

RINGKASAN EKSEKUTIF

Qraved merupakan perusahaan penyedia jasa pencari restoran berbasis situs dan aplikasi yang sudah ada di Indonesia sejak tahun 2013. Selama 4 tahun berdiri, Qraved memiliki beberapa masalah. Menggunakan analisa *fish bone* dan *interrelationship diagram* penulis menemukan bahwa permasalahan yang paling penting dan paling krusial untuk diselesaikan adalah **penjualan perusahaan yang belum maksimal.**

Setelah melakukan berbagai analisa dan diskusi bersama perusahaan, akar masalah dari belum maksimalnya hasil penjualan perusahaan adalah **belum adanya sistem yang efektif untuk mendukung kegiatan sales.**

Untuk memberikan solusi yang terbaik bagi Qraved, penulis melakukan analisa primer melalui observasi dan penyebaran kuesioner, serta melakukan analisa sekunder menggunakan beberapa konsep seperti *service quality*, *GAP analysis*, *SWOT analysis*, *SIPOC analysis*, *flower of services*, *key account manager*, *personal selling system* dan juga *digital marketing*.

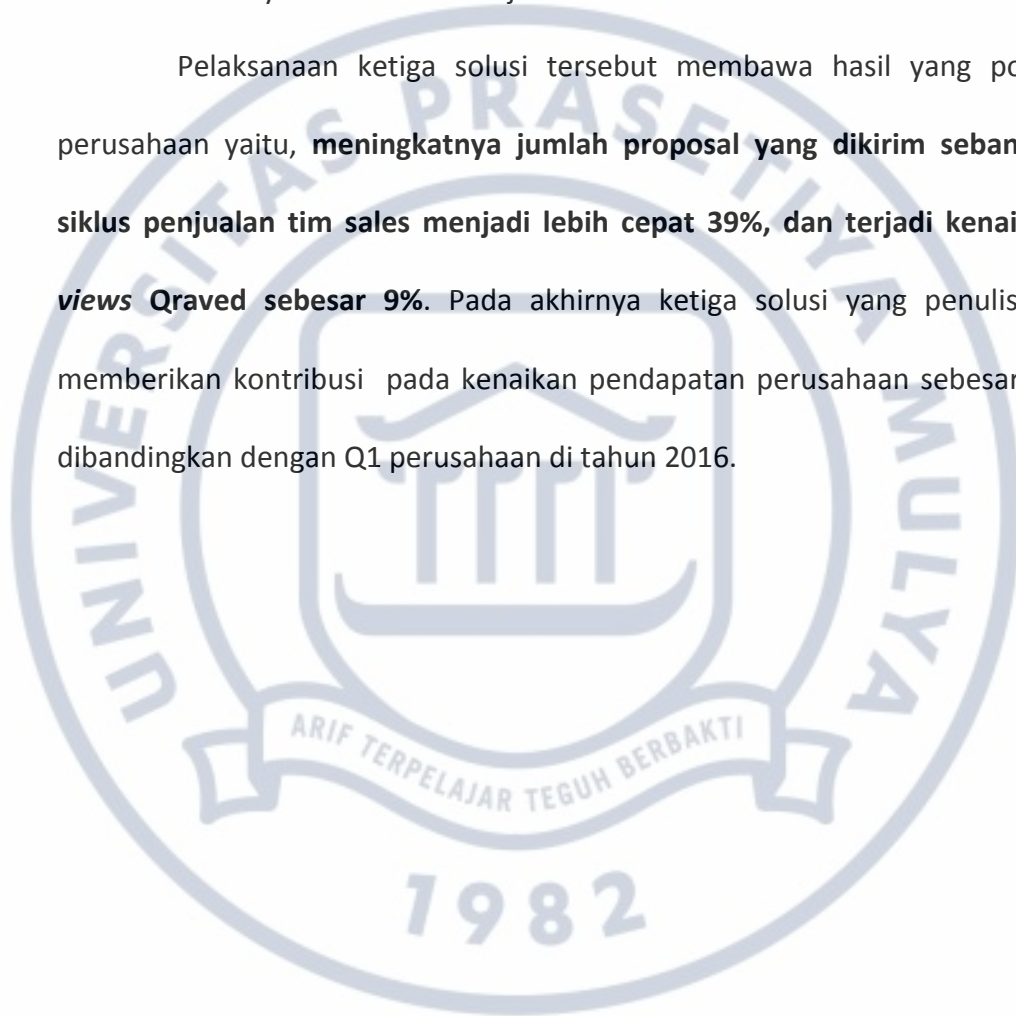
Penulis memiliki inisiatif untuk melakukan tiga solusi yang diimplementasikan di Qraved dalam tiga bulan masa penulis melakukan *project improvement*. Ketiga solusi tersebut adalah:

1. Pelaksanaan **Order Management System** yang menghubungkan divisi

Sales, dengan tim Konten, dan Keuangan Qraved.

2. Pelaksanaan ***Sales Analytics Tool*** yang berguna untuk meningkatkan efektivitas kerja tim sales.
3. Pelaksanaan ***Trend Engine*** untuk menganalisa tren yang ada di masyarakat untuk menjadi acuan divisi konten untuk menulis.

Pelaksanaan ketiga solusi tersebut membawa hasil yang positif bagi perusahaan yaitu, **meningkatnya jumlah proposal yang dikirim sebanyak 63%, siklus penjualan tim sales menjadi lebih cepat 39%, dan terjadi kenaikan *page views* Qraved sebesar 9%**. Pada akhirnya ketiga solusi yang penulis jalankan memberikan kontribusi pada kenaikan pendapatan perusahaan sebesar **214.09%** dibandingkan dengan Q1 perusahaan di tahun 2016.



EXECUTIVE SUMMARY

Qraved is a food directory platform based on website and application that was established in 2013. After 4 years, Qraved has faced quite a few problems. Using fish bone and interrelationship diagram analysis, writers found out that the biggest and the most crucial in Qraved was not being able to maximize its revenue and the root cause of the issue was the absence of effective selling system within Qraved.

To ensure the best solution for Qraved, writers have done primary research by doing observation and spreading surveys. Secondary research has also been done using concepts such as service quality, GAP analysis, SWOT analysis, SIPOC analysis, flower of services, key account manager, personal selling system, and also digital marketing.

Writers managed to implement three solutions within three months duration of project improvement. The three solutions were:

1. Implementation of **Order Management System** that integrated the work of sales, content, and finance division.
2. Implementation of **Sales Analytics Tool** that helped sales team to work in a more effective way
3. Implementation of **Trend Engine** to analyzed market trend that could help content division to create content.

The implementation of those solutions brought good impact for the company. Those impacts were: increasing number of proposal sent by 63%, reduced of sales cycle by 39%, and improved of page views by 9%. In the end, these three solutions contributed to the improve of company's revenue by 214.09% relevant to company's revenue in Q1 2016.

