

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT. Scholz Indonesia merupakan distributor produk rak dari Scholz Regalsysteme GmbH Jerman. Memulai penjualan sejak Januari 2010 hingga sekarang, Scholz Indonesia telah mencetak angka penjualan lebih dari 4 milyar rupiah. Produk Scholz Indonesia yang dirakit dengan sistem *knock down* yang dirakit minim baut, dapat disambung dan ditambah garansi 5 tahun, merupakan kekuatan Scholz Indonesia yang dijual ke pasar.

Peningkatan penjualan yang signifikan berdasarkan histori 2010 – 2011, yaitu mencapai 1 milyar rupiah di tahun 2010 dan mencapai 3 milyar rupiah di tahun 2011 seharusnya merupakan sebuah pencapaian besar bagi Scholz Indonesia, tetapi dibalik itu ternyata ditemukan masalah. Fakta di lapangan membuktikan bahwa kantor cabang Scholz Indonesia di Surabaya ditutup, dan ditambah lagi proyeksi stagnansi jumlah akun Scholz Indonesia yang prospektif. Berdasarkan situasi ini, kegiatan *Project Case Improvement* dilaksanakan untuk mencari solusi dari permasalahan itu. Menggunakan konsep *relationship* dan *Key Account Management*. Hasil pembahasan permasalahan dan solusinya menggunakan alternatif solusi 1, yaitu menguatkan pasar yang sudah ada berdasarkan histori penjualan dan melakukan kegiatan pemasaran untuk mendapatkan akun potensial baru.

EXECUTIVE SUMMARY

PT. Scholz Indonesia is a distributor of the Scholz Regalsysteme Scholz GmbH Germany shelf product. Started sales since January 2010 until now, Scholz Indonesia has scored sales of more than 4 billion rupiah. Scholz Indonesia products systems are assembled knock down with minimal bolts, can be connected and added a 5 year warranty, has become Scholz Indonesia's power to sold their products the market.

Significant increase in sales based on history 2010 - 2011, reaching more than 1 billion rupiah in 2010 and reached more than 3 billion rupiah the year 2011 should be a great achievement for Scholz Indonesia, but behind it the problem was found. Facts on practices proves that Scholz Indonesia branch office in Surabaya was closed, and Scholz Indonesia's projection about stagnant number of prospective accounts. Based on this situation, Project Case Improvement activities implemented to find solutions to problems. Using the concept of relationship and Key Account Management. The results of the discussion of the problem and its solution using an alternative solution 1, which strengthen existing markets based on historical sales and marketing activities to acquire new potential accounts.