

RINGKASAN EKSEKUTIF

Proyek perbaikan dalam laporan akhir ini dilakukan di Energy Massage & Reflexology, dengan fokus untuk meningkatkan promosi menggunakan komunikasi tipe lainnya yang lebih beragam. Proyek ini dilakukan dalam beberapa tahapan melalui teknik DMAIC. Dimulai oleh proses penelitian dengan menggunakan berbagai metode atau teknik penelitian seperti metode kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian tersebut kemudian digunakan oleh penulis dalam mengidentifikasi permasalahan yaitu kurangnya tipe promosi serta saluran komunikasi lainnya untuk Energy Massage & Reflexology. Peneliti menetapkan beberapa pendekatan konseptual seperti *integrated marketing communication*, *sales promotion*, *Retail Marketing*, *Customer Experience*, *Customer Journey* dan *Service Marketing*.

Proyek perbaikan berlanjut dengan proses pencarian akar permasalahan dan penciptaan solusi terbaik dari beberapa alternatif solusi. Dengan menggunakan diagram *fishbone analysis* dan diagram interelasi, penulis menganalisis akar penyebab masalah prioritas yaitu Energy Massage & Reflexology belum *explore* lebih jauh tentang tipe- tipe promosi yang lebih beragam. Melalui pendekatan konseptual yang telah ditentukan, penulis membuat tiga alternatif solusi, yang salah satunya yang terpilih adalah solusi meningkatkan keragaman *sales promotion* dan komunikasi Energy Massage & Reflexology melalui diskon dan potongan harga (*Buy 1 Get 1*), *sampling* dan kupon. Dari hasil implementasi yang penulis pilih, Energy Massage & Reflexology berhasil meningkatkan jumlah transaksi dari table indkitaor penilaian yang telah penulis rancang sehingga penulis tidak perlu membuat laporan PICA pada proyek perbaikan ini.



EXECUTIVE SUMMARY

The improvement project in this final report was carried out at Energy Massage & Reflexology, with a focus on enhancing promotion through various types of communication. The project proceeded through several stages using the DMAIC technique. It began with research processes employing various research methods such as qualitative and quantitative methods. The research findings were then utilized by the author to identify the problem of insufficient promotion types and other communication channels for Energy Massage & Reflexology. Several conceptual approaches were established by the researcher, including integrated marketing communication, sales promotion, Retail Marketing, Customer Experience, Customer Journey and Service Marketing.

The improvement project continued with the process of root cause analysis and the creation of optimal solutions from multiple alternatives. By utilizing fishbone analysis and interrelation diagrams, the author analyzed the root causes of the priority problem, namely Energy Massage & Reflexology's lack of exploration into diverse promotion types. Using the predefined conceptual approaches, the author developed three alternative solutions, one of which involved enhancing the diversity of sales promotion and communication at Energy Massage & Reflexology through discounts and promotions (Buy 1 Get 1), sampling, and coupons. From the selected implementation results, Energy Massage & Reflexology successfully increased transaction volumes based on the evaluation table indicators designed by the author, thereby obviating the need to produce a PICA report for this improvement project.