



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

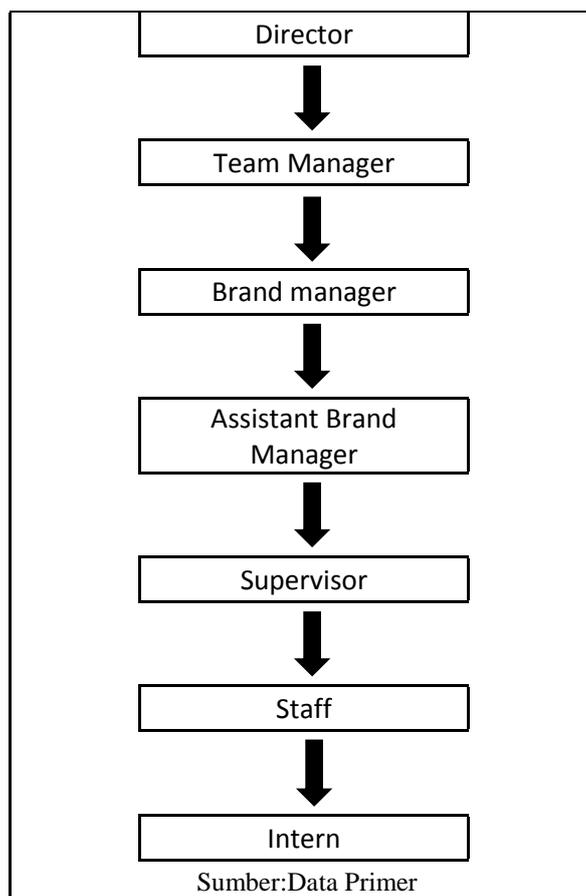
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melakukan pelaksanaan kerja magang di PT. Gumindo Bogamanis atau biasa lebih dikenal dengan produk yang dikeluarkannya, yaitu Kuaci Rebo. Pada pelaksanaan kerja magang ini, penulis ditempatkan pada *Marketing Department* (pemasaran) dibawah divisi *Brand Management*. Penulis dalam hal ini ditempatkan sebagai *Internship*, tepatnya sebagai *Digital Media & Business Administration Internship*. Pada posisi ini penulis berkoordinasi langsung dengan Pak Deni selaku *Assistant Brand Manager*, dibawah pengawasan langsung Pak Marselus Albert sebagai *Marketing Manager* sekaligus sebagai supervisor penulis selama kegiatan kerja magang.

Gambar 3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Berdasarkan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT) Pemagangan yang di setujui oleh pihak PT. Gumindo Bogamanis dan Penulis. Penulis bertanggung jawab atas *digital media* dengan mengelolah media sosial milik Kuaci Rebo untuk meningkatkan *engagement* dengan konsumen. Penulis juga melakukan *business administration* untuk meninjau kembali program yang berjalan. Dan penulis juga bertanggung jawab atas pekerjaan sesuai instruksi sesuai dengan arahan yang di berikan oleh pihak PT. Gumindo Bogamanis.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam praktek kerja magang penulis sebagai digital media & business administration internship di PT. Gumindo Bogamanis, Penulis melakukan berbagai macam tanggung jawab pekerjaan yang sesuai dan berhubungan dengan program peminatan penulis di perkuliahan dengan posisi penulis di PT. Gumindo Bogamanis, yaitu sebagai berikut:

Table 3.1 Jenis Pekerjaan Pada Praktek Kerja Magang

No.	Pekerjaan	Koordinasi	Waktu Pengerjaan	Hasil
A. EVENT MARKETING				
<i>1. Event School to School</i>				
1	Melakukan visit ke lokasi event melihat langsung event berjalan dan melihat kendala yang ditemukan	Pak Deni	7 Februari 2020	Kegiatan inti event berjalan lancar namun menemui beberapa kendala sebelum dan sesudah event

