

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Natieva adalah perusahaan yang bergerak dibawah PT. Natieva Global Internasional yang berlokasi di Tangerang Selatan. Natieva bergerak pada industri edukasi dengan misi untuk mempermudah pembelajaran bahasa dengan menggunakan metode daring yang dapat diakses setiap saat di lokasi mana pun. Natieva sudah dibentuk dari pertengahan tahun 2016 dan diluncurkan pada tahun 2017.

Dalam masa peningkatan proyek ini, peneliti melakukan riset mengenai Natieva dengan menggunakan metode survei dan wawancara kepada pihak internal dan eksternal dari perusahaan untuk mengidentifikasi dan menggali permasalahan. Selain itu, peneliti juga melakukan kegiatan magang sebagai divisi pemasaran dari Natieva. Dari masalah- masalah yang berhasil teridentifikasi, peneliti dan perusahaan menentukan bahwa “belum mencapai target pendaftaran dalam bisnis ke konsumen” adalah masalah yang dipilih menjadi masalah utama. Untuk menjawab masalah tersebut, peneliti menyusun solusi berbasis peningkatan proyek dan pendekatan konseptual seperti model *AIDA*, model resonansi merek, alat komunikasi pemasaran terintegrasi, strategi laut biru dan bauran pemasaran.

Peneliti melakukan analisis akar penyebab menggunakan *diagram tulang ikan* dan dilanjutkan dengan diagram keterkaitan masalah. Teori 7P sebagai akar cabang dari diagram tulang ikan, dan terdapat beberapa faktor yang digunakan yang terdiri atas produk, lokasi, proses, promosi, dan harga. Dengan menggunakan dua konsep tersebut yaitu diagram tulang ikan dan diagram keterkaitan masalah, peneliti menemukan akar penyebab yaitu “lemahnya ekuitas merek”.

Setelah itu, peneliti menemukan tiga alternatif solusi yang mana tujuannya adalah untuk meningkatkan ekuitas merek yang dapat diimplementasikan melalui penerapan fitur tambahan, prosedur operasi standar, dan promosi penjualan. Setelah mengevaluasi alternatif solusi yang paling sesuai untuk digunakan

menggunakan konsep *weighted-objective method*, peneliti menemukan bahwa alternatif solusi paling sesuai adalah penerapan fitur tambahan.



## EXECUTIVE SUMMARY

*Natieva is a company engaged under PT. Natieva Global International is located in South Tangerang. Natieva is engaged in the education industry with a mission to facilitate language learning methods by using online methods that can be accessed anywhere and anytime. Natieva was formed in the middle of 2016 and launched in 2017.*

*During the project improvement period, the authors conducted research related to Natieva by using survey and interview methods to internal and external companies to find out the problems that occurred. Of the four problems that have been found, the author and the company determine that "not reaching the new sign up a target in business to consumer" is the problem chosen as the main problem. Then, through the diagram tulang ikan method and diagram keterkaitan masalah, the authors found out the problem is the weak brand equity.*

*To solve this problem, the authors devise a solution based on the determined conceptual approach, namely the AIDA model, the Brand Resonance model, Integrated Marketing Communication tools, Blue Ocean Strategy, and Marketing Mix.*

*The author analyzes the root cause using diagram tulang ikan and continues with an diagram keterkaitan masalah. The author uses 7P theory as a branch root of diagram tulang ikan, the factors used are product, place, process, promotion, and price. By using these 2 concepts, namely diagram tulang ikan and diagram keterkaitan masalahs, the authors found the root cause of "not building brand equity".*

*After that, the author found 3 alternative solutions where the aim is to increase brand equity that can be implemented through plus feature implementation, standar oprasional produk and promosi penjualan*

*After evaluating alternative solutions that are most suitable for use using the concept of the weighted-objective method, the authors found that the most suitable alternative solutions are plus feature implementation.*

