

RINGKASAN EKSEKUTIF

Tugas akhir *Project Improvement* yang dilakukan penulis pada PT. Khita Kharisma Mandiri yaitu perusahaan yang bergerak dalam industri pewarna plastik. Melayani *customer business-to-business*, dengan cara menyediakan pewarna plastik yang dibagi menjadi tiga macam kategori produk yaitu pigmen, masterbatch dan compound. Dalam proses teridentifikasi masalah, terdapat masalah berupa kurangnya pengetahuan terhadap pasar dan kemampuan untuk menganalisa pasar yang mempengaruhi kegiatan pemasaran dan penjualan pada cabang Semarang. Diketahui bahwa adanya peningkatan penggunaan barang yang berbahan dasar plastik setiap tahunnya rata – rata naik sebesar 5%. Sedangkan peningkatan bisnis berbahan dasar plastik akan cukup besar pada tahun 2018 sampai 2021 dikarenakan adanya bonus demografi yang didapatkan oleh Indonesia, sehingga akan meningkatkan konsumsi produk kebutuhan sehari – hari maupun kebutuhan hiburan contohnya barang elektronik.

Untuk mengetahui akar penyebab dari masalah yang dihadapi, penulis menggunakan *fishbone analysis* dan *Interrelationship Diagram* sebagai alat untuk mengetahui akar penyebab dari masalah yang dihadapi. Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi, yaitu berupa belum adanya pelatihan kompetensi karyawan sebagai akar masalah. Lalu penulis merancang beberapa strategi yang di mana bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Terdapat tiga alternatif strategi sebaik penyelesaian masalah yang dihadapi

perusahaan yaitu *Collaboration Marketing*, Optimalisasi data, dan Klasifikasi *customer*. Semua strategi tersebut didasari beberapa literatur teori untuk mendukungnya, yaitu *Collaborative Exchange*, *Relationship Marketing*, dan STDP.

Didalam penentuan alternatif solusi terbaik, penulis menggunakan sistem pembobotan. Dari pembobotan tersebut didapatkan *collaboration marketing* sebagai solusi terbaik. Dalam pelaksanaannya penulis merancang dua rencana implementasi yaitu jangka pendek dan jangka menengah. Yang di mana pada jangka pendek melaksanakan *collaboration marketing* dan klasifikasi *customer*, pada jangka menengah dilakukan optimalisasi. Dengan alternatif solusi ini diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh perusahaan.



Executive Summary

The final project Improvement that do the author at PT. Khita Kharisma Mandiri is a company engaged in the plastic dye industry. Serving customer business-to-business, by providing plastic dye which is divided into three kinds of product categories namely pigment, masterbatch and compound. In the process identified problem, we found that the main problem is lack of market knowledge and market analysis skill which effecting their marketing and sales activities in Semarang branch. Which where in fact the increase in the use of plastic-based goods each year an average rise by 5%. While the increase in plastic-based business will be quite large in 2018 to 2021 due to the demographic bonus obtained by Indonesia, so it will increase consumption of daily necessities products and entertainment needs such as electronic goods.

To find out the root cause of the problems encountered, the author uses the fishbone analysis and Interrelationship Diagram as a tool to determine the root cause of the problems encountered. After knowing the problem faced is the absence of employee competency training as the root of problem of problem faced. Then the authors devise several strategies which aim to solve the problems faced by the company. There are three alternatif strategies as well as problem solving faced by the company: Collaboration Marketing, Data Optimization, and Consumer Classification. All these strategies are based on several theoretical literatures to support them, namely Collaborative Exchange, Relationship Marketing, and STDP.

In the determination of the best alternatif solutions, the authors use weighted objective score. From the weighting is obtained Collaboration Marketing as the best solution. In the implementation phase of the authors drafted two implementation plan in short and long term. Which in the short run to conduct collaboration marketing and consumer classification, in the long run done data optimization. With this alternatif solution is expected to solve the problems faced by the company.

