

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kolega Coworking Space merupakan ruang kerja baru dimana pengguna bekerja dengan orang-orang lain dari perusahaan/organisasi yang berbeda di satu tempat. Konsep *Coworking space* yang berbagi ruang kerja ini menawarkan budaya kolaboratif dan kooperatif untuk membangun *networking*. Selain itu, beberapa *coworking space* juga memberikan fasilitas *meeting room* atau ruang presentasi yang dapat digunakan untuk kepentingan bisnis dan juga *event space* untuk mengadakan training dan seminar. Kolega memiliki lima produk, yaitu *coworking area*, *dedicated desk*, *meeting room*, *private office* dan *event space*. Kolega menerapkan prinsip-prinsip lokal dan mengedepankan nilai #BerangkatDariTeman, #GotongRoyong dan #KearifanLokal. Sekarang ini, Kolega sudah memiliki 12 cabang yang tersebar di Jakarta dan Bandung. Penulis fokus terhadap cabang Kolega x Markplus yang berada di kawasan Kuningan dan berfokus pada lini produk *private office* karena produk ini merupakan oksigen perusahaan untuk mendapatkan *revenue*.

Dalam melaksanakan *project improvement*, penulis membantu Kolega x Markplus dalam memperbaiki masalah yang terdapat dalam lingkup pemasaran yaitu tidak tercapainya *occupancy rate private office* di Kolega x Markplus. Setelah penulis melakukan riset terhadap pihak internal dan eksternal perusahaan, serta melakukan analisa observasi lebih dalam untuk menemukan akar masalah, akhirnya kami mendapatkan akar masalah yaitu kurangnya tindakan dari perusahaan dalam mempromosikan *private office*. Berdasarkan hasil riset serta konsep yang telah dipelajari, penulis memberikan tiga alternatif solusi. Satu solusi yang terpilih adalah dengan membuat *content marketing guideline* sebagai panduan dasar untuk melakukan strategi marketing pada produk B2B ini secara *hard selling* maupun *soft selling* sehingga panduan ini dapat berguna sampa jangka panjang kedepannya.

EXECUTIVE SUMMARY

Kolega Coworking Space applies a new concept of office space whereby workers can interact and collaborate with other companies/organizations, leading to many advantages versus a typical office arrangement. Besides the obvious cost benefits, these new working spaces help facilitate networking, increase employee productivity, and give the company flexibility. Kolega's "product suite" includes has five components: coworking area, dedicated desk, meeting room, private office and event space. One of the things that helps Kolega stand apart, is their focus on Indonesian cultural values (e.g. #BerangkatDariTeman, #GotongRoyong, and #KearifanLokal). Currently, Kolega has 12 branches across two cities (Jakarta and Bandung). Authors' scope of work focused on the most important drivers of the company's financial results: private office line of business in Kolega x Markplus, Kuningan.

The project's desired outcome was increasing the occupancy rate at Kolega x Markplus to 90%. Based on extensive research and observation, the authors discovered that the company's lack of focus on the private office line of business was the main reason for Kolega x Markplus's low occupancy rate. One of the recommendations that authors developed centered around standardization and implementation of content marketing guidelines for the B2B marketing team's outreach efforts.