

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Dengan maraknya pertumbuhan globalisasi di zaman sekarang, smartphone menjadi salah satu hal yang tidak dapat terlepas dari masyarakat dunia saat ini, termasuk di Indonesia. Grab merupakan salah satu perusahaan start-up transportasi berbasis aplikasi yang tidak melepaskan kesempatan besar ini untuk masuk ke pasar Indonesia. Pada awal peluncuran Grab for Work di Indonesia, yang merupakan salah satu servis terbaru bagi pasar business-to-business, cukup diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia.

Namun setelah penulis menelaah lebih lanjut, tingkat penggunaan Grab for Work di Indonesia masih stagnan, padahal tim terus melakukan akuisisi pasar baru setiap minggunya. Penulis menemukan masih banyaknya klien yang tidak aktif menggunakan Grab for Work, dan hal ini menjadi tugas *Project Improvement* untuk membantu meningkat retensi konsumen dengan menciptakan konsep komunikasi yang interaktif dan berbeda dari yang pernah dijalankan dalam pasar *retail*.

Dalam menyelesaikan permasalahan yang adaselama 3 bulan ini, penulis melakukan analisa terhadap semua pihak yang terkait dengan cara melakukan survei, wawancara, dan penyebaran kuisisioner kepada pasar. Target dari *Project Improvement* ini adalah meningkatkan pemakaian Grab for Work dalam *existing customer* di pasar bisnis. Dengan menggunakan konsep *relationship marketing* berbaur dengan *integrated marketing communication* dan konsep pendukung lainnya, penulis menawarkan dan

merancang 3 alternatif solusi yang sudah dibentuk berdasarkan hasil riset pasar untuk dapat diaplikasikan oleh Grab for Work.



## EXECUTIVE SUMMARY

With the growth of globalization in this current era, smartphone become one of the must-have-thing in this society, including Indonesia. Grab has been a ride-hailing platform company that wants to enter Indonesia market because of this opportunity. One of its products called Grab for Work that launched in Indonesian business-to-business market has become successful enough compare to the other country because of the big usage rate. Indonesia is a develop country that does not have advance system in transportation, so the demand of the transportation technology application-based in Indonesia is one of the reason.

After continuous reviewing, the writers found out that Grab for Work usage rate is still stagnant, although in every week they always do market acquisition. There are still a lot of inactive clients, and this Project Improvement assign us to make an interactive communication concept to the market in order to improve customer retention. The writers analyze all the stakeholders with surveys, interviews, and questionnaire methods test to the market. This target of project improvement is to increase the usage rate of existing customer in business to business market. Using relationship marketing mix with integrated marketing communication and the other concepts as well, the writers offer 3 alternative solution that have been designed to be applied by Grab for Work.