

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Agritek Sukses Indonesia merupakan perusahaan *business development* dan konsultan. Perusahaan ini juga bergerak dalam bidang F&B dengan sub-merek Tery's Food dengan Restoran Kari Pontinya yang terletak di Pasar Modern BSD. Restoran Kari Ponti menjual makanan khas Pontianak, Kalimantan Barat dan telah berdiri sejak tahun 1996. Berawal dari Ibu Tery Hartantio yang sering menerima pesanan dan memasak makanan asal Pontianak dari rumah, Ibu Tery mulai berjualan pertama di Banjarmasin. Seiring waktu, keluarga Ibu Tery pindah dari Banjarmasin ke Jakarta dan mendirikan outlet Kari Ponti yang sekarang berada di Pasar Modern BSD. Dalam pengembangan usaha restoran Kari Ponti, penulis menemukan beberapa permasalahan yang sedang terjadi dan mengidentifikasi masalah prioritas yaitu kurangnya pemicu untuk membuat calon konsumen digital menjadi konsumen di Kari Ponti. Untuk mengatasi masalah tersebut, penulis mengadopsikan beberapa pendekatan konseptual seperti *digital marketing*, *brand personality*, *brand positioning*, *content marketing*, dan *inbound marketing*. Dari permasalahan yang telah diidentifikasi, penulis merancang dan mengusulkan tiga alternatif solusi dengan inti yang sama untuk Kari Ponti yaitu membuat konten yang *Customer-Minded*. Oleh karena itu, ketiga alternatif solusi adalah *Customer-Minded Content* yang dibuat, dirancang, dan dieksekusikan oleh pihak internal, *Customer-Minded Content* yang dibuat, dirancang, dan dieksekusikan oleh *content production agency* dengan metode membeli konten, dan *Customer-Minded Content* yang dibuat, dirancang, dan dieksekusikan oleh pihak eksternal dengan metode *freelance*. Setelah kegiatan *improvement* dijalankan selama sebulan, solusi ini dapat dikatakan sukses dimana jumlah konsumen digital yang berasal dari sosial media menjadi 18 di bulan Mei dan 10 di bulan Juni dari yang sebelumnya 0.

EXECUTIVE SUMMARY

PT Agritek Sukses Indonesia is a business development and consulting company. The company is also engaged in F&B with Tery's Food sub-brand with its Ponti Curry Restaurant located in BSD Modern Market. Kari Ponti Restaurant sells Pontianak, West Kalimantan specialties and has been established since 1996. Starting from Mrs. Tery Hartantio who often received orders and cooked food from Pontianak from home, Mrs. Tery started selling first in Banjarmasin. Over time, Mrs. Tery's family moved from Banjarmasin to Jakarta and established Kari Ponti outlet which is now located in BSD Modern Market. In developing the Kari Ponti restaurant business, the author found several problems that were happening and identified a priority problem, namely the lack of triggers to make potential digital consumers become consumers at Kari Ponti. To overcome these problems, the author adopts several conceptual approaches such as digital marketing, brand personality, brand positioning, content marketing, and inbound marketing. From the problems that have been identified, the author designs and proposes three alternative solutions with the same core for Kari Ponti which is to create Customer-Minded content. Therefore, the three alternative solutions are Customer-Minded Content created, designed, and executed by internal parties, Customer-Minded Content created, designed, and executed by content production agencies with the method of buying content, and Customer-Minded Content created, designed, and executed by external parties with the freelance method. After a month of improvement activities, this solution can be said to be successful where the number of digital consumers coming from social media became 18 in May and 10 in June from the previous 0.