

RINGKASAN EKSEKUTIF

Klikdaily merupakan produk perusahaan PT Keping Perak yang bergerak di bidang *e - commerce*. Aplikasi Klikdaily ini berfungsi untuk mempermudah pengantaran *home supply* (Aqua & gas) ke rumah – rumah. Klikdaily sangat membantu para ibu rumah tangga , khususnya wanita karir yang sangat sibuk dan sulit untuk mengatur pemesanan Aqua dan gas .

Pada awalnya respon dari masyarakat sangat baik dan sangat terbantu dengan adanya aplikasi Klikdaily. Pertumbuhan *new customer* meningkat secara stabil dan sesuai target. Hingga pada satu titik Klikdaily mengalami penurunan pertumbuhan *new customer*. Target *new customer* perbulan mulai tidak tercapai dan hal ini menjadi *concern* perusahaan. Dengan menggunakan *fishbone analysis*, *interrelation diagram*, dan *severity – urgency matrix* penulis dapat mengetahui bahwa akar masalah dari penurunan pertumbuhan *new customer* tersebut adalah kurang dilakukannya kombinasi promosi *online* maupun *offline*. Promosi online memang sudah dilakukan, namun belum menemukan konten promosi yang secara signifikan dapat meningkatkan *new customer*. Untuk promosi offline, Klikdaily belum pernah melakukan promosi ini terutama membuat sebuah event. Oleh karena itu *project case improvement* ini bertujuan untuk memberikan strategi kombinasi promosi online dan offline dilandasi dengan konsep *digital marketing* dan *event marketing*.

EXECUTIVE SUMMARY

Klikdaily is a subsidiary of PT. Keping Perak that runs in the field of e – commerce. The function of Klikdaily App is to help people in ordering home supply such as Aqua and gas to houses. Klikdaily is really helpful to housewives, especially a career woman who's really busy to organize their home supply needs.

At the beginning, people response through Klikdaily App was promising. As a result, the growth of new customer risen steadily and meet the target. Until at one point, the growth of new customer began to decline. Company couldn't achieve monthly targets of new customer and it start to become a big concern. Writers use fishbone analysis, interrelation diagram, and severity – urgency matrix to analyze and find the root of the problem. Then it comes to the result that the company is less to do the combination of online and offline promotion. They actually have use an online promotion, but the content couldn't increase new customer growth significantly. For offline promotion, Klikdaily never did this before especially make an event. Therefore, the case improvement project aims to provide strategies through combination of online and offline promotion which is based on the concept of digital marketing and event marketing.