

RINGKASAN EKSEKUTIF

Peningkatan jumlah penduduk kelas menengah di Indonesia dari tahun ke tahun akan berdampak pada peningkatan industri makanan, termasuk industri yogurt. Sour Sally Mini merupakan sebuah bisnis *frozen yoghurt* dengan sasaran pasar kalangan menengah. Yoghurt ini memiliki harga yang relatif terjangkau dibandingkan pesaing lain. Bisnis ini mulai berdiri pada tahun 2012 di bawah kepemilikan PT. Berjaya Bersama Sally. Saat ini perusahaan sudah memiliki 19 *outlets* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Fokus dari *project improvement* adalah dua *outlets* yang berada di Jakarta, yaitu Mall Artha Gading dan Nifarro Park Apartment. Kami menemukan bahwa volume penjualan yoghurt di kedua *outlet* di atas belum sesuai harapan dalam rentang waktu antara November 2016 hingga April 2017. Berdasarkan hasil riset kualitatif dan kuantitatif, kami menemukan bahwa akar masalah dari tidak tercapainya target penjualan yaitu tidak adanya promosi penjualan di *outlet*.

Setelah menganalisis permasalahan yang ada, kami mengajukan tiga alternatif solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Ketiga solusi tadi adalah: (1) *healthy stamp card*; (2) *buy 1 Mini Cup get free topping*; dan (3) *happy hours*. Setelah mengevaluasi ketiga alternatif solusi dengan mempertimbangkan aspek biaya, kecepatan, kesulitan, resiko, dan efektivitas, kami memperoleh hasil di mana solusi *healthy stamp card* memperoleh nilai tertinggi. Oleh karena itu, kami menggunakan solusi tersebut untuk bisa diterapkan pada *outlet* Sour Sally Mini Mall Artha Gading.

EXECUTIVE SUMMARY

The increasing number of middle class population in Indonesia from year to year will certainly affected on the improvement of food industry, including yogurt industry. Sour Sally Mini is a frozen yogurt business with middle class market target. This yoghurt sells on affordable price other than another competitors. The business started in 2012 under PT. Berjaya Bersama Sally. There are currently 19 Sour Sally Mini outlets spread throughout Indonesia.

Focus of the project improvement is two outlets located in Jakarta, which are Mall Artha Gading and Nifarro Park Apartment. We found that yoghurt's sales volume in these two outlets haven't been achieved well starting from November 2016 until April 2017. Based on the results of qualitative and quantitative research, it has been found that the root cause of the problem is no sales promotions in outlets.

After analyzing the problems, we proposed three alternative solutions to solve the problem. These three solutions are: (1) healthy stamp card; (2) buy 1 Mini Cup get free topping; and (3) happy hours. Based on the results of alternative evaluation with cost, speed, difficulties, risk, and effectiveness indicators, we got the result that healthy stamp card solution got the highest score. Based on the evaluation, we choose that alternative solution to be applied in Sour Sally Mini Mall Artha Gading's outlet.