2	Memberikan evaluasi dan saran improvisasi untuk event serupa selanjutnya	Pak Marsel & Pak Deni	10 Februari 2020	Menambahkan opsi baru dalam meningkatkan minat dan cara menarik dalam memberikan product knowledge
2. Event Hari Raya Imlek				
3	Menentukan tema menarik dalam merayakan hari raya imlek	Pak Deni	10 Januari 2020	Event akan berlangsung dari bulan Maret hingga Mei dengan ISH sebagai support
4	Mengunjungi lokasi event	Pak Deni	13 Januari 2020	Mengevaluasi kendala yang dihadapi oleh SPG dalam menjalankan kegiatan event
3. Nasional SPG Mobile MT				
5	Mengikuti meeting dengan pihak eksternal untuk berjalannya event nasional	Pak Marsel, Pak Deni, & Pihak ISH	12 Februari 2020	Event akan berlangsung dari bulan Maret hingga Mei dengan ISH sebagai support
6	Melakukan pemilihan terhadap lokasi event yang akan digunakan	Pak Tyo, Pak Imam, & Pak Deni	17 Februari 2020	Melakukan update serta revisi mengenai lokasi event yang mengalami kendala

7	Menghadiri proses pelatihan dan penanaman product knowledge kepada para SPG	Pak Marsel, Pak Imam, & Ibu Rani	25 Februari 2020	Mengetahui bagaimana cara kerja dan operasi kegiatan serta penggunaan aplikasi bantuan dari ISH untuk memonitor SPG
8	Melakukan visit ke lokasi event melihat langsung event berjalan dan melihat kendala yang ditemukan dan menilai langsung kinerja SPG terhadap product knowledge	Pak Deni	10 Maret 2020	Product knowledge berhasil dipahami oleh SPG, namun masih terjadi beberapa masalah dalam aplikasi pendukung
9	Membuat draft untuk activation yang akan dilakukan dalam mendukung kegiatan ini demi meningkatkan omset dan engagement dengan konsumen	Pak Deni	11 Maret 2020	Membuat timeline kegiatan, membuat list kebutuhan dan pemilihan outlet, merumus budget, dan merancang rundown acara. Lomba mewarnai dan lomba memindahkan kuaci dengan sumpit
4. Program Penyebaran Produk				
10	Budgeting dan pembuatan rancangan program promosi kegiatan	Pak Deni	4-Apr-20	Membuat rancangan program promosi dan budgeting beserta dengan mekanisme berjalannya kegiatan

B. BRAND DEVELOPMENT				
11	Mengajukan desain personafikasi karakter brand	Pak Marsel	12 Maret 2020	mengajukan 2 buah rancangan desain personafikasi karakter brand
C. DIGITAL MARKETING				
12	Memilih pemenang dari konsumen yang mengikuti lomba Reboomerang	Ibu Rani	7 Januari 2020	Menetapkan 3 orang peserta sebagai pemenang
13	Memeberikan konten untuk <i>platform digital</i> (Instagram)	Ibu Rani	4 Februari 2020	Konten edukasi mengenai cara meningkatkan daya imun tubuh dari Covid-19, salah satunya dengan kandungan yang dimiliki kuaci
14	Menghadiri seminar dan <i>workshop</i> oleh Whatsapp di <i>Facebook office</i>	Ibu Rani	27 Februari 2020	Mempelajari bagaimana cara yang baik dalam menggunakan bot/AI dalam meningkatkan customer service
D. ADMINISTRASI				
15	Melakukan administrasi data mengenai event yang di sponsori oleh Kuaci Rebo	Ibu Rani	6 Januari 2020	Melakukan pendataan mengenai sponsorship dalam event yang telah selesai

16	Melakukan validasi untuk klaim dari promo Kuaci Rebo	Pak Imam & Pak Tyo	22 Januari 2020	Validasi klaim distributor dari promo Kuaci Rebo
E. COMPETITOR ANALYSIS				
17	Mengumpulkan data untuk melakukan produk komparasi dengan kompetitor	Pak Marsel & Pak Deni	8 Januari 2020	Untuk mencari <i>opportunity</i> di persaingan kategori yang sama
18	Market visit untuk membuat <i>product intellegence</i>	Pak Marsel & Pak Deni	9 Januari 2020	Untuk mencari <i>opportunity</i> di persaingan kategori yang sama
19	Menganalisis produk panel komparasi kompetitor	Pak Marsel & Pak Deni	22 Januari 2020	Mengetahui persebaran produk kompetitor dan program yang sedang dijalankan

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Seperti yang telah disebutkan pada BAB sebelumnya, Penulis telah menjelaskan tahapan-tahapan yang harus dilalui terlebih dahulu sebelum dapat melakukan pelaksanaan kerja magang ini. Penulis menjalankan program kerja magang selama 6 bulan yang berlangsung dari tanggal 6 Januari 2020 s/d 6 Juli 2020. Pada saat penulisan laporan kerja magang ini, Penulis telah hampir menyelesaikan jumlah minimal pelaksanaan kerja magang yang ditetapkan oleh pihak UMN yakni 60 hari kerja.

