

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Adhi Duta Investama merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *angel fund* sudah berdiri sejak tahun 2013, salah satu anak perusahaan yang menjadi pembahasan merupakan Kopi Oemah P'adi yang berdiri sejak tahun 2019. Masalah yang menjadi temuan dalam penulisan ini adalah program pemasaran yang tidak efektif. Target dibentuk secara singkat dan padat yaitu meningkatkan jumlah transaksi sebesar 30% dibandingkan jumlah transaksi sebelumnya. Tiga konsep akan digunakan dalam membantu menemukan penyebab dan pembentukan solusi yaitu, Key Components of Ads, SMCR Model, dan Advertising and Sales Promotion, dan Customer Persona. Ditemukan bahwa akar penyebab dari masalah ini adalah konten tidak memiliki tujuan dibentuk. Terdapat 3 alternatif solusi yang ditemukan membuat iklan dengan KOL, memasang *videotron*, dan mempelajari dan membuat iklan secara mandiri. Solusi yang dilakukan dari akar penyebab tersebut adalah mempelajari dan membuat iklan secara mandiri. Dilakukan perencanaan terhadap implementasi yang akan dilakukan sesuai dengan 6 tahapan pembuatan iklan. Direncanakan bahwa implementasi akan dilakukan selama 2 bulan. Tahapan pertama dilakukan dengan pembuatan *customer persona*. Dilanjutkan dengan pembuatan pesan dan biaya yang akan dikeluarkan. Lalu, dibentuklah konten iklan yang akan diluncurkan. Setelah itu dilakukan uji coba terhadap iklan, dilanjutkan dengan pemilihan media iklan, dan peluncuran iklan tersebut. Dilakukan evaluasi dari implementasi yang dilakukan dimana implementasi hanya membutuhkan waktu 1 bulan saja dan implementasi berhasil mencapai target yang diinginkan yaitu terjadi peningkatan transaksi diatas 30% dibandingkan jumlah transaksi sebelumnya.

EXECUTIVE SUMMARY

PT Adhi Duta Investama is a company working as an angel fund, it has been established since 2013, one of the sister companies which will be discussed is Kopi Oemah P'adi that has been established since 2019. Problem found in this thesis is an ineffective marketing program. Target was created concisely which is an increase in transaction by 30% compared to the transaction before. Three concepts will be used to support the foundations of cause and forming solutions which are Key Components of Ads, SMCR Model, and Advertising and Sales Promotion, and Customer Persona. Root of the problem found that content that was created has no message behind it. There are 3 alternative solutions to support the root of the problem which are creating advertisement with KOL, putting up videotron, and learning and making the advertisement independently. The solution chosen for the root of the problem is to learn and make the advertisement independently. Planning created for implementation based on 6 steps of making advertisement. Implementation is planned to be done in 2 months. First step is done by making a consumer persona. Continued with establishing a message and budget objective. Then the content of the advertisement is created. The next step is to pretest what the ads will say, choosing the media type and schedule, and the launching of the advertisement itself. Evaluation of the implementation showed that it only took 1 month to finish the implementation. Aside from that, the implementation reached the desired target which is an increase in transaction 30% compared to the transaction before.