

RINGKASAN EKSEKUTIF

Program *Project Improvement* memiliki tujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan memberikan rekomendasi terbaik dari alternatif solusi yang dikemukakan oleh penulis bagi Four Seasons Hotel Jakarta. Sebagai pendukung penulisan karya tulis ini, penulis melakukan observasi lapangan selama tiga bulan di perusahaan dan aktivitas penelitian secara kuantitatif dan kualitatif.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, yang menjadi penyebab rendahnya tingkat hunian kamar pada akhir pekan di Four Seasons Hotel Jakarta dikarenakan promosi yang dilaksanakan kurang efektif, dengan tidak melibatkan fasilitas dan aktivitas menarik bagi calon tamu untuk menginap. Hal ini didapatkan melalui analisa *fishbone diagram* dan *indepth interview*, yang kemudian dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner. Dapat disimpulkan pelanggan mengharapkan adanya aktivitas dan fasilitas pendukung yang dapat dirasakan ketika menginap di hotel.

Teori yang digunakan untuk menanggapi hal ini dengan menggunakan teori Experiential Marketing dan Realms of Experiences, yang melibatkan pengalaman pelanggan dalam proses pemasaran. Penulis telah merancang beberapa alternatif solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang bertujuan untuk memberikan apa yang diharapkan dan diinginkan pelanggan memilih hotel untuk menginap di akhir pekan. Dengan memilih salah satu alternatif solusi terbaik untuk diimplementasikan Four Seasons Hotel Jakarta. Perancangan masalah tersebut ialah sebagai berikut :

1. Mengabungkan penambahan fasilitas pendukung dan pengembangan aktivitas yang dapat diterapkan oleh Four Seasons Hotel Jakarta.
2. Mengemas aktivitas dan fasilitas pendukung tambahan ke dalam sebuah paket penawaran yang memberikan pengalaman untuk anak – anak dengan disertai penggunaan fasilitas yang telah tersedia di Four Seasons Hotel Jakarta.
3. Menyampaikan paket penawaran untuk anak melalui *experiences provider* yaitu *communications, product presence, co-branding, electronic media* dan *people*.

Ketiga strategi diatas digunakan dengan upaya mengatasi akar permasalahan yang ada dan menyebabkan tingkat hunian kamar pada akhir pekan rendah.



EXECUTIVE SUMMARY

This project improvement program aims to identify, analyze and to give the best recommendation for Four Seasons Hotel based on all the other alternative solutions that the writer has found. As a support for this paper, the writer has conducted a field observation for three months in Four Seasons Hotel Jakarta and the research is done using quantitative and qualitative method.

Based on the observation result, the factor that caused the low level of room occupation on weekends is an ineffective promotion that have done before and the costumers are not offered appealing activity or facility within the promotion package. This result was obtained through the fishbone diagram and in-depth interview, and later followed by an online questioner that was spread to the target audience. In conclusion, costumers expect interesting activities and facilities in their stay at the hotel.

The theories that are used to understand this matter more deeply is the Experiential Marketing Theory and Realms of Experiences Theory, which involve costumer experience in a marketing process. The writer has designed various alternative solutions to resolve this problem, which aims to give insight of what costumers want to experience in order to increase the level of room occupation on weekends.

Upon review the alternative solutions, the writer has come upon the best solution.

The strategies are as follows:

1. To combine additional facilities and activities together.
2. To wrap additional facilities and activities into a promotional package for children.
3. To promote the children package through experience providers, such as communications, product presence, co-branding, electronic media and people.

The three strategies above aim to resolve the problem of the low level occupation on weekend from the root of the problem.