Dalam periode waktu ini penulis telah turut serta dalam praktek kerja nyata yang dipercayakan oleh PT. Gumindo Bogamanis di berbagai kegiatan dan tentunya penulis mendapatkan pembekalan terlebih dahulu berupa *product knowledge* hingga program yang akan dilaksanakan, dengan hal ini penulis mendapat sebuah peluang kesempatan dalam belajar lebih mengenai *event marketing* dan mengimplementasikan teori-teori

beserta ilmu yang didapat dalam kelas perkuliahan dalam menghadapi *case* secara langsung.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

A. Event Marketing

Salah satu *job description* yang diberikan kepada penulis ialah turut ikut serta dalam meningkatkan *awareness* dan *engagement* dengan konsumen maupun calon konsumen melalui kegiatan *event marketing*. Moment ini juga dimanfaatkan untuk membangun citra baik bahwa Kuaci Rebo lebih baik dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Berikut adalah peran yang diberikan kepada penulis dalam beberapa *event* beserta uraian dari tiap-tiap *event* yang pernah dijalankan oleh penulis:

1. Event School to School



Sumber: Dok. Pribadi

Gambar 3.2 Kegiatan School to School

Event school to school bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dan *trialist* kepada siswa SMP dan SMA se-Jabodetabek, meningkatkan *availability* dan *visibility* produk Kuaci Rebo di kantin-kantin sekolah, *create demand* pada kalangan siswa SMP dan SMA, dan membangun habit kantin untuk melakukan *restock* produk dengan belanja di grosir.

Periode event ini berlangsung selama 2 periode, yakni periode pertama berlangsung pada Bulan September-November 2019 dan periode kedua berlangsung pada Bulan Januari-Februari 2020.

Pada tanggal 7 Februari 2020, penulis bekesempatan melakukan *visit* langsung ke lokasi *event* untuk melihat langsung bagaimana berjalannya *event* tersebut pada SMK PGRI 5 Serpong. Penulis juga menemukan beberapa kendala pada rangkaian kegiatan tersebut dan ditambah dengan masukan yang ditambahkan oleh tim yang sedang bertugas. Adapun lokasi lainnya seperti SMPN 7 Tangerang Selatan dan SMP Al-Amanah Setu.

