

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Rancang Indah Sentosa merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang tekstil dan berfokus pada produksi perlengkapan tidur seperti seprai. PT Rancang Indah Sentosa sudah merintis dari tahun 1998 di Kota Bandung yang dimulai dengan produksi rumahan hingga kini telah berkembang menjadi sebuah pabrik yang memegang 5 merek di dalamnya. Kelima merek tersebut adalah Rise, Casadelane, Canella, Fineza, dan Cacoon. Pada tahun 2019, Bapak Bobby Kurniawan dan Bapak Raymond Lee merasa bahwa masih banyak orang muda yang masih belum memahami pentingnya kenyamanan tidur. Sebab itu, mereka membangun Cacoon untuk dapat memperkenalkan suatu kenyamanan tidur bagi dewasa muda dengan produk seprai yang berkualitas.

Selama *project improvement* berlangsung, penulis diminta untuk meninjau faktor yang dapat meningkatkan intensi membeli konsumen Cacoon. Analisis permasalahan yang terdapat pada Cacoon ditindaklanjuti dengan menggunakan *severity urgency*, *fishbone diagram*, dan *inter-relation diagram*. Pada akhirnya, masalah yang difokuskan oleh penulis adalah intensi membeli konsumen baru *online* Cacoon rendah. Cacoon memiliki *platform* penjualan *online* (*e-commerce*, *official website*, dan *social media*) dan *offline* (*tentative bazaar*).

Kemudian, penulis merekomendasikan 3 alternatif solusi untuk permasalahan tersebut yaitu *sample card*, *single unit product*, dan *at home service*. Solusi yang diimplementasikan adalah alternatif pertama yaitu pembuatan sampel produk yang dinamakan dengan *sample card*. Implementasi tersebut dilengkapi dengan kampanye *#FeelDifferentWithCacoon*. Implementasi yang dilakukan tersebut bertujuan untuk meningkatkan intensi membeli konsumen berupa peningkatan *add to cart* dan *wishlist* sebesar 60%, serta penjualan *sample card* sebesar 11 buah melalui optimalisasi *online campaign* berdasarkan *purchase behavior target market* Cacoon dalam waktu 1 bulan.



EXECUTIVE SUMMARY

PT Rancang Indah Sentosa is a company engaged in the textile sector and focuses on the production of bedding such as bed sheets. PT Rancang Indah Sentosa has pioneered since 1998 in the city of Bandung which started with home production until now it has developed into a factory that holds 5 brands in it. The five brands are Rise, Casadelane, Canella, Fineza, and Cacoon. In 2019, Mr. Bobby Kurniawan and his son Mr. Raymond Lee felt that there were still many young people who did not understand the importance of sleeping comfortably. Because of that, they built Cacoon to be able to introduce sleeping comfort for young adults with quality linen products.

During project improvement, researchers were asked to review factors that could increase Cacoon's sales. Analysis of the problems found in Cacoon is followed up by using urgency-severity, fishbone diagrams, and inter-relation diagrams. Ultimately, the problem the researcher focuses on is Cacoon's low online consumer acquisition. Cacoon has online (e-commerce, official website, and social media) and offline (tentative bazaar) sales platforms.

Then, the researcher recommends three alternative solutions to this problem which are product sample, single unit product and at home service. The implementation is the first alternative called sample cards. In order to complement the implementation, the researcher used #FeelDifferentWithCacoon campaign. The implementation aims to increase consumer buying intentions by increasing add-to-cart and wishlist by 60%, as well as the sales of 11 sample cards through optimizing online campaign based on the purchase behavior of the Cacoon target market within one month.