

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT. YesBoss Group Indonesia adalah perusahaan penyedia layanan asisten pribadi virtual berbasis teks yang pertama di Indonesia. YesBoss didirikan pada 2 Juni 2015, dan dalam hanya satu tahun beroperasi, YesBoss telah berhasil menggaet lebih dari 70,000 pengguna. Setelah melakukan wawancara dengan manajemen, penulis menemukan adanya peluang untuk melakukan kemitraan dan pengelolaan mitra usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Jakarta untuk menyeimbangkan sisi penawaran dengan sisi permintaan di YesBoss.

Dalam aktivitas *Project Improvement* ini, penulis melakukan analisa terhadap sektor UMKM dengan melihat perkembangan serta potensinya dan juga menganalisa faktor internal dan juga eksternal (*SWOT Analysis*) dari YesBoss. Setelah itu, penulis merancang strategi yang sesuai agar kemitraan dan pengelolaannya bisa berjalan dengan lancar serta *scalable* dari sisi bisnis dan operasional.

Dengan menggunakan teori *B2B e-Marketplace*, strategi *push and pull* dalam promosi, teori *advertising*, dan teori *Hierarchy of Effects*, penulis mendapatkan tiga alternatif solusi yang dapat diterapkan untuk membantu YesBoss memperoleh mitra dan mengelolanya. Salah satu alternatif solusi yang penulis usulkan, *e-proposal*, selama periode *project improvement* telah diterapkan dan berhasil menarik sepuluh mitra UMKM dalam kurun waktu tiga bulan.

Alternatif solusi yang ditetapkan untuk jangka panjang adalah menciptakan YesBoss Marketplace. Harapannya, YesBoss Marketplace dapat meningkatkan kuantitas mitra UMKM dan kualitas pengelolaan kemitraan di YesBoss.

EXECUTIVE SUMMARY

PT. YesBoss Group Indonesia is the first company in Indonesia to provide text-based virtual personal assistant. It was established on 2nd of June 2015 and in just a year, YesBoss has successfully acquired more than 70,000 users. After an interview with YesBoss' management, writer discovered an opportunity to manage and partner with micro small medium enterprise (MSME) in Jakarta in order to balance YesBoss' supply side with its demand side.

In this Project Improvement program, writer analyzed MSME sector to see its growth and future potentials with YesBoss' internal and external factor (SWOT Analysis). Afterwards, writer prepare suitable strategies in order to successfully acquire and manage MSME sector in scalable manner from the perspective of business and operational.

By using B2B e-Marketplace theory, push and pull strategy in promotion, advertising theory, and Hierarchy of Effects theory, writer created three alternatives which can be implemented to help YesBoss acquire and manage its MSME partners. One of the solution which writer already proposed, e-proposal, has been implemented during project improvement period and has successfully helped YesBoss to gain ten MSME partners in a span of three months.

The long-term solution which writer proposed is creating YesBoss Marketplace to acquire and manage MSME partners effectively. Writer hoped YesBoss Marketplace can help to improve MSME partners quantity and partners management quality in YesBoss.