

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Primanusa Dutamas adalah perusahaan *outsourcing* yang bergerak di bidang *cleaning service* yang terletak di Jakarta Selatan. Sejak tahun 1995, PT Primanusa Dutamas memiliki pelanggan 60 perusahaan yang terdiri dari Pusat Perbelanjaan, Gedung Perkantoran dan Pabrik dengan jumlah karyawan 1200 orang. Melalui latar belakang perusahaan, terdapat identifikasi masalah dengan menggunakan data primer melalui wawancara *internal* dan eksternal perusahaan. Selain itu, data sekunder yang terdiri dari informasi yang dihimpun oleh penulis untuk mendukung pemahaman yang lebih mendalam dan membantu menguatkan temuan riset yang telah dilakukan. Berdasarkan data tersebut, penulis melakukan proses dan penyusunan dengan lebih rapi dan terstruktur menggunakan media Google Forms untuk mendapatkan persentase yang lebih jelas dari masing-masing divisi, baik *internal* maupun eksternal perusahaan, dari pertanyaan yang sesuai. Melalui hal tersebut, terdapat tiga masalah yang teridentifikasi antara lain rendahnya tingkat *Customer acquisition*, kesalahan *target* segmentasi *market*, serta penurunan *Customer Retention*. permasalahan utama yang diangkat merupakan rendahnya tingkat *Customer acquisition*. Melalui permasalahan tersebut, dihasilkan 3 alternatif solusi utama, antara lain *Online Advertising & Event Marketing*, *Corporate Branding & Activation*, dan *Brand Activation* menggunakan teori *Customer Relationship Management* dan *Marketing 7Ts* sebagai pendekatan konseptual. Alternatif *Online Advertising & Event Marketing* tersebut dipilih berdasarkan nilai yang diberikan pihak *internal* perusahaan antara lain 8,6 melalui *weighted objective method*. Dengan begitu melalui *project improvement* penulis menjalankan alternatif dan mampu meningkatkan *customer acquisition* perusahaan melalui tahap awal berupa *leads* menggunakan tolak ukur standarisasi rasio CTR yakni 5.39%, dari yang sebelumnya 0% menjadi 50%.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong

EXECUTIVE SUMMARY

PT Primanusa Dutamas is an outsourcing company specializing in cleaning services located in South Jakarta. Since 1995, PT Primanusa Dutamas has served 60 clients, including shopping centers, office buildings, and factories, with a workforce of 1,200 employees. Through the company background, we identified problems using primary data obtained from internal and external interviews. Additionally, secondary data comprising information collected by the author supports a deeper understanding and helps reinforce the research findings. Based on this data, we conducted a more organized and structured process using Google Forms to obtain clearer percentages from each division, both internal and external, with relevant questions.

From this analysis, three problems were identified: low customer acquisition rates, incorrect market segmentation targeting, and declining customer retention. The primary issue highlighted is the low customer acquisition rate. To address this issue, we developed three main alternative solutions: Online Advertising & Event Marketing, Corporate Branding & Activation, and Brand Activation, using Customer Relationship Management (CRM) and Marketing 7Ts as conceptual approaches. The Online Advertising & Event Marketing alternative was selected based on an internal company evaluation score of 8.6 using the weighted objective method. Consequently, through project improvement, we implemented this alternative and successfully increased the company's customer acquisition by initially generating leads. This was measured by achieving a standardized CTR (Click-Through Rate) ratio of 5.39%, improving from 0% to 50%.