

RINGKASAN EKSEKUTIF

Penelitian tertulis pada makalah ini dilakukan dalam rangka melaksanakan *Project Improvement Plan* yang dilakukan di PT Supra Boga Lestari yang bergerak di bidang retail pada divisi KESUPERMARKET yang merupakan *official E-Grocery* dari Ranch Market dan Farmers Market. Selama masa *Project Improvement*, peneliti mencari masalah yang terjadi di KESUPERMARKET dan akar penyebab masalah dari perusahaan, serta mencari beberapa alternatif solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut. Dalam proses mencari permasalahan yang terjadi, peneliti melakukan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dengan pihak perusahaan dan pengguna, serta melakukan observasi. Melalui hal ini, peneliti mendapatkan bahwa “pengguna aktif KESUPERMARKET yang belum maksimal” merupakan masalah prioritas dari perusahaan berdasarkan *severity - urgency matrix*. Setelah itu, ditemukannya akar penyebab dari pengguna aktif yang belum maksimal adalah “belum memiliki konsep promosi” yang didapatkan melalui *fishbone diagram* dan *inter-relation diagram*. Peneliti menggunakan beberapa teori dan konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan yaitu *AIDA*, *marketing mix*, *promotion mix*, dan *digital marketing* sebagai dasar penulisan makalah ini. Dalam mencari alternatif solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan perusahaan, peneliti menggunakan *promotion mix* sebagai dasar teori. Peneliti mendapatkan tiga alternatif solusi yaitu : KESUPERMARKET *First User Discount*, KESUPERMARKET *Fast Track* dan KESUPERMARKET *Lucky Draw*. Melalui perundingan antara pihak perusahaan dengan peneliti, alternatif solusi *First User Discount* adalah alternatif solusi yang memiliki angka paling tinggi berdasarkan *weighted objective method*. *Project Improvement* ini memiliki target untuk meningkatkan pengguna dari KESUPERMARKET sebesar 20% dalam satu bulan. Program ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan prioritas perusahaan dengan meningkatkan pengguna serta membuat para pengguna memiliki kebiasaan untuk berbelanja secara *online*. Dengan perbandingan manfaat dan biaya

+2.75 dengan skema optimis, solusi ini patut untuk diterapkan. Sebagai kesimpulan, dengan mengenal dan menerima kritik & saran pengguna, KESUPERMARKET akan lebih bisa untuk membuat konsep promosi yang matang dan akan membuahkan hasil yang baik.



EXECUTIVE SUMMARY

The purpose of his written research was to complete the Project Improvement Plan carried out in PT Supra Boga Lestari, a company that is engaged in retail. Researchers work in the KESUPERMARKET division that is the official E-Grocery of Ranch Market and Farmers Market owned by PT Supra Boga Lestari. During the Project Improvement Plan period, researchers looked for problems that occurred in KESUPERMARKET and the root cause of the problem from the company, as well as looking for several alternative solutions to solve these problems. In the process of looking for problems that occur, the researchers took a qualitative approach by conducting in-depth interviews with the company and users and making observations. Through this, the researchers found that "the number of users using KESUPERMARKET is not at their best number" is a priority problem of the company based on severity - urgency matrix. Thenceforward, the researchers found that the root cause of the lack of active users is "not having a promotion concept" which is obtained through fishbone diagrams and inter-relation diagrams. Researchers used several theories and concepts that have been studied during lectures, namely AIDA, marketing mix, promotion mix, and digital marketing as the basis for writing this paper. In finding the right alternative solutions to solve the company's problems, the researcher uses the promotion mix as a theoretical basis. The researcher found three alternative solutions, namely: KESUPERMARKET First User Discount, KESUPERMARKET Fast Track, and KESUPERMARKET Lucky Draw. Through an agreement between the company and the researchers, the First User Discount solution alternative is the alternative solution that has the highest number based on the weighted objective method. This project improvement has a target to increase the users of KESUPERMARKET by 20% in one month. This program aims to solve the company's priority problems by increasing users and making users have the habit of shopping online. By comparing the benefits and costs of +2.75 with an optimistic scheme, this solution is worth implementing. In

conclusion, by knowing and accepting user criticism & suggestions, KESUPERMARKET will be more able to create a mature promotion concept that will produce good results.