2. Event Hari Raya Imlek



Sumber: Dok. Pribadi

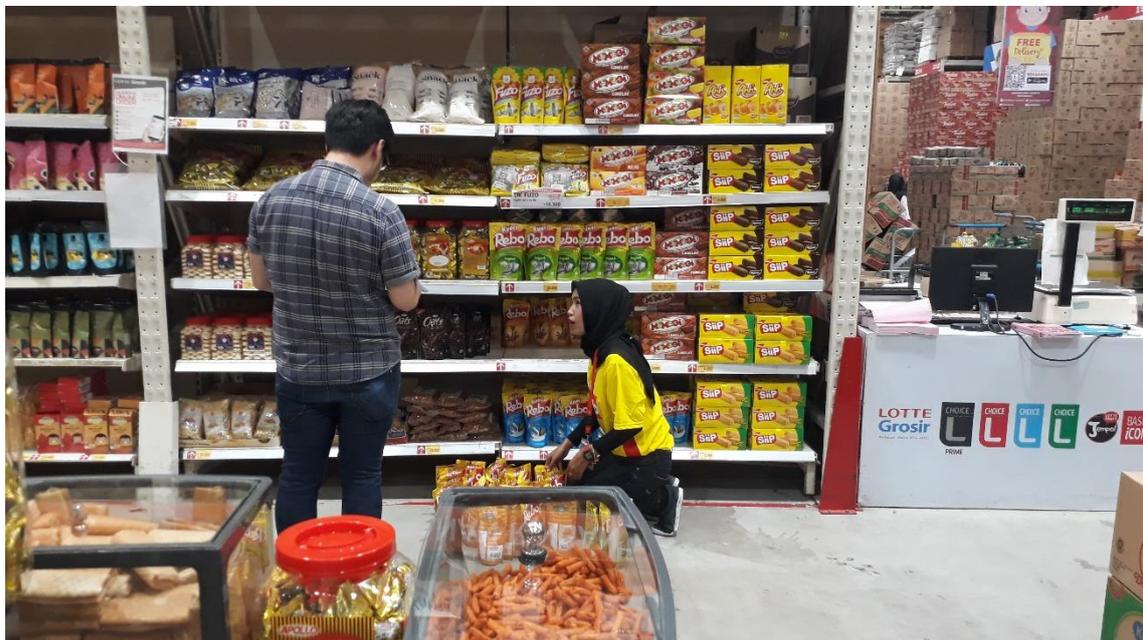
Gambar 3.3 Kegiatan Event Imlek

Event Imlek Kuaci Rebo bertujuan untuk turut demi meramaikan dan merayakan hari raya imlek. *Event* Imlek ini berlokasi di 5 outlet Hypermart dan 2 outlet Aeon di area Jabodetabek. Pada event ini Kuaci Rebo membuka booth berupa *event desk*, yang ketentuannya telah diatur sesuai persetujuan masing-masing outlet dilaksanakannya event.

Kegiatan yang dilakukan pada acara ini adalah memberikan hadiah berupa angpao kepada konsumen yang membeli produk Kuaci Rebo dengan mengikuti syarat yang berlaku, konsumen yang memenuhi syarat berhak mengambil angpao yang telah disiapkan dan mendapatkan hadiah yang tercantum dalam angpao yang diambil. Hadiah berupa gimmick, produk sample, hingga uang tunai.

Pada event ini penulis bertugas memberikan konsep booth yang akan digunakan dan *procurement* barang-barang yang dibutuhkan. Selain itu penulis juga melakukan visit ke lokasi event untuk meninjau berlangsungnya event untuk dapat memberikan masukan dan evaluasi yang diperlukan.

3. Nasional SPG Mobile MT



Sumber: Dok. Pribadi

Gambar 3.4 Kegiatan mengunjungi lokasi event

Nasional SPG Mobile MT. Event ini berskala nasional yang dijalankan secara serentak dari bulan Maret 2020 – Mei 2020. Event berlangsung pada 6 area di Indonesia, meliputi: JABODETABEKSER, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali Nusa Tenggara, dan

Sumatera, dengan total 258 outlet. Kegiatan event berupa melakukan *selling* yang dibantu dengan berbagai macam promo seperti “buy 2 disc. Rp 2000,-“ dan “buy 2 get 2” yang jadwal promonya telah disesuaikan dengan perhitungan yang dilakukan.

Pada rangkaian event ini konsumen juga berhak melakukan *lucky dip* hadiah jika melakukan pembelian 2pcs Kuaci Rebo 150gr. Kegiatan event ini juga digunakan untuk meningkatkan awareness kepada calon konsumen dengan membagikan *sampling produk* berupa Kuaci Rebo 13gr *all variant*.

Selain melakukan kegiatan berupa promosi produk, Kuaci Rebo juga mengadakan beberapa kegiatan *activation* yang bertujuan untuk lebih mendorong lagi *engagement* dengan konsumen melalui kegiatan Lomba Mewarnai yang dikhususkan untuk anak usia 3-6 tahun dan Lomba Memindahkan Kuaci yang dikhususkan untuk usia 6 tahun keatas.

Kegiatan *activation* ini direncanakan berjalan mulai dari April 2020 – Mei 2020, namun kondisi yang kurang kondusif dikarenakan imbauan pemerintah mengenai langkah preventif pandemi Covid-19 memungkinkan perubahan jadwal berjalannya kegiatan *activation*. Pada event ini penulis bertugas menjadi *Project Support* yang berperan sebagai melakukan update serta revisi *master data*. Selain itu penulis juga bertanggung jawab pembuatan mekanisme berjalannya kegiatan *activation*, dari melakukan konsep hingga budgeting. Penulis juga melakukan *visit* ke lokasi *event* untuk meninjau performa SPG yang merupakan perpanjangan tangan Kuaci Rebo.

4. Program Penyebaran Produk

Kegiatan yang bertujuan untuk melakukan penyebaran Kuaci Rebo pada area yang belum ter-cover ataupun kurang ter-cover secara menyeluruh oleh *availability* Kuaci Rebo pada tingkat retail ter-rendah.

Penulis bertugas membuat draft berjalannya acara, yang mana pada saat penulisan laporan ini masih pada tahap approval.

