

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement yang dibahas pada tugas akhir ini berlangsung di PT Arat Desain Internasional, khususnya pada anak perusahaan mereka yakni R48. Penulis memiliki tanggung jawab untuk melakukan perbaikan dari salah satu produk R48, yaitu Ryuji Space yang merupakan *productive space* baru di daerah Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Selama masa magang berlangsung dari bulan Maret 2020 - Juli 2020, kelompok bekerja membantu R48 dalam mengurus kegiatan marketing untuk Ryuji. Kelompok memulai riset dengan melakukan interview semi-struktur atau metode kualitatif dari para pendiri R48, riset ini bertujuan untuk menggali *insight internal* dari manajemen perusahaan, apa yang mendasari mereka membuat Ryuji dan apa harapan mereka kedepannya kepada Ryuji, serta menggali informasi untuk melakukan perbaikan. Selain itu, kelompok juga melakukan observasi fisik ke kantor Ryuji Space di Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Kelompok juga melakukan *competitor research* ke beberapa perusahaan, seperti GoWork, WeWork, Well Spaces dan beberapa tempat serupa di area Kuningan Jakarta. Analisis *severity-urgency* menghasilkan temuan bahwa “channel marketing dan pola komunikasi kurang tepat” sebagai permasalahan utama pada Ryuji. Kelompok menggunakan beberapa teori yang relevan dengan *case* yang dialami, seperti the AIDA Model, *Digital Marketing*, dan juga *Content Marketing*. Setelah itu kelompok menganalisis akar penyebab menggunakan *fishbone diagram*, melalui *inter-relation diagram* ditemukan akar penyebab utama, yaitu “kurangnya pemahaman atas behaviour target market Ryuji”. Kemudian dari 3 alternatif solusi, dilakukan analisa menggunakan *weighted objective method* untuk mencari solusi prioritas. Hasil dari analisa tersebut “Membuat website untuk Google Ads” merupakan solusi terbaik yang perlu dilakukan dalam jangka pendek. Dalam jangka menengah dan Panjang, kelompok mengusulkan agar Ryuji melakukan pemilihan kata kunci yang relevan dan sesuai dengan momen-momen penting dan tren yang terjadi agar dapat meningkatkan respons dari target konsumen serta memperbaiki tampilan website untuk memberikan impresi yang menarik.

EXECUTIVE SUMMARY

The Project Improvement which is discussed in this final project takes place at PT Arat Desain Internasional, especially in their subsidiary, R48. The author has the responsibility to make improvements to one of the R48 products, namely Ryuji Space, which is a new productive space in the Mampang Prapatan area, South Jakarta. During the internship period from March 2020 - July 2020, the group worked to help R48 in taking care of marketing activities for Ryuji. The group started the research by conducting semi-structured interviews or qualitative methods of the founders of R48. This research aims to explore internal insights from the company's management, which underlies them to make Ryuji and their expectations for Ryuji in the future, as well as dig up information to make improvements. In addition, the group also conducted physical observations at the Ryuji Space office in Mampang Prapatan, South Jakarta. The group also conducts competitor research with several companies, such as GoWork, WeWork, Well Spaces and several similar places in the Kuningan Jakarta area. The severity-urgency analysis resulted in the finding that "channel marketing and communication patterns are not quite right" as the main problem for Ryuji. The group uses several theories that are relevant to the case experienced, such as the AIDA Model, Digital Marketing, and also Content Marketing. After that, the group analyzed the root causes using a fishbone diagram, through inter-relation diagrams found the main root cause, namely "lack of understanding of Ryuji's target market behavior". Then from the 3 alternative solutions, an analysis is carried out using a weighted objective method to find a priority solution. The result of this analysis "Creating a website for Google Ads" is the best solution that needs to be done in the short term. In the medium and long term, the group proposes that Ryuji select keywords that are relevant and in accordance with important moments and trends that occur in order to increase the response of target consumers and improve the appearance of the website to give an attractive impression.