

## EXECUTIVE SUMMARY

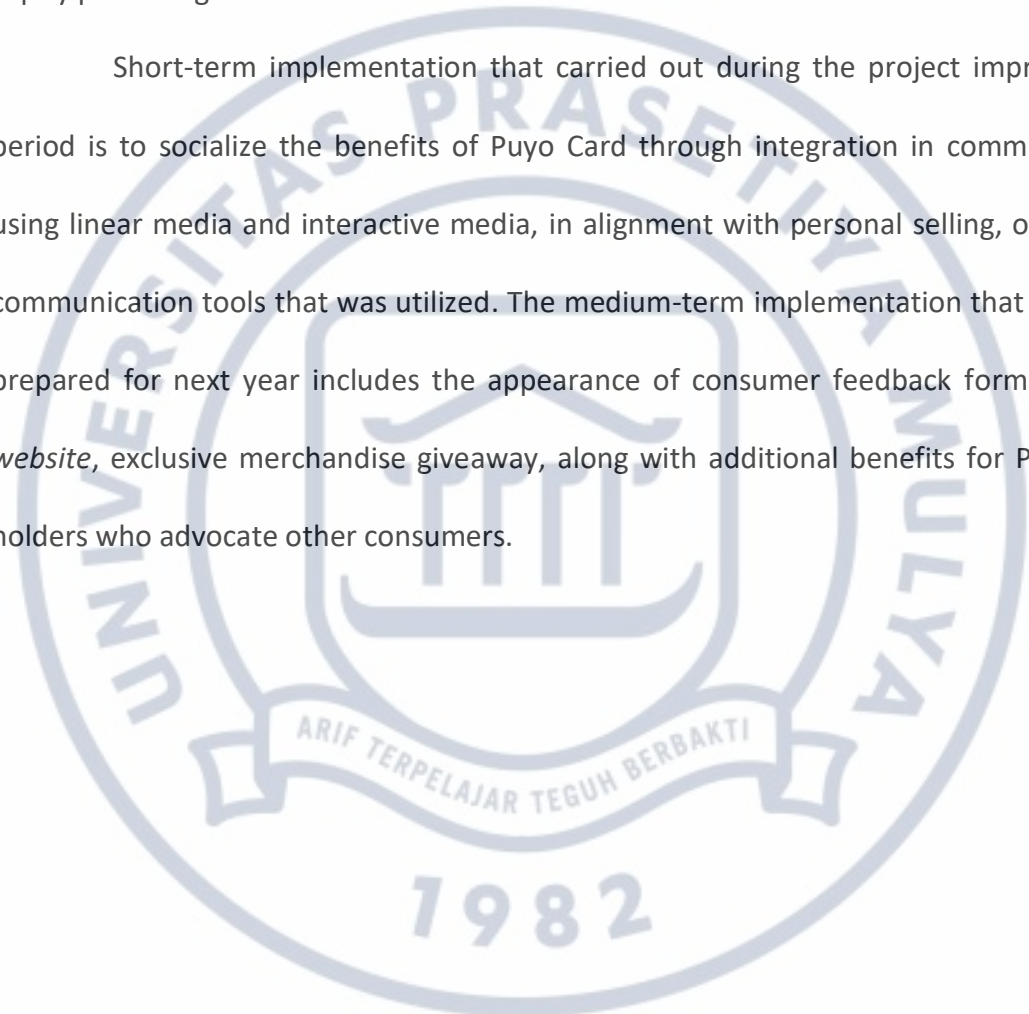
PT Puyo Indonesia Kreasi is a family company engaged in the food and beverage industry established in 2013. Along with the development of the small-sized food and beverage industry in Indonesia, PT Puyo Indonesia Kreasi was presented as a pioneer of Silky Desserts. The development in these industries has increased the competition between food and beverage companies, where good strategy such as maintaining and increasing consumer loyalty, is essential.

