

## RINGKASAN EKSEKUTIF

PT. Solusi Transportasi Indonesia (Grab) merupakan perusahaan dari Malaysia yang bergerak dalam bidang teknologi yang menawarkan jasa angkutan dan logistik melalui aplikasinya. PT. Solusi Transportasi Indonesia telah hadir di Indonesia sejak pertengahan tahun 2014 dengan beberapa layanan, diantaranya adalah GrabCar, GrabBike, GrabFood, Grab Taxi, GrabHitch dan GrabTaxi.

Dalam kegiatan *project improvement* ini, penulis diberikan tugas untuk meningkatkan performa perusahaan di keenam titik yang belum tersentuh di kota Mataram, Lombok, yaitu Kedai Kamila Risoles, Universitas Mataram, Universitas Muhammadiyah Mataram, Universitas UIN Mataram, IKIP Mataram dan Kedai Kopi Pancing. Selanjutnya, setelah melakukan analisa lebih lanjut menggunakan Fish Bone Diagram, penulis menemukan akar permasalahan dari gejala yang dihadapi yaitu adalah kurangnya *communication channel*. Kemudian, dari tiga alternatif solusi yang telah penulis rancang, penulis memilih satu menggunakan *weighted objectives method* untuk dijalankan pada implementasi jangka pendek. Pada implementasi jangka pendek, penulis melakukan aktivitas sponsorship berupa pembuatan kaos karyawan dengan logo Grab dan nama kedai di Kedai Kamila Risoles dan Kedai Kopi Pancing. Selain itu, penulis dan tim juga membuka booth di kedai. Selanjutnya, penulis bekerja sama dengan Badan Eksekutif Mahasiswa di empat universitas yang telah disebutkan sebelumnya untuk melakukan perlombaan mencari pengunduh aplikasi Grab dari tiap-tiap universitas.

## EXECUTIVE SUMMARY

PT. Solusi Transportasi Indonesia (Grab) is a Malaysian company engaged in technology that offers freight and logistics services through its application. PT. SolusiTransportasi Indonesia has been present in Indonesia since 2014 with several services, namely GrabCar, GrabBike, GrabFood, Grab Taxi, GrabHitch and GrabTaxi. In this project improvement activity, the writers were given a duty to improve company performance in untapped place in Mataram city, Lombok which is Kedai Kamila Risoles, Mataram University, Muhammadiyah University of Mataram, UIN Mataram University, IKIP Mataram and Kedai Kopi Pancing. Furthermore, after further analysis using Fish Bones Chart, the writers found several factors that influence the communication channel.

Then, of the three alternatives that the writers had designed, the writers chose one using a weighted method of purpose to run on short-term implementation. In short-term implementation, the writers conduct sponsorship activities in the form of making employee shirts with Grab logo and store name in KedaiKamilaRisoles and Kedai Kopi Pancing. In addition, authors and teams also open booth in the store. Furthermore, the writers work with the Student Executive Board at four universities who have previously trained to conduct a race to find Grab app downloaders from each-per university.