

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT. Nafiri Cipta Harapan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam jasa penyewaan *venue event* dan *travel*, yang berpusat di Jakarta Barat. Sebelum PT. Nafiri Cipta Harapan di bangun, seluruh aktivitas manajemen masih dilaksanakan oleh Yayasan Suara Nafiri Kemenangan. Pada akhirnya, Yayasan memutuskan untuk membangun PT. Nafiri Cipta Harapan yang bertugas untuk menjalankan seluruh aktivitas manajemen. Bangunan pertama dari PT. Nafiri Cipta Harapan adalah Nafiri Convention Hall, yang dibangun pada tahun 2009 di Central Park, Jakarta Barat. Perkembangan industri *event* yang begitu pesatnya di Indonesia khususnya Jakarta, membuat persaingan antar jasa penyewaan gedung sangatlah tinggi. Hal ini lah yang membuat perusahaan harus merencanakan strategi yang baik, salah satunya adalah meningkatkan promosi dari Nafiri Hall.

Di Project Improvement ini, penulis diberikan arahan untuk meningkatkan penjualan dari PT. Nafiri Cipta Harapan yang saat ini tidak mampu menutup biaya operasional. Hal ini disebabkan karena adanya pembatasan dari Yayasan yang ingin menggunakan *venue* tersebut setiap *weekend*. Langkah pertama yang penulis lakukan adalah melakukan riset internal terhadap perusahaan dan riset eksternal yang dilakukan terhadap konsumen, konsumen potensial, dan kompetitor. Langkah selanjutnya yang penulis ambil adalah mengidentifikasi masalah dari data-data yang telah didapatkan dari riset. Hasil identifikasi masalah yang penulis angkat adalah “Penjualan yang menurun”. Penulis kembali menganalisa akar penyebab dari masalah

tersebut, sehingga penulis menemukan “Tidak merencanakan strategi promosi” sebagai akar penyebab.

Untuk menyelesaikan akar penyebab tersebut, penulis menggunakan beberapa strategi dari *promotion mix* untuk menciptakan alternatif solusi dalam menyelesaikan akar permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Setelah dianalisa dari hasil riset kualitatif dan juga jurnal-jurnal pendukung, penulis menentukan bahwa strategi *direct marketing* merupakan strategi yang tepat untuk menyelesaikan akar permasalahan. Teknik yang penulis sarankan adalah *direct email marketing*, *telemarketing*, dan *online marketing*. Dari ketiga alternatif solusi yang telah ditentukan, terpilih solusi terbaik yaitu *direct email marketing* yang dimana sudah terqualifikasi dari *weighted score method* dan mendapatkan nilai yang terbaik.

Perencanaan implementasi jangka pendek yang penulis rancang bertujuan untuk mengedukasi dan mengakuisisi pasar di daerah Jakarta Barat. Terdapat tiga jenis konten yang akan digunakan oleh penulis sebagai alat pengedukasian dan pengakuisisian; *Introduction: The Best Venue in Jakarta Barat*, *360 Digital Journey*, dan *Body Email Article*. Di perencanaan jangka menengah, penulis menyarankan untuk meningkatkan akuisisi pasar di Jakarta Barat dengan melakukan personalisasi konten dengan dua tema utama; *Concept for You!* dan *Ideas of the Week!*. Kedua konten ini termasuk kedalam *body email article* untuk di blast kepada pasar potensial. Pada jangka panjang, focus dari penulis mengarah kepada pengakuisisian di pasar Jakarta Selatan dengan strategi dan metode yang serupa dilaksanakan di Jakarta Barat.



EXECUTIVE SUMMARY

PT. Nafiri Cipta Harapan is Jakarta Barat based company with renting event venue and travel & tour as their main business activities. Before PT. Nafiri Cipta Harapan was founded, all of the business activities were carried out by Yayasan Suara Nafiri Kemenangan. At the end, Yayasan Suara Nafiri Kemenangan decided to create PT. Nafiri Cipta Harapan for carry the business activities. The first building of PT. Nafiri Cipta Harapan built in 2009 named Nafiri Convention Hall, located in Central Park, Jakarta Barat. The potential and growth of event industries in Indonesia especially in Jakarta, create a highly competitive business environment. Therefore, PT. Nafiri Cipta Harapan have to create a well-plan strategy, and promotion of Nafiri Hall is one of them.

In this Project Improvement, the writer was directed to create an improvement on sales of PT. Nafiri Cipta Harapan that couldn't cover the operational expense. One of the big reason was a limitation from Yayasan Suara Nafiri Kemenangan that using the building in every weekend. The first step that the writer took was doing internal research and eksternal research toward the existing consumer, potential consumer, and competitor. By analysing all the data that have been gather, we summarize the data into a problem identification. The result is "Declining sales". The writer also found that the root cause of the problem is "Didn't possess any promotion strategy and plan".

To solve the main problem, the writer use a few strategies to create an alternative solution for the company. Choosing from Promotion Mix strategies, the writer held a qualitative research to the existing and potential market to see how to

approach them effectively. Backing up with journals, the writer decide based from the research and journals that Direct Marketing strategies is the most effective strategy to solve the root cause of the problem. The technique that company suggest are direct email marketing, telemarketing, and online marketing. After evaluation based on weighted score method, the highest score goes to direct email marketing.

The short term planning for company's implementation are educating and acquiring Jakarta Barat market share. There are three types of content that writers suggest; Introduction: The Best Venue in Jakarta Barat, 360 Digital Journey, and Body Email Article. In the mid term planning, writers suggest to focusing on acquisition and controlling Jakarta Barat market share. Our content will start with more personalize content with two main theme; Concept for You! and Ideas of the Week!. Both of the theme purpose is to create a communicative article in the body mail. Finally, for the long term plan we will start acquiring Jakarta Selatan market share.

