

RINGKASAN EKSEKUTIF

Makalah ini membahas terkait identifikasi masalah hingga implementasi solusi terhadap sebuah bisnis, yaitu Langit Seduh Rooftop, salah satu kafe rooftop yang berlokasi di Jakarta Pusat dan telah berdiri sejak tahun 2013. Perusahaan ini merupakan salah rooftop café yang cukup terkenal di kalangannya. Meskipun begitu, permasalahan yang dialami oleh Langit Seduh Rooftop cukup bervariasi, mulai dari acquisition rate hingga retention rate. Seluruh permasalahan tersebut ditemukan melalui teknik pengumpulan data kualitatif, baik kepada pihak internal maupun eksternal. Dari keempat permasalahan yang ada, kemudian penulis menyusun masalah berdasarkan prioritas melalui severity urgency matrix, sehingga dapat diketahui masalah utama yang harus difokuskan untuk pengembangan kedepannya. Melalui framework severity urgency matrix, dapat diketahui bahwa permasalahan prioritas utama yang dihadapi Langit Seduh Rooftop adalah kurang acquisition rate yang rendah. Maka dari itu, target perbaikan dari project improvement ini adalah peningkatan jumlah konsumen baru. Makalah ini juga menggunakan beberapa teori sebagai panduan dalam pembuatan alternatif solusi, diantaranya teori Marketing Mix 7P dan customer acquisition. Setelah melakukan analisis melalui framework weighted average method, implementasi solusi yang dipilih adalah dengan melakukan brand experience bertajuk 'Sunset Experience'. Kemudian, penulis melakukan implementasi Sunset Experience hingga dievaluasi bahwa alternatif solusi ini berhasil untuk mengembangkan perusahaan Langit Seduh Rooftop dengan meningkatkan acquisition rate dari konsumen baru di Langit Seduh Rooftop.



EXECUTIVE SUMMARY

This paper discusses the identification of problems and the implementation of solutions for Langit Seduh Rooftop, a well-known rooftop café located in Central Jakarta, established in 2013. Despite its popularity, Langit Seduh Rooftop faces various issues, ranging from acquisition rate to retention rate. These issues were identified through qualitative data collection from both internal and external sources. The author prioritized these issues using a severity urgency matrix to determine the main problem to focus on for future development. The matrix revealed that the primary issue is the low acquisition rate. Therefore, the goal of this improvement project is to increase the number of new customers.

The paper employs several theories to guide the creation of alternative solutions, including the 7P Marketing Mix and customer acquisition theory. After analysis using the weighted average method framework, the chosen solution was to enhance brand experience through an event called the "Sunset Experience." The implementation of the Sunset Experience was evaluated and found to be successful in increasing the new customer acquisition rate, thereby aiding the development of Langit Seduh Rooftop.

