

RINGKASAN EKSEKUTIF

Didalam Project Improvement ini terdapat beberapa opportunity yang kami temukan di Muara Kurnia. Muara Kurnia adalah sebuah perusahaan yang berdiri dari tahun 1998. yang bergerak sebagai produsen sekaligus distributor. Barang-barang yang disuplai oleh Muara Kurnia berupa brand Indokurnia dan brand Tanaka. Kami sejauh ini menemukan masalah yang teridentifikasi seperti : sistem perusahaan yang masih tradisional, pencatatan dan faktur masih ditulis dan dicetak secara manual, Stok produk yang tidak tertata secara teratur dan ditentukan tempatnya, B2B *marketing* yang belum meranah ke pasar swalayan/modern, dan *marketing* yang sejauh ini masih dilakukan secara offline. Namun perlu diketahui, perusahaan Muara Kurnia menerapkan sistem tradisional pada proses bisnisnya sehingga perusahaan menyimpulkan hal tersebut bukan menjadi masalah yang menghambat perusahaan untuk tetap berjalan. Oleh karena itu, dengan menggunakan konsep Performance Importance, penulis akan memfokuskan untuk mencari opportunity yang dapat dikembangkan oleh Muara Kurnia. Opportunity yang ditemukan yaitu melakukan ekspansi pasar melalui online marketing. Setelah melalui diskusi dengan pertimbangan yang matang, Muara Kurnia memutuskan untuk masuk ke dalam pasar online dengan brand Indokurnia. Hal ini didasari dengan visi perusahaan yang menginginkan bisnis bergerak sebagai sebuah brand melainkan toko. Pemilihan strategi online marketing dipilih dikarenakan selain akan memperluas pasar, cost yang digunakan terbilang kecil dan efektif yang dibuktikan dengan hasil penjualan 3 bulan pertama yang memuaskan. Penulis melakukan aktivasi marketing di berbagai marketplace B2C seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Selain itu, penulis juga membuat page Facebook Indokurnia serta menargetkan produk pada B2B dimana implementasi strategi ini terlihat pada ketersediaan produk Indokurnia di Indotrading. Sejalan ini, penulis dan perusahaan setuju peluncuran produk Indokurnia secara *online* memberikan dampak positif pada perusahaan.



EXECUTIVE SUMMARY

In this Project Improvement there are several opportunities that we found in Muara Kurnia. Muara Kurnia is a company that was founded in 1998, which operates as producer and distributor. The goods supplied by Muara Kurnia are in the form of Indokurnia brands and Tanaka brands. We had identified several problems in Muara Kurnia, such as : traditional company systems, records and invoices that are still written and printed manually, Stock products that are not regularly arranged and determined, B2B marketing that has not yet moved to supermarkets / modern markets, and marketing so far it's still done offline. However, it should be noted, the Muara Kurnia company applies a traditional system to its business processes so the company concludes that this does not create a problem that prevents the company from continuing to run. Therefore, by using the concept of Performance Importance, the writer will focus on finding opportunities that can be developed by Muara Kurnia. Opportunity found is expanding the market through online marketing. After going through discussions with careful consideration, Muara Kurnia decided to enter the online market with the Indokurnia brand. This is based on the company's vision to run as a brand but not as a shop. The choice of online marketing strategy was chosen because in addition to expanding the market, the costs used were relatively small and effective as evidenced by the satisfactory results of the first 3 months of sales. The writers make marketing activations in various B2C marketplaces such as Shopee, Tokopedia, and Lazada. In addition, the writers also make Indokurnia Facebook page and target products on B2B platform where the implementation of this strategy is seen in the presence of Indokurnia products in Indotrading. So far, the writers conclude that the launch of Indokurnia products through online marketing has had a positive impact on the company.

