

RINGKASAN EKSEKUTIF

Perkembangan *coffee shop* di Indonesia tumbuh dengan pesat dan melahirkan banyak *coffee shop* berskala kecil maupun besar yang memberikan dampak positif bagi ekonomi di kalangan masyarakat maupun pemasukan untuk negara. Dengan bertumbuhnya dan menjamurnya *coffee shop* di Indonesia tentunya secara bebas memberikan banyak variasi bagi masyarakat untuk memilih *coffee shop* yang masyarakat pikir cocok dan menarik. Sebaliknya, para pelaku bisnis *coffee shop* justru berlomba-lomba untuk menjadi *coffee shop* yang unggul dengan menonjolkan konsep dan keunikannya masing-masing agar terlihat berbeda di mata masyarakat. Kopi Nako Daur Baur merupakan salah satu *coffee shop* yang hadir di tengah berkembangnya industri *coffee shop*, Kopi Nako Daur Baur merupakan *brand* dibawah Kopi Nako yang hadir dengan konsep menarik dan berbeda dari Kopi Nako itu sendiri serta *coffee shop* lainnya. Pasalnya, Kopi Nako Daur Baur membawakan tema isu pembangunan berkelanjutan sebagai konsep dasar dibentuknya Kopi Nako Daur Baur salah satunya dengan cara menggunakan kembali sampah gelas plastik yang telah digunakan oleh konsumen menjadi barang yang lebih bernilai. Kopi Nako Daur Baur hadir sebagai salah satu wadah masyarakat dalam memulai aksinya untuk bertanggung jawab dengan lingkungan sekitarnya mulai dari memilah sampah yang telah digunakan hingga kesadaran terhadap lingkungan. Kopi Nako Daur Baur mengedepankan konsep kehidupan berkelanjutan sebagai kebiasaan dan budaya perusahaan juga konsumen yang berkunjung serta desain berkelanjutan pada bagian arsitektur Kopi Nako Daur Baur. Akan tetapi, hingga saat ini budaya kehidupan berkelanjutan dan desain berkelanjutan yang telah diterapkan oleh Kopi Nako Daur Baur belum sepenuhnya dipahami oleh konsumen.

Dengan adanya proyek perbaikan ini, tim penulis akan melakukan perbaikan pada masalah yang terlihat yaitu rendahnya kesadaran konsumen terhadap tujuan dibentuknya Kopi Nako Daur Baur. Permasalahan ini sendiri diidentifikasi

dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada pihak internal perusahaan serta pada pihak eksternal yaitu para konsumen. Tidak hanya itu, tim penulis juga melakukan pengolahan data internal yang dapat mendukung proses perbaikan tersebut.

Data yang didapatkan oleh tim penulis yang mengarah kepada permasalahan yang dirasakan perusahaan, tim penulis melanjutkannya dengan penelusuran mendalam mengenai akar permasalahan yang ada agar dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Kopi Nako Daur Baur. Kemudian, tim penulis menemukan adanya alternatif solusi kepada perusahaan yang dapat mengatasi masalah tersebut yaitu *sustainable marketing*, *social media content marketing*, dan *collaboration with brand*. Alternatif solusi tersebut kemudian dipertimbangkan hingga akhirnya solusi alternatif dengan skor tertinggi adalah *sustainable marketing*. Maka dari itu, tim penulis menyusun strategi pemasaran berkelanjutan untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang dimiliki. Strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan teknik *guerrilla marketing* dan *experiential marketing* untuk dapat meningkatkan pengetahuan merek konsumen terhadap konsep *sustainability* Kopi Nako Daur Baur.

Melalui solusi yang ditawarkan yaitu *sustainable marketing*, maka dapat mencapai target dari beberapa tolak ukur yaitu jumlah konsumen yang datang membaca informasi mengenai *sustainability* Kopi Nako Daur Baur dan telah mengetahui konsep *sustainability* yang diterapkan oleh Kopi Nako Daur Baur. Dalam proyek perbaikan yang berkaca pada *SMART Goals* yang telah ditentukan, tim penulis berhasil mendapatkan peningkatan terhadap konsumen yang datang membaca informasi mengenai *sustainability* Kopi Nako Daur Baur dan telah mengetahui konsep *sustainability* yang diterapkan oleh Kopi Nako Daur Baur melalui implementasi yang diajukan tim penulis kepada perusahaan yaitu membuat stiker informasi yang edukatif dan papan akrilik petunjuk untuk membuang sampah gelas plastik ke tempat sampah yang sudah disediakan dan sesuai pilahannya.

EXECUTIVE SUMMARY

The amount of Coffee shops in Indonesia has grown rapidly, giving birth to many small and large scale coffee shops. In addition to that, said growth gave positive changes and impacts to Indonesia's economy, be it for employment among the people as well as income for the country. With the growth and proliferation of coffee shops in Indonesia, customers would have the ability to pick and choose among the many varieties of coffee shops available in the market. However, due to the high saturation of the coffeeshops, the level of competition becomes high and with that coffee shop businesses are now competing to be the superior or top of mind brand by highlighting their respective concepts and uniqueness to appeal in the eye of the masses. Kopi Nako Daur Baur is a brand under Kopi Nako that comes with an interesting and different concept from Kopi Nako itself. Its proposition is that it brings the theme of sustainable development as the basic foundation of Kopi Nako Daur Baur. One of the efforts done by Kopi Nako Daur Baur is addressing sustainable development by reusing the plastic glass waste that has been used by the consumers and turning it into more valuable goods. Kopi Nako Daur Baur aims to set an example and become a place in which the community would discuss, follow and ponder about other issues such as separating trash and waste, to raise awareness towards the environment. Kopi Nako Daur Baur places the concept of sustainability and sustainable lifestyle in the forefront as a habit and culture for the company and the consumer, as well as applying sustainable design in the architecture of Kopi Nako Daur Baur. However, until this point the sustainable lifestyle and sustainable design that has been implemented by Kopi Nako has yet to be understood fully by its customer.

And with this project improvement, the writing team will conduct projects addressing the problem of consumer awareness as to what the brand of Kopi Nako Daur Baur is trying to evoke. The problem itself was identified through conducting in depth interviews with the internal parties of Kopi Nako as well as

external parties, the consumers. Furthermore the writing team has done data analysis into the internal data that support the improvement process.

The data presented by the writers team towards the issue is felt and faced by the company. After that the continuation of the writing process revolves around finding the source of the issue or the root cause to find solutions to the problems faced byKkopi Nako Daur Baur. Furthermore, the writers found that there are alternative solutions that the company could use to solve said problems. This being sustainable marketing, social media content marketing and brand collaboration. The alternative solutions were then weighed on and considered to find the highest scoring, in this case it was Sustainable marketing. With that, the writers team has made a continuous marketing strategy that can solve the identified problems. The marketing strategies are that of guerrilla marketing and experiential marketing to increase the consumers knowledge towards the sustainability concept of Kopi Nako Daur Baur.

Through the solutions suggested, in this case being sustainable marketing, it is hoped to reach the target audience through the metric of how many costumers read the information about Kopi Nako Daur Baur and to understand the sustainability concepts that have been implemented by Kopi Nako Daur Baur. In this project improvement, through the set SMART goals that have been determined. The writing team has achieved an increase in the number of consumers that came and read the information regarding Kopi Nako Daur Baur and has understood the sustainability concepts that have been implemented by Kopi Nako Daur Baur. This is achieved through the implementations suggested by the writing team to the company. The implementation in this case is creating informative stickers that are educative and through an acrylic board that is used as a direction to discard plastic cups properly into the dedicated trash cans provided.