

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Laporan penelitian tertulis ini dibuat dalam rangka melaksanakan mata kuliah tugas akhir yaitu *Project Improvement* dengan melakukan *internship* di PT Tritunggal Jaya Buana. Setelah melakukan riset data yang dibutuhkan, penulis melakukan riset data melalui pendekatan *Severity – Urgency Matrix* dan menemukan bahwa PT Tritunggal Jaya Buana memiliki permasalahan utama yaitu “penjualan perusahaan belum maksimal”. Langkah selanjutnya adalah menentukan akar penyebab dengan menggunakan *fishbone diagram* dan *interrelation diagram* dan ditemukan bahwa “perusahaan kurang melakukan eksplorasi strategi promosi” sebagai akar penyebab masalah. Penulis menggunakan beberapa teori dan konsep yaitu *Marketing Mix*, *Promotion Mix*, *Organisational Buyer Behavior* dan *Digital Marketing*. Penulis mendapatkan 3 alternatif solusi yang dapat disarankan kepada perusahaan sebagai jawaban dari akar penyebab yang telah di analisis, ketiga alternatif solusi tersebut adalah *Digital Brand Visibility*, *B2B Expo*, dan *Telemarketing & Gathering*. Setelah penulis membandingkan ketiga alternatif solusi tersebut menggunakan *weighted objectives method* dengan beberapa kriteria maka terpilihlah alternatif solusi *Digital Brand Visibility* sebagai rencana alternatif solusi karena mendapatkan nilai terbesar. Laporan *Project Improvement* ini memiliki target objektif adalah “peningkatan penjualan sebesar minimal 400 juta Rupiah dalam tempo waktu 9 bulan yang akan dilaksanakan setelah pandemik COVID-19 selesai atau keadaan sudah mulai kondusif” Dalam rancangan alternatif solusi ini strategi promosi perusahaan akan diperbarui dengan dukungan *website*, *e-commerce* dan sosial media. Perhitungan perbandingan manfaat dan biaya menghasilkan nilai sebesar +2.18 sehingga alternatif solusi ini cocok untuk dilakukan implementasi. Sebagai kesimpulan, dengan memaksimalkan *digital brand visibility* yang dimiliki oleh perusahaan, maka PT Tritunggal Jaya Buana dapat meningkatkan penjualan sehingga dengan lebih maksimal.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong

## EXECUTIVE SUMMARY

*This written research report is methodically built for the studies of Project Improvement's final assignment, by completing an internship with PT Tritunggal Jaya Buana. Within the process of writing this report, the writer has worked with several methods to gather data. After collecting the data through thorough research, the writer then processed the data to through a method called Severity - Urgency Matrix and discovered that PT Tritunggal Jaya Buana is going through a main problem of "company sales have not been maximized". The next step is to identify the root of the problem using the Fishbone Diagram and Interrelation Diagram, and it concluded that the company does not explore promotional strategies. The writer made use of theories and concepts to support this final report, such as Promotion Mix, Promotion Mix, Organisational Buyer Behavior and Digital Marketing. The writer concluded three suggestion alternatives to be offered to the company as an answer to its existing issue; which are Digital Brand Visibility, B2B Expo and Telemarketing and Gathering. Through comparison of the three alternatives against several criteria, using weighted objective method; the alternative Digital Brand Visibility, which was calculated to bring the most impact, was chosen. The objective target of this report is to increase company's sales by minimum 400 million Rupiah within 9 months of time, which will be implemented after the disruption of the pandemic settles and situation stabilizes. This planned alternative seeks to improve the business's promotional strategy using online platform, complemented with proper website, e-commerce and social media. The margin of gain and its price calculates to +2.18%, therefore implementation of this plan would be befitting and beneficial. To conclude, maximizing the company's digital brand visibility would enable PT Tritunggal Jaya Buana to maximize the sale*



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong