

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement yang telah dipelajari selama masa perkuliahan akan dilakukan di PT Sumber Berkat Bogatama, Fonzu Premium & Hokkaido Beer En sebagai restoran yang menawarkan masakan Jepang. Masa magang dilakukan dari Mei 2020 hingga Agustus 2020. Selama kegiatan magang ini berlangsung, peneliti bertugas untuk mencari masalah beserta akar masalah dari perusahaan yang kemudian akan mengajukan beberapa alternatif solusi yang memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah. Dalam melakukan riset, peneliti melakukan riset kualitatif dimana dilakukan *in-depth interview* terhadap pihak internal perusahaan dan konsumen dari Fonzu Premium. Setelah melakukan riset, peneliti melihat bahwa Fonzu Premium memiliki masalah utama yaitu “penurunan jumlah sales” dengan “belum melakukan *channel expansion*” yang menjadi akar penyebab masalah tersebut. Peneliti sendiri mencari akar penyebab masalah dengan menggunakan konsep *severity-urgency matrix* dan melalui penggunaan dari konsep *fishbone diagram* dan *interrelation diagram*. Peneliti juga menemukan bahwa strategi pemasaran yang mengandalkan voucher dan media sosial masih belum tidak memadai dan memberikan hasil yang maksimal. Kemudian peneliti menggunakan konsep Integrated Marketing Communication untuk membuat beberapa alternatif solusi yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah pada perusahaan. Alternatif solusi pertama yaitu melakukan perluasan kanal distribusi dengan kerjasama Go-Food Partner, kemudian alternatif solusi kedua yaitu pemberian diskon bundling yang disosialisasikan melalui Instagram, dan yang terakhir yaitu pengembangan kanal distribusi melalui marketplace Tokopedia dan Shopee. Dari ketiga alternatif solusi, peneliti memilih alternatif solusi ketiga dengan target kenaikan penjualan sebanyak 30%. Program ini bertujuan agar Fonzu Premium tetap dapat melakukan penjualan dalam bentuk produk *frozen meat* selama masa pandemi Covid 19.

EXECUTIVE SUMMARY

Fonzu Premium & Hokkaido Beer En is a Japanese restaurant, operated under PT Sumber Berkat Bogatama, located in Central Jakarta, Indonesia. This *Project Improvement* report describes problems the restaurant has faced during researchers' internship period between May 2020 and August 2020. Along with it, this report describes causes and root causes of the problems as well as possible solutions that the researchers have evaluated. Qualitative research, involving in depth interviews with both internal and external parties of the restaurant, was carried out to identify problems. Based on the research, it was found that there is a decline in the sales of the restaurant. Further research was then carried out, with the use of *severity-urgency matrix*, *fishbone diagram* and *interrelation diagram*, to identify causes and root causes of the problem. The research showed that the marketing strategies which rely on vouchers and little social media engagements are inadequate. Based on the findings, researchers then use *Integrated Marketing Communication* to generate possible solutions to address the problems. The three solutions proposed are becoming Go-Food Partner, bundling promotion through Instagram, and expansion of distribution channels through *online* marketplace. Out of the three, the researchers chose to implement the last solution with a goal of increasing the sales by 30%. This is to ensure that Fonzu will still be able to reach the goal during the Covid-19 pandemic by selling frozen meat.