

RINGKASAN EKSEKUTIF

The Bride Dept merupakan sebuah portal yang berisikan informasi dan inspirasi bagi calon pengantin untuk membantu mereka mempersiapkan hari pernikahan. Selain menghadirkan beberapa konten yang dapat menjadi inspirasi dalam mempersiapkan pernikahan, The Bride Dept juga memiliki beberapa produk seputar pernikahan.

Dalam project improvement ini, penulis melakukan analisa terhadap kondisi internal dari The Bride Dept dan melakukan riset dengan metode kuesioner dan *in-depth interview*. Selanjutnya, penulis menemukan bahwa produk yang sudah ada telah mencapai titik jenuh dan hasil penjualan yang stagnan di beberapa bulan terakhir.

Berdasarkan dari akar permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, dengan menggunakan teori *relationship management*, penulis mendapatkan *product development* sebagai alternatif solusi dan menemukan adanya peluang terhadap produk *bridesmaid robes*. Dengan menggunakan teori *product development*, penulis melakukan pengembangan produk baru dengan tiga alternatif solusi yang dapat membantu The Bride Dept untuk meningkatkan penjualannya yaitu *product development* yang dikerjakan sendiri, dikerjakan ahli, dan gabungan dari keduanya.

Setelah dilakukan pemberian nilai dengan sistem pembobotan terhadap masing-masing alternatif solusi, pelaksanaan peluncuran produk *bridesmaid robes* gabungan memiliki nilai yang paling tinggi sehingga menjadi solusi terbaik untuk dijalankan. Disamping itu, penulis juga menggunakan teori *integrated marketing*

communications untuk membantu perusahaan dalam menetapkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk produk baru yang akan diluncurkan.



EXECUTIVE SUMMARY

The Bride Dept is a portal that contains information and inspiration for prospective brides to help them prepare for the wedding day. In addition to presenting some content that can be an inspiration in preparing for marriage, The Bride Dept also has several products related to marriage. Through this project improvement, the authors analyzed the internal conditions of The Bride Dept and conducted research using the method of questionnaire and in-depth interview. Furthermore, the authors found that existing products had reached a saturation point and the sales results were stagnant in recent months.

Based on the root of the problem that has been described earlier, using relationship management theory, the authors get product development as an alternative solution and found an opportunity to bridesmaid robes products. By using product development theory, the authors develop new products with three alternative solutions that can help The Bride Dept to increase the sales of product development. The first is done by the itself, the second is done by experts, and the last is combination of both.

After completing the scoring with a system of weighting against each alternative solution, the implementation of the combined bridesmaid robes product has the highest value so it becomes the best solution to do. In addition, the authors also use the theory of integrated marketing communications to assist company in setting appropriate marketing communication strategies for new products to be launched.