

EXECUTIVE SUMMARY

Indonesia has one of the most promising agricultural assets in the world with its vast and seemingly endless acres of lands and crops and also its richly diverse varieties of harvestable vegetation. HARA is one of few startup companies that its best interest is to contribute to the maximization of the industry's full potential. Using blockchain technology, PT Agri Tekno Karya attempts to create an ecosystem of data exchange which consists of data providers, data qualifiers, data buyers, and value-added services, to help farmers gain more capital, provide agricultural data for governments and financial institutions, empower locals, and many more. Moreover, the company also issues their own cryptocurrency, the HARA Token (HART) through local crypto asset exchanges. This particular point in the business process is crucial for fueling the company's equity. Thus, it is imperative to create a strategic marketing endeavors towards crypto traders to get them to contribute to the cause. The company-run Telegram group of HARA Community which holds numerous crypto traders from around the world, is one of the critical points of the decision-making process for potential token buyers. However, the improvement team have identified an issue in the operation of the Telegram group which is how the admins or the company's representative persons are not yet equipped with a Standard Operating Prochedure to run the Telegram group. The improvement team also refers to Keller's theory which says that one of the aspects that builds Brand Equity is Brand Association. The team focuses on how to build the Non-Functional Brand Associations which are social image, trustworthiness, perceived value, and differentiation. These aspects are built through the SOP that governs how the Telegram admins communicate to the group members by implying those points to the audience. In conclusion, this particular improvement project attempts to improve the potential token buyer's Non-Functional Brand Associations by creating a standardized procedure for the Telegram admins that in return will gain a leverage for the potential token buyers to trust the product (HART) even more.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Indonesia memiliki salah satu aset pertanian yang paling menjanjikan di dunia dengan lahan yang sangat luas dan juga keanekaragaman varietas vegetasi yang tinggi. HARA merupakan salah satu perusahaan startup yang memiliki misi untuk turut serta berkontribusi dalam pembaharuan dan pengembangan industri ini untuk memaksimalkan potensi pertanian negara. Menggunakan teknologi blockchain, PT Agri Tekno Karya berusaha menciptakan ekosistem pertukaran data yang terdiri dari penyedia data, pengualifikasi data, pembeli data, serta layanan nilai tambah, untuk memberikan kapital yang lebih kepada petani, menyediakan data pertanian kepada pemerintah dan institusi perbankan, memberdayakan masyarakat, dan lainnya. Perusahaan ini juga menerbitkan mata uang kriptonya sendiri yaitu dengan nama HARA Token (HART) yang dijual melalui beberapa bursa aset kripto. Poin ini merupakan salah satu titik krusial dalam bisnis proses perusahaan bahwa aspek inilah yang memberikan kekuatan lebih terhadap ekuitas perusahaan. Sehingga, sangat penting untuk menciptakan upaya pemasaran secara strategis terhadap pemain aset kripto untuk menarik mereka agar turut berkontribusi. Grup Telegram HARA Community yang dibuat oleh perusahaan menampung berbagai pemain aset kripto dari seluruh dunia merupakan poin yang sangat penting dalam proses penentuan keputusan para calon pembeli aset. Namun, tim telah mengidentifikasi sebuah masalah dalam pengoprasian grup Telegram ini dimana para representative perusahaan/admin belum dilengkapi dengan SOP. Tim penulis juga mengacu kepada teori dari Keller dimana Brand Association menjadi salah satu aspek untuk pembangunan Brand Equity. Terfokus terhadap aspek Non-Functional yang terdiri dari social image, trustworthiness, perceived value dan differentiation, aspek ini lah yang akan dibangun melalui komunikasi admin terhadap member grup yang diatur oleh SOP yang dibuat. Dengan itu, dapat mempengaruhi keputusan untuk lebih mempercayai produk HART.