B. Brand Development

1. Personafikasi Karakter



Sumber: Dok. Pribadi

Gambar 3.5 Karakter Personafikasi yang Diajukan

Untuk meningkatkan *awareness* sebuah brand tentunya membutuhkan sebuah personafikasi, logo, atau pun symbol maskot. Penulis diminta untuk membuat beberapa rancangan personafikasi Kuaci Rebo yang diharapkan dapat menggambarkan persona dan citra dari Kuaci Rebo. Adapun 2 rancangan personafikasi yang telah diajukan oleh penulis sebagai personafikasi.

C. Digital Marketing

1. Reboomerang



Sumber: Kuaci Rebo

Gambar 3.6 Pengumuman Pemenang Reboomerang

Merupakan ajang perlombaan yang dapat diikuti oleh segala kalangan lapisan masyarakat. Perlombaan ini menggunakan salah satu fitur Instagram “Boomerang”, pemenang dari lomba ini akan dipilih berdasarkan ke-kreativitasan peserta dalam membuat konten yang diajukan. Adapun beberapa prasyarat yang harus dipenuhi sebelum untuk mengikuti perlombaan ini, seperti: min. 4 orang dalam 1 frame, menampilkan produk Kuaci Rebo, dan menandai akun resmi Kuaci Rebo di Instagram.

Penulis mendapat kesempatan dalam melakukan pemilihan pemenang dari lomba ini. Pemenang lomba yang terpilih harus memenuhi prasyarat yang telah ditetapkan terlebih dahulu, sebelum dinyatakan sebagai pemenang.

2. Instagram



Sumber: Kuaci Rebo

Gambar 3.7 Konten Tips Menghadapi Pandemi

Dalam meningkatkan *engagement* dengan konsumen, Kuaci Rebo menggunakan Instagram sebagai mediasi dengan mengunggah konten yang menarik di laman resmi Instagram Kuaci Rebo.

Penulis turut serta dalam memberikan ide konten yang berisikan mengenai langkah preventif dalam menghadapi pandemic Covid-19.

D. Administrasi

1. Administrasi Data Mengenai Event yang di sponsori oleh Kuaci Rebo

Dengan menjadi sponsor sebuah event, Kuaci Rebo dapat secara tidak langsung meningkatkan *brand awareness*. Oleh karena itu pendataan mengenai event yang disponsori harus sangat diperhatikan.

Penulis bertugas dalam melakukan pendataan mengenai event tersebut mulai dari total pengunjung yang hadir dalam event dan sponsor apa yang akan diberikan kepada event tersebut..

2. Validasi Klaim dari Promo Kuaci Rebo

Penulis melakukan pengecekan terhadap klaim yang diajukan oleh distributo Kuaci Rebo untuk promo yang telah dijalankan. Penulis harus memastikan bahwa klaim program promo yang diajukan oleh distributor harus sesuai dengan prasyarat yang telah ditetapkan.

E. Competitor Analysis

1. Produk Komparasi dengan Kompetitor

Untuk mengetahui secara lebih jelas bagaimana kondisi Kuaci Rebo dibandingkan dengan competitor di pasar diperlukan pendataan mengenai komparasi secara langsung dengan produk competitor.

Penulis bertugas dalam mengumpulkan data tersebut dengan melakukan visit secara langsung ke outlet *modern trade* yang telah ditentukan sebelumnya.

Data yang telah terkumpul akan olah terlebih dahulu sebelum direalisasikan dalam bentuk fisik produk panel

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

A. Event Marketing

1. Event School to School

Kendala yang ditemui oleh penulis pada *event school to shool* yaitu kurang terlibatnya penulis dalam kegiatan ini dikarenakan baru

bergabung pada periode kedua, sehingga penulis mengalami sedikit kesulitan dalam mengikuti.

Adapun kendala dengan yang ditemukan penulis dalam *event* ini, yaitu kendala dengan pihak eksternal. Dimana adanya peraturan dari pihak sekolah yang melarang penjualan kacang dan biji-bijian di kantin sekolah dikarenakan menyangkut kebersihan lingkungan sekolah.

2. Event Hari Raya Imlek

Pada *event* hari raya imlek, kendala yang ditemui penulis disebabkan kurangnya pengetahuan dan kesiapan dalam menjalani event pada minggu pertama penulis bergabung dalam tim. Hal ini menyebabkan penulis mengalami kesulitan dalam ber-koordinasi dengan tim dalam melakukan konsepsi booth dan procurement.

