

RINGKASAN EKSEKUTIF

Program *Project Case Improvement* memiliki tujuan dasar untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan memberikan alternatif solusi, serta pilihan solusi terbaik bagi Eazy Rent a Car. Sebagai pendukung penulisan karya tulis, penulis melakukan beberapa aktivitas penelitian kuantitatif dan kualitatif serta perancangan inovasi produk layanan yang akan dilakukan melalui aktivitas magang yang dijalankan selama tiga bulan penuh di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, alasan penyebab penurunan penjualan sewa harian Eazy Rent a Car adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dipersepsikan sebagai *low value*. Artinya nilai kualitas dan manfaat yang dirasakan *customer* lebih rendah dari apa yang dibayarkan oleh mereka. Di samping itu, 2 kompetitor Eazy Rent a Car berada di posisi yang sangat identik dari segi persaingan bisnis, sehingga kompetisi yang ada sangat sengit antara satu dan yang lain.

Untuk menanggapi hal tersebut, penulis menggunakan teori *blue ocean strategy*, yang menjabarkan strategi bagaimana membuat persaingan dengan kompetitor menjadi tidak relevan sehingga performa perusahaan dapat lebih menonjol dan unggul.

Penulis telah merancang beberapa alternatif solusi yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Perancangan pemecahan masalah tersebut ialah sebagai berikut.

1. Menyusun *7P Marketing Mix* sebagai acuan dasar dalam mengaplikasikan aktivitas perbaikan layanan.
2. Menentukan aspek pelayanan yang akan dikembangkan demi tercapainya objektif pemecahan masalah, yaitu menggeser posisi customer value Eazy Rent a Car dari *low value* menjadi *high value* serta menjadi unggul di antara 2 kompetitornya.
3. Menyusun rencana implementasi untuk 1 tahun agar *marketing mix* dan inovasi layanan yang akan dilakukan dapat berkolaborasi sehingga menghasilkan performa bisnis yang baik.

Ketiga strategi di atas digunakan untuk mendukung upaya mengatasi akar permasalahan yang ada. Perencanaan langkah kerja ini disusun berdasarkan skala prioritas dengan menghubungkan konsep yang sesuai.

EXECUTIVE SUMMARY

The main purpose of this project case improvement is to identify, analyze, and provide alternative solutions, as well as the choice of the best solution for Eazy Rent a Car. As the supporting data of the paper, the authors conducted several quantitative and qualitative research activities and service innovation designs to be performed in the future. Based on the results of observations made, the reason for the declining in daily rental sales at Eazy Rent a Car is because the service that provided by the company, perceived as low value. This means that the value of quality and customer perceived benefit is lower than what is paid by them. In addition, two competitors of Eazy Rent a Car is located in a position that is identical in terms of business competition, so there is a very fierce competition between the one and another.

To address this, the authors use the theory of blue ocean strategy, which lays out a strategy on how to make the competition irrelevant by competitors so that the performance of the company can be more prominent and excel.

The author has designed several alternative solutions that aim to solve these problems. The designs of solving the problem are as follows.

1. Develop 7P Marketing Mix as a basic reference in applying service improvement activities.

2. Determine which aspects of the service will be developed to achieve the objective problem solving, that is shifting the position of customer value Eazy Rent a Car from low value to high value and become superior in between two competitors.

3. Develop an implementation plan for the first year, including the marketing mix and service innovations that will produce better business performance.

These strategies are used to solve the root of the problem. Planning work step is based on the priority scale by connecting the corresponding concept.

