

SIARAN PERS

" Musala 'Keren' di Fasilitas Umum Premium: Pemborosan atau Keharusan?"

Jawaban Keinginan Pengunjung Tempat Premium Akan Fasilitas Umum Yang Nyaman.

Jakarta, 21 Juli 2011. ETNOMARK Consulting, sebuah perusahaan brand consultant dengan pendekatan ethnography marketing solutions, hari ini mengadakan acara talk-show bertema " Musala 'Keren' di Fasilitas Umum Premium: Pemborosan atau Keharusan?". Tema tersebut bertepatan dengan momentum puasa yang sebentar lagi akan kita jelang, dimana keberadaan Musala bagi kaum Muslim menjadi suatu kebutuhan untuk menjalankan kegiatan ibadah pada bulan Ramadhan. Pada acara ini sekaligus juga dilakukan acara launching website ETNOMARK Consulting. Bertempat di Capital Grille Senopati, ETNOMARK Consulting memaparkan hasil study ethnography yang dituangkan dalam bentuk white paper mengenai pentingnya fasilitas umum yang berkualitas prima khususnya Musala ' keren' di tempat-tempat premium.

Pembicara dalam acara ini adalah Amalia E. Maulana, Ph.D. Direktur ETNOMARK Consulting, serta Syafiq Basri Assegaff sebagai peneliti di Pusat Studi Islam dan Kenegaraan (PSKI) Universitas Paramadina, dan Handaka, CEO Senayan City yang membagi wawasan mengenai kiat-kiat dalam mengelola fasilitas umum dan meningkatkan kepuasan layanan terhadap stakeholder.

Amalia E. Maulana, Ph.D. menyampaikan temuan studi juga menjelaskan bahwa fasum premium seperti rumah sakit, hotel, dan resto, belum terlalu serius memikirkan Musala sebagai salah satu aspek penting dalam menjangkau dan mempertahankan pelanggan. "Saya melihat masih banyak fasum premium yang akses ke Musala nya saja jauh serta sulit ditemukan dan harus ekstra bertanya kepada petugas keamanan untuk menemukannya. Sekalinya ada Musala, lokasinya di area parkir yang panas serta pengap, tempat nya sempit dan tidak terdapat penitipan sepatu dan tempat wudhu yang khusus, hal ini memperlihatkan ketidakseriusan fasum premium untuk menyediakan fasilitas yang memadai", ujar Amalia E. Maulana. Lain halnya dengan pusat perbelanjaan yang dibangun pada kurun waktu lima tahun terakhir yang termasuk paling advance memikirkan Musala nya.

Bila fasum pusat perbelanjaan modern sudah diberikan acungan jempol, sebenarnya masih banyak aspek yang perlu dibenahi. Di banyak tempat, alat beribadah seperti mukena dan sarung, dalam kondisi yang kurang diperhatikan. Jika di hotel berbintang fasilitas handuk dan alas tidur bisa dicuci setiap hari untuk mendapatkan kenyamanan penggunanya, di Musala 'keren', hal ini tentu tidak sulit untuk dilakukan

pengelola Mall untuk memastikan bahwa alat-alat ibadah yang ada di Musala kerennya dalam kondisi prima. Sekarang, Musala sebagai fitur product/service, sudah bergeser dari “augmented” menjadi “expected” benefit yaitu tipe-tipe benefit yang sudah dirasakan terintegrasi dan menjadi sebuah keharusan bagi pelanggan. Semoga dengan semakin tinggi standar yang di tetapkan oleh Mall untuk Musala keren akan menjadi inspirasi bagi pengelola fasum lainnya. Menyediakan Musala ‘keren’ sama sekali bukan pemborosan, tetapi keharusan.

Tentang ETNOMARK Consulting

ETNOMARK didirikan tahun 2009 di Jakarta, pendirinya adalah Amalia E. Maulana, Ph. D, ketertarikan beliau dalam mengajar, meneliti dan dalam bidang konsultan berfokus pada management brand dan strategy; khususnya yang berkaitan dengan masalah advertising/communication, consumer behaviour dan internet sebagai aspek penting dalam marketing menjadi latar belakang berdirinya ETNOMARK Consulting. Perusahaan ini memberikan jasa dibidang konsultan, in-house workshop dan research mengenai perilaku konsumen menggunakan metode ethnography sebagai pendekatan utamanya.

ETNOMARK Consulting menggunakan multi-dimensional insights generation yang menelusuri arti sebenarnya dari aspek pilihan, motivasi dan kebutuhan dari stakeholders, dengan cara mengeksplorasi dan menyelidiki lingkungan stakeholders mulai dari kebiasaan serta pengaruh socio-cultural influences dari perilaku mereka. White paper yang merupakan hasil research ETNOMARK Consulting yang mengangkat banyak aspek kehidupan dan kepentingan merupakan buah pemikiran dan hasil research yang berguna untuk memahami sisi lain yang belum kita sadari dan perhatikan sebelumnya. Banyak perusahaan besar global dan lokal yang sudah mendapatkan manfaat dari penggunaan pendekatan Ethnography dalam mencari potongan teka-teki mengenai pengetahuan mereka mengenai brand dan mengenali karakteristik stakeholders mereka.

Informasi lebih lanjut hubungi:

Anindya Kusuma Dewi

Etnomark Consulting

T : 021-7450958

anindya@etnomark.com

Krismilani

Fortune PR

T : 021-7658506 ext 100

lanil@fortunepr.com