

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Indonesia merupakan produsen rotan terbesar di dunia, mengambil bagian 70% dari produksi rotan dunia. Melalui sumber daya rotan yang melimpah, terbentuklah industri mebel dan kerajinan tangan dengan bahan dasar rotan yang berkembang di Indonesia. Salah satu perusahaan yang memproduksi mebel dengan menggunakan rotan sebagai bahan utamanya adalah Elements Concept. Elements Concept merupakan perusahaan mebel dengan tampilan natural yang telah berdiri sejak tahun 2015. Perusahaan ini memproduksi produknya di Cirebon dan telah memiliki dua cabang yang terdapat pada Alam Sutera dan Kemang. Pada kesempatan kali ini, penulis berkesempatan untuk melakukan perbaikan yang berarti terhadap Elements Concept.

Setelah melakukan riset internal dan eksternal, penulis dapat mengidentifikasi lima masalah yang ada pada Elements Concept. Kelima masalah tersebut adalah jumlah konsumen Elements Concept yang menurun setiap tahunnya, menurunnya *trend furniture* rotan, persepsi buruk masyarakat lokal terhadap bahan rotan, *social media presence* yang rendah dan belum maksimal, dan *in-store experience* yang masih belum berkesan. Dengan menggunakan *severity-urgency matrix*, penulis dapat menemukan masalah yang paling mendesak dan berdampak besar, yaitu “Jumlah konsumen Elements Concept yang semakin menurun setiap tahunnya.” Maka dari itu, penulis menetapkan *SMART target* untuk meningkatkan jumlah pembeli Elements Concept sebesar 30% dari rata-rata pembeli bulanan tahun 2022 menjadi 40 pembeli pada periode 25 Mei - 25 Juni 2023. Dalam proses mencari alternatif solusi untuk proyek perbaikan, penulis menggunakan tiga pendekatan konseptual, yaitu *tri-component attitude model*, *integrated marketing communication*, dan *content marketing*.

Melalui *Fishbone Diagram* serta *Interrelationship Diagram*, penulis dapat mengidentifikasi akar penyebab dari masalah utama, yaitu kurangnya variasi kegiatan promosi. Setelah berhasil menemukan akar penyebab, penulis merancang tiga alternatif solusi secara spesifik untuk menangani akar penyebab tersebut. Ketiga alternatif solusi yang diajukan adalah *Social Media Marketing and In-Store Promotion*, *Interactive Marketing using Key Opinion Leader*, serta *Brand Collaboration and Sales Promotion*. Setelah proses diskusi dengan pihak perusahaan dan perhitungan menggunakan *Weighted Objective Method*, alternatif solusi "*Social Media Marketing and In-Store Promotion*" terpilih menjadi solusi yang terbaik dengan total nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan kedua alternatif lainnya.

Alternatif "*Social Media Marketing and In-Store Promotion*" dirancang untuk meningkatkan pengunjung toko melalui promosi berupa diskon 10% saat pengunjung mempromosikan Elements pada Instagram miliknya. Guna menarik lebih banyak pembeli, penulis juga berupaya untuk mengembangkan akun TikTok secara organik dengan mengunggah konten *soft-selling* atau *hard-selling* secara rutin dan juga melalui promosi berbayar, TikTok Ads.

Per tanggal 25 Juni 2023, akun TikTok milik Elements Concept berhasil mendapatkan 870 pengikut dengan 51 video diunggah yang mendatangkan total 1.690.968 *video views* dan 55.491 *profile views*. Seluruh iklan yang dipasang pada TikTok Ads juga mendapatkan hasil views di atas perkiraan dari TikTok, dengan total 192.678 views dari audiens yang tertarget. Sebanyak 29 konsumen juga berpartisipasi pada *in-store promotion*, dengan total audiens yang terekspos sebanyak 11.750 lebih pengikut dari Instagram milik para partisipan.

Selama periode implementasi, Elements Concept berhasil mendapatkan 61 total pembeli dari cabang Alam Sutera dan Kemang, mengalami peningkatan pembeli sebesar 96.7%, melampaui target awal yang ditetapkan.



## EXECUTIVE SUMMARY

*Indonesia is the world's largest rattan producer, accounting for 70% of the world's rattan production. Furniture industry and handicrafts with rattan-based materials formed and thrived in Indonesia through abundant rattan resources. One of the many companies that produce furniture using rattan as its primary material is Elements Concept. Elements Concept is a furniture company with a natural look established in 2015. This company manufactures its products in Cirebon and has two branches in Alam Sutera and Kemang. On this occasion, the author has the opportunity to make significant improvements for Elements Concept.*

*After conducting internal and external research, the writer can identify five problems in the Elements Concept. These five problems are the decreasing number of consumers of Elements Concept every year, the declining trend of rattan furniture, the bad perception of local people towards rattan materials, the low social media presence, and the forgettable in-store experience. Using the severity-urgency matrix, the author can find the most urgent and impactful problem: "The decreasing number of Elements Concept's consumers every year." Therefore, the author sets a SMART target to increase the number of Elements Concept buyers by 30% from the average monthly buyer in 2022 to 40 buyers from May 25 - June 25, 2023. In finding alternative solutions for this Project Improvement, the author uses three conceptual approaches: the tri-component attitude model, integrated marketing communication, and content marketing.*

*Through Fishbone Diagrams and Interrelationship Diagrams, the author can identify the root cause of the main problem, namely the lack of variety in promotional activities. After successfully finding the root cause, the authors designed three alternative solutions specifically to deal with the root cause. The alternative solutions proposed are Social Media Marketing and In-Store Promotion, Interactive Marketing using Key Opinion Leaders, and Brand*

*Collaboration and Sales Promotion. After discussing with the company and calculating using the Weighted Objective Method, the alternative solution, "Social Media Marketing and In-Store Promotion," was chosen as the best solution with the highest total value compared to the other two alternatives.*

*The "Social Media Marketing and In-Store Promotion" alternative is designed to increase store visitors through promotions in the form of a 10% discount when visitors promote Elements on their Instagram. To attract more buyers, the author also strives to grow Elements' TikTok account organically by regularly uploading soft-selling or hard-selling content and through paid media, TikTok Ads.*

*As of June 25, 2023, Elements Concept's TikTok account has managed to get 870 followers with 51 videos uploaded, bringing 1,690,968 video views and 55,491 profile views. All ads posted on TikTok Ads also get views above estimates from TikTok, bringing in 192,678 views from targeted audiences. A total of 29 consumers also participated in the in-store promotion, with a total exposed audience of more than 11,750 followers from the participants' Instagram.*

*During the implementation period, Elements Concept managed to get a total of 61 buyers from the Alam Sutera and Kemang branches, experiencing a 96.7% increase in buyers, exceeding the initial target.*