3. Nasional SPG Mobile MT

Kendala ditemukan pada beberapa area pelaksanaan event, dimana terjadinya *miss communication* dengan *outlet* yang menjalin kerjasama sebelumnya mengundurkan diri secara mendadak sehingga terjadinya dibutuhkan pergantian lokasi event yang baru.

Selain itu kegiatan *activation* yang dirancang sebagai pendorong *event* ini, terpaksa diundur dikarenakan imbauan yang dikeluarkan oleh pemerintah demi mencegah dan mengurangi dampak dari pandemic Covid-19.

B. Brand Development

1. Personafikasi Karakter

Penulis mengalami kendala dalam membuat personafikasi ini dikarenakan minimnya kemampuan penulis dalam pengoprasian *software* berbasis desain grafis. Sehingga membutuhkan waktu lebih dalam pembuatan personafikasi tersebut.

C. Administrasi

1. Validasi Data Klaim Promo Distributor Kuaci Rebo

Pada klaim yang diajukan oleh pihak distributor terdapat beberapa program promosi yang tidak valid dikarenakan tidak sesuai dengan prasyarat yang telah ditetapkan oleh PT. Gumindo Bogamanis.

3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

A. Event Marketing

1. Event School to School

Penulis mengambil langkah inisiatif untuk mempelajari dan memahami program ini dengan bantuan bimbingan dari pembimbing di lokasi magang, sehingga penulis dapat memahami dan mengikuti alur kerja event ini.

Untuk menghadapi keterbatasan yang diberikan oleh pihak sekolah melalui regulasi peraturan yang telah ditetapkan, tim Kuaci Rebo mengambil inisiatif untuk menjual produk tidak ke kantin sekolah melainkan kepada toko-toko yang berada disekitar sekolah.

2. Event Hari Raya Imlek

Agar koordinasi dan mendapatkan elemen-elemen yang dibutuhkan dalam kegiatan, penulis berimprovisasi dalam mencari tahu tentang event yang diadakan dan agar elemen-elemen yang dibutuhkan datang tepat waktu penulis langsung menghubungi vendor bunga matahari agar dapat diantarkan sesegera mungkin, penulis juga langsung membeli beberapa keperluan secara langsung, dan mempersiapkan perlengkapan secara mandiri.

3. Nasional SPG Mobile MT

Untuk menghadapi *miss communication* dengan *outlet* yang mengundurkan diri secara mendadak. Penulis disini sesegera mungkin untuk melakukan update data master dengan mekonfirmasi dengan pihak yang bersangkutan, PIC area dan EO.

Dalam menghadapi kegiatan *activation* yang terancam batal akibat pandemic Covid-19, kegiatan ini untuk saat ini akan ditahan terlebih dahulu dengan tetap memperhatikan peraturan yang ditetapkan pemerintah dalam menangani pandemic ini. Selain ini untuk mengantisipasi batalnya kegiatan tersebut, akan diadakan program baru yang bertujuan untuk mengejar ketertinggalan akibat pandemic ini.

B. Brand Development

1. Personafikasi Karakter

Dalam menangani kendala ini, penulis tetap melanjutkan pekerjaan yang diberikan dengan membuat sketsa dan gambaran dasar beserta konsep personafikasi. Setelah itu, penulis meminta rekan penulis untuk melakukan proses digitalisasi.

C. Administrasi

1. Administrasi Data Klaim Promo Distributor Kuaci Rebo

Pada klaim tidak valid yang diajukan oleh pihak distributor, penulis akan langsung mengabari hal tersebut kepada supervisor area agar dapat segera di klarifikasi dengan PIC area yang nantinya akan langsung menghubungi distributor terkait.

3.4 Peranan *Event Marketing* Dalam Meningkatkan *Awareness* pada Kuaci Rebo

Selama pada masa pelaksanaan praktek kerja magang, penulis mendapatkan pemahaman dan pembelajaran akan hal baru. Adapun pembelajaran yang didapat penulis ialah mengenai *event marketing* yang diadakan oleh PT. Gumindo Bogamanis, hal ini digunakan untuk membangun *brand awareness* kepada konsumen maupun calon konsumen. *Brand awareness* adalah tingkat kesadaran yang dimiliki oleh konsumen kepada suatu *brand* (Keller, 2013). Adapun pembelajaran yang diperoleh oleh penulis berdasarkan dari

pengalaman yang secara langsung di alami penulis melalui praktek kerja magang dan berdasarkan dari sumber – sumber yang dimiliki oleh penulis. Melalui ini penulis mempelajari berbagai hal mengenai *event marketing* secara langsung, dengan ikut serta didalamnya.

