

RINGKASAN EKSEKUTIF

Perdagangan sudah dikenal sejak dahulu dengan istilah barter yang merupakan sebuah kegiatan tukar menukar barang antara satu pihak dengan pihak lainnya dengan nilai barang yang serupa. Kegiatan perdagangan sudah berevolusi hingga saat ini bahkan hingga antar negara, atau yang lebih dikenal dengan kegiatan ekspor dan impor. PT. Lancar Inti Maju merupakan perusahaan dagang yang mengekspor komoditas - komoditas mereka ke luar negeri, dari mulai negara Asia hingga Eropa. Komoditas atau produk yang dimiliki oleh PT. Lancar Inti Maju antara lain, briquette atau arang, kelapa, kacang - kacangan, vanilla, logam aluminium, bawang - bawang, dan cigar. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2019 oleh Patrick Santoso selaku Direktur Utama dari perusahaan. Dalam mata kuliah Project Improvement ini, penulis ingin menganalisa berbagai masalah yang dialami oleh perusahaan dan menentukan masalah prioritas yang ingin diperbaiki dari metode penelitian, hingga mengimplementasikan solusi yang telah dibuat dan didiskusikan oleh penulis dan perusahaan. Masalah yang dihadapi oleh perusahaan antara lain; kurangnya respon dari buyer atau konsumen, kurangnya brand awareness, kurangnya digitalisasi atau penggunaan platform online dan media sosial, dan kegagalan dalam proses bernegosiasi dengan konsumen dalam membeli produk. Kemudian, penulis menganalisa masalah prioritas dengan menggunakan performance-importance matrix yang menghasilkan "Kurangnya jumlah buyer yang merespon". Penulis kemudian menggunakan berbagai pendekatan konseptual, yakni; teori Hierarchy of Effect Model, Direct Marketing, Konsep Perilaku Pembelian B2B, dan Buying Determinants Theory sebagai acuan dalam menganalisa akar permasalahan dan alternatif solusi yang akan dibuat. Penulis lalu menggunakan Fishbone Diagram untuk menentukan berbagai akar penyebab dari empat faktor utama masalah "Kurangnya jumlah buyer yang merespon". Kemudian dengan menggunakan Interrelationship Diagram, penulis mengambil 10 akar penyebab dan menemukan "Reputasi Perusahaan yang Masih Kurang" sebagai akar penyebab utama berdasarkan arah panah keluar dan masuk yang didapatkan. Penulis lalu membuat tiga alternatif solusi, yaitu Mencari Data Buyer yang

Terpercaya Melalui E-commerce go4World dan Alibaba, Meningkatkan Kualitas Penyampaian Konten Kepada Buyer, dan Menggunakan Advertisement Melalui Media Sosial Instagram dan Facebook. Dari ketiga alternatif solusi tersebut, penulis menggunakan Weighted Objectives Method dengan Biaya, Efektifitas, Resiko, dan Kemudahan sebagai empat faktor utama dalam memilih solusi terbaik. Setelah melakukan penilaian, penulis mendapatkan solusi “Meningkatkan Kualitas Penyampaian Konten Kepada Buyer” sebagai solusi terbaik dengan total nilai terbesar. Selama masa implementasi, penulis berhasil dalam mendapatkan respon *buyer* hingga tahap pembahasan produk dan harga, hingga mengirim *sample* produk ke luar negeri. Penulis akan tetap melaksanakan implementasi solusi hingga akhir September 2023 untuk mencapai target perbaikan yang telah ditetapkan dan memproyeksikan Cost-Benefit yang didapatkan apabila menggunakan solusi tersebut, yaitu pendapatan sebesar Rp. 100.000.000 dan pengeluaran sebesar Rp. 8.100.000, dengan total keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan adalah Rp. 91.900.000. Keuntungan yg didapatkan perusahaan setelah masa Project Improvement adalah kenaikan pendapatan sebesar 91.9 %. Saran dan tindak lanjut yang diberikan oleh penulis adalah perusahaan dapat menerapkan solusi yang telah dilaksanakan penulis sebagai acuan dalam mendapatkan respon *buyer* yang lebih banyak.



EXECUTIVE SUMMARY

Bartering, or the act of exchanging products between individuals that have common values, has been an aspect of trade since the dawn of time. Across all nations, trading activity, also known as export and import activities, have developed to this day. PT. Lancar Inti Maju is a trade company that distributes its goods to Europe from Asian nations. PT. Lancar Inti Maju has a variety of products, including; charcoal briquette, coconut, nuts, vanilla, aluminum metal, onions, cigars, and vanilla. Patrick Santoso, the company's founder and director, established the company in 2019. The writer's goal in this project improvement course is to analyze several issues that the businesses face and identify their main issue for improvement, from research methodologies to implementing jointly developed and discussed solutions. The problems faced by the company includes; Insufficient responses from customers or consumers, a lack of brand awareness, a lack of digitalization or use of online platforms and social media, and failure in the process of bargaining with customers to purchase items are some of the issues the business is facing. The writer's then analyzes the underlying reasons and potential remedies using a variety of conceptual techniques, including the AIDA concept, direct marketing, and B2B purchase behavior concept. The author then analyzes the underlying reasons and potential remedies using a variety of conceptual techniques, including the theory of the Hierarchy of Effect Model, direct marketing, the B2B Buying Behavior Concept, and the Buying Determinants Theory. The four primary reasons of the "lack of number of responding buyers" problem are then identified by the author using the Fishbone Diagram. The author then utilizes the Interrelationship Diagram to analyze 10 root causes and, based on the direction of the incoming and outgoing arrows, determines that "Company Reputation that Still Lacks" is the primary root cause. The author then offers three different options, including obtaining reliable buyer information through Go4World and Alibaba E-commerce, enhancing the caliber of content delivered to customers, and using social media like Instagram and Facebook for advertising. The authors weigh the costs, effectiveness,

risk, and ease of each of the three potential solutions using the Weighted Objectives Method to determine which is best. The authors determine that "Improving the Quality of Content Delivery to Buyers" is the best option with the highest overall value after completing an assessment. The author had success during the implementation phase in obtaining customer replies up to the product and pricing negotiation stages, as well as in delivering product samples abroad. To meet the improvement goals set, the author will continue to use the solution until the end of September 2023. The cost-benefit analysis shows that using this solution will result in revenue of Rp. 100,000,000, expenses of Rp. 8,100,000, and a total profit of Rp. 91,900,000. The profit that the company gets after the Project Improvement period is an increase in revenue of 91.9%. The author provides recommendations and follow-ups so that businesses may use the methods she has used as a model to increase customer replies.