In this project improvement activity, we evaluate one of Puyo loyalty program, Puyo Card which has been launched since December 2016. The first step to do is practicing internal research, namely the company, and external research, namely the holder of Puyo Card. Following afterwards, identification of the problem was carried out by analyzing the data obtained through research to the root causes of the problem, namely "no special planning".

To solve this problem, there are three alternative solutions that may overcome the root causes and improve the performance of Puyo Card emphasizing on relationship marketing concepts that are pursued in customer life cycle, which was done by the basics of integrated marketing communication. Of the three alternative solutions, "socialization of the Puyo Card benefits" was chosen as the better option following weighted objectives method evaluation where the solution has the highest value.

The objective of the short-term plan focus on increasing customer retention from low to high by intensifying the frequency of Puyo Card activity, while the medium-term objectives is focusing on Puyo Card holders loyalty while suppressing the card expiry percentage or churn rate.

Short-term implementation that carried out during the project improvement period is to socialize the benefits of Puyo Card through integration in communication using linear media and interactive media, in alignment with personal selling, one of the communication tools that was utilized. The medium-term implementation that has been prepared for next year includes the appearance of consumer feedback form on Puyo *website*, exclusive merchandise giveaway, along with additional benefits for Puyo Card holders who advocate other consumers.



## RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Puyo Indonesia Kreasi adalah perusahaan yang bergerak dalam industri makanan dan minuman yang didirikan oleh kakak beradik pada tahun 2013. Seiring dengan berkembangnya industri makanan dan minuman berukuran kecil di Indonesia, PT Puyo Indonesia Kreasi hadir sebagai pelopor Silky Desserts. Perkembangan pada industri tersebut berpengaruh pada ketatnya persaingan antar perusahaan makanan dan minuman di mana perusahaan harus memiliki strategi yang baik, salah satunya adalah menjaga dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Dalam aktivitas *project improvement ini*, evaluasi dari program loyalitas yaitu Puyo Card yang telah diluncurkan sejak Desember 2016 dilakukan. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset internal yaitu terhadap perusahaan, dan riset eksternal yaitu terhadap pemegang Puyo Card. Setelah itu, melakukan identifikasi masalah dengan menganalisa data yang didapatkan melalui riset hingga akar penyebab permasalahan yaitu “tidak ada perencanaan khusus terhadap komunikasi Puyo Card”.

Untuk menyelesaikan masalah tersebut, direncanakan 3 alternatif solusi yang dapat mengatasi akar permasalahan dan meningkatkan kinerja dari Puyo Card dengan penekanan konsep *relationship marketing* yang dikerucutkan pada *customer life cycle*, dilakukan dengan dasar-dasar dari *integrated marketing communication*. Dari ketiga alternatif solusi, terpilih solusi terbaik yaitu “sosialisasi manfaat Puyo Card” yang telah

dievaluasi menggunakan *weighted objectives method* dimana solusi tersebut memiliki nilai yang tertinggi.

Objektif dari rencana jangka pendek memiliki fokus pada peningkatan retensi pelanggan dari yang rendah menjadi tinggi dengan meningkatkan frekuensi aktivitas Puyo Card, sedangkan untuk objektif jangka menengah memiliki fokus untuk menjadikan pemegang Puyo Card menjadi loyal.

Implementasi jangka pendek yang dilakukan selama periode *project improvement* adalah melakukan sosialisasi manfaat Puyo Card melalui integrasi pada komunikasi dengan menggunakan *linear media* dan *interactive media*, yang diselaraskan dengan penggunaan alat dari komunikasi yaitu *personal selling*. Implementasi jangka menengah yang telah dirancang untuk satu tahun ke depan mencakup penampilan tanggapan balik dari konsumen pada situs Puyo, pemberian *merchandise* eksklusif, dan pemberian manfaat tambahan bagi pemegang Puyo Card yang melakukan advokasi terhadap konsumen lain.