Mengingat juga mengenai dampak berkembangnya zaman saat ini, semakin banyak pula cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk membangun *brand awareness* melalui platform digital yang dengan mudah dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan ini seluruh perusahaan memiliki peluang yang sama dalam mendapatkan *competitive advantage* dan membangun *brand awareness* kepada masyarakat secara luas. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi lain untuk dapat mendorong pembangunan *brand awareness* kepada masyarakat dengan mengadakan *event marketing*. Diadakannya hal ini bertujuan untuk membangun *brand awareness* terhadap Kuaci Rebo agar dapat menekan aktivitas kompetitor untuk menyaingi Kuaci Rebo. Pada saat ini Kuaci Rebo sedang melakukan program-program baru yang tidak pernah dilakukan sebelumnya, yaitu menjalankan berbagai kegiatan program *event marketing* yang bertujuan untuk memperluas dan meningkatkan kembali *awareness* pada area dan target potensial yang belum dilakukan secara maksimal.

School to School, merupakan kegiatan melakukan kunjungan kepada +1000 Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) diseluruh area Jabodetabek. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan meningkatkan awareness terhadap Kuaci Rebo kepada siswa berusia 15 – 19 tahun, yang mana sesungguhnya bukanlah segmentasi utama Kuaci Rebo yakni 20 – 40 tahun. Hal ini dilakukan untuk edukasi dini kepada calon segmentasi utama, sehingga pada saat calon target segmentasi ini memasuki kriteria segmentasi tersebut memiliki potensi yang jauh lebih besar untuk Kuaci Rebo menjadi pilihan utama konsumen. Adapun kriteria yang harus dipenuhi oleh sekolah yang akan menjadi lokasi kegiatan, diantaranya seperti: memiliki total ± 200 siswa dan memiliki kantin. Selain melakukan edukasi, Kuaci Rebo juga membagikan *trial/sample* kepada siswa, mengadakan lomba berhadiah, dan

melakukan penjualan kepada kantin sekolah. Sehingga area sekolah tersebut dapat tercover oleh Kuaci Rebo. Pada kegiatan event ini kuaci rebo dapat mengharapkan pertumbuhan awareness melalui *trial/sample* yang dibagikan sebesar ± 200.000 siswa di seluruh area Jabodetabek.

Hari Raya Imlek dan SPG Mobile MT, merupakan kegiatan yang bertujuan meningkatkan awareness dan sales. Kedua event ini memiliki cara yang sama dalam meningkatkan *awareness*, yaitu dengan membagikan *trial/sample* kepada calon konsumen yang merupakan target segmenasi utama Kuaci Rebo yaitu berusia 20 – 40 tahun. Selain ini Kuaci Rebo juga secara bersamaan memberikan promo dalam pembelian Kuaci Rebo, baik itu potongan harga maupun barang gratis dengan minimum transaksi yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen pun berhak mengikuti dan berkesempatan untuk mendapatkan hadiah/*gimmick* yang telah disediakan sebelumnya sebagai dukungan dalam promo yang berlangsung. Pada kedua event ini dapat diharapkan pertumbuhan awareness melalui persebaran *trial/sample* sebesar $\pm 2.000.000$ masyarakat Indonesia, khususnya pada area yang menjadi focus dari SPG Mobile MT yakni Sumatera, Jabodetabek, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Bali Nusa Tenggara. Untuk menambahkan faktor keberhasilan kegiatan event ini, toko Pareto menjadi pilihan dalam pelaksanaan seluruh kegiatan tersebut.

Dengan diselenggarakannya *event marketing* tersebut, dapat dinilai bahwa Kuaci Rebo dapat meningkatkan awareness hingga $\pm 2.200.000$ jiwa masyarakat Indonesia pada area yang menjadi focus kegiatan *event marketing* ini. Sehingga upaya Kuaci Rebo dalam meningkatkan *awareness* dengan mediasi *event marketing* berperan positif.