiatan *business competition*. Ketika melaksanakan *event* dibutuhkan misi yang jelas, anggaran biaya untuk melaksanakan *event*, *rundown* acara pelaksanaan *event*, tata cara pelaksanaan *event* yang jelas serta susunan kepanitiaan agar *event* tersebut bisa berjalan dengan lancar dan sesuai harapan.

5.2. Keterbatasan Proyek

1. Tim penulis melakukan tugas akhir proyek pada PT Karya Niaga Abadi (J&T Express Malang) pada bulan Maret sampai Juni 2021.
2. Data yang dikumpulkan dan digunakan dalam laporan ini mengacu pada data resmi perusahaan.
3. Proyek ini dilaksanakan untuk mahasiswa Kota Malang.
4. Tim penulis melakukan proyek hanya sampai terciptanya konsep dari *event* proyek ini, dan untuk implementasi dari *event* yang telah dirancang akan dikembalikan lagi kepada pihak perusahaan.

5.3. Saran dan Tindak Lanjut

Pihak perusahaan diharapkan dapat menjalankan strategi yang telah dirancang oleh tim penulis untuk meningkatkan *brand awareness* dari J&T Express agar dapat lebih unggul dari pesaingnya. Perencanaan ini dapat disesuaikan dan disempurnakan oleh pihak perusahaan apabila dirasa kurang tepat atau kurang sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan. Penulis menyarankan agar strategi ini

dapat segera dijalankan agar perusahaan dapat segera meningkatkan permintaan dari produk dan layanan J&T Express dan juga J&T Express lebih dikenal dan diminati oleh konsumen.

Event Youth Citizen Entrepreneurship Competition juga bisa dilaksanakan secara nasional, agar lebih banyak lagi jangkauan yang bisa diraih J&T Express untuk mengenalkan produk dan layanan dari J&T Express. Selain itu, pelaksanaan *Event Youth Citizen Entrepreneurship Competition* bisa dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Ma Chung Malang pada semester yang akan mendatang. PT Karya Niaga Abadi (J&T Express) bisa bekerja sama kembali dengan Universitas Ma Chung Malang.