

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Blibli Now merupakan sebuah fitur terbaru dalam bentuk pemanfaatan sistem *Online to Offline* (O2O) yang ditawarkan oleh PT. Global Digital Niaga (bibli.com). Fitur tersebut pertama kali diluncurkan pada Agustus 2016 sebagai upaya dari PT. Global Digital Niaga (bibli.com) untuk mengedukasi masyarakat agar mengenal sistematika dan kemudahan dalam berbelanja *online*.

Dalam upayanya untuk mengedukasi pasar *offline*, Blibli Now dihadapkan oleh suatu cara pendekatan yang berbeda antara pasar *offline* dengan *online*. Perbedaan tersebut menyebabkan pesan yang ingin disampaikan oleh Blibli Now tidak diterima oleh konsumen secara baik. Hal ini menyebabkan terjadinya permasalahan utama Blibli Now, yaitu rata – rata transaksi per toko setiap bulan belum mencapai target yang ditetapkan oleh PT. Global Digital Niaga (bibli.com).

Berawal dari permasalahan tersebut, penulis menjadikan tugas *Project Improvement* ini sebagai upaya untuk membantu PT. Global Digital Niaga (bibli.com) untuk meningkatkan rata – rata transaksi per toko setiap bulan agar mencapai target yang ditentukan. Dalam aktivitas *project improvement* ini, penulis melakukan analisa mengenai penyebab – penyebab yang mungkin menjadi akar penyebab dari permasalahan utama tersebut dengan cara mengadakan riset kuantitatif untuk menentukan posisi Blibli Now pada saat ini, mengadakan survei lokasi, dan melakukan observasi ke lokasi *merchant partner* yang berada di 3 pusat perbelanjaan di Jakarta. Setelah menganalisa keseluruhan data yang penulis peroleh, penulis menemukan bahwa akar penyebab dari permasalahan yang dihadapi adalah **“Tidak ada planning dalam membuat aktivitas marketing”**.

Oleh karena itu, dalam rangka menyelesaikan permasalahan tersebut, penulis menyarankan PT. Global Digital Niaga untuk membuat suatu rencana aktivitas pemasaran dengan menggunakan pendekatan *multichannel promotional strategy*. Melalui penerapan jangka pendek dari solusi terbaik yang dipilih, akhirnya permasalahan yang dihadapi oleh Blibli Now dapat diatasi.



## EXECUTIVE SUMMARY

Blibli Now is the newest features in the form of online to offline system (O2O) offered by PT. Global Digital Niaga (blibli.com). The feature was launched in August 2016 as an effort of PT. Global Digital Niaga (blibli.com) to educate offline market about the systematic and benefit of online shopping.

In the effort to educate the offline market, Blibli Now is confronted by a different style of approach between offline and online market. These differences are causing message that Blibli Now delivered was not well received by the customers. Furthermore, the monthly average transaction per store were unable to obtain desires target.

From that problem, the writers conducted *project improvement* task as an attempt to help PT. Global Digital Niaga (blibli.com) to increase monthly transaction rate per store in order to achieve the desired target. *Project improvement* activity consist of analyzing factors that may be the root cause of the problem, by conducting quantitative research to determine Blibli Now current position, location survey and observation to merchant partners that are located in 3 main shopping center in Jakarta. After a through analysis of the data, the writers found that the root cause of the problem faced is, "No Planning in creating marketing activity".

In order to solve the problem faced, the writers suggested PT. Global Digital Niaga to create a marketing activity plan using multichannel promotional strategy approach; a short term implementation resulted an increase of Blibli Now montly average transaction per store.