

RINGKASAN EKSEKUTIF

Laporan tugas akhir ini berisikan tentang keseluruhan proses proyek pengembangan yang penulis lakukan di PT Davka Mitra Sportindo (selanjutnya disebut Davka) dimulai dari tahapan identifikasi masalah, pencarian akar masalah, penjabaran alternatif solusi, hasil implementasi, dan kesimpulan serta saran untuk keberlanjutan pengembangan saluran distribusi media internet.

Berdasarkan observasi, masalah yang muncul ke permukaan adalah tidak efektifnya saluran distribusi media internet yang tengah dijalankan Davka. Permasalahan ini berakar dari beberapa pilar perusahaan, yakni operasional, pemasaran, distribusi, maupun Sumber Daya Manusia. Dua konsep besar yang digunakan sebagai panduan dalam menyusun strategi pengembangan adalah rencana distribusi dan pemasaran media sosial yang berfungsi sebagai pendukung kegiatan distribusi.

Penulis menyusun tiga alternatif strategi yang kemudian dipilih dengan menggunakan metode QSPM untuk menemukan solusi terbaik. Strategi yang dipilih diharapkan dapat meningkatkan efektivitas saluran distribusi pada media internet.

Hasil yang didapatkan memang belum dapat disandingkan dengan jalur distribusi tradisional Davka. Angka penjualan masih sangat fluktuatif. Hal ini disebabkan karena proses implementasi yang dijalankan belum rampung. Oleh sebab itu, pada bagian akhir dari laporan ini penulis telah menjabarkan saran beserta dengan rencana implementasi untuk periode satu tahun ke depan agar hasil implementasi lebih maksimal.

EXECUTIVE SUMMARY

This final report contains the overall project improvement process that the author did in Davka starting from the problem identification stage, the search for the root causes, the translation of the alternative solutions, the results of the implementation, and the conclusion and suggestions in sustaining the development of the Internet distribution channel.

Based on the observation, the problems that emerged on the surface was the ineffectiveness of the Internet distribution channels that were being run by Davka. This problem stemmed from several pillars of the company, ie, operations, marketing, distribution, and Human Resources. Two major concepts that were used as a guide in formulating the improvement strategy is the distribution planning and the social media marketing that serves as a support to distribution activities.

The author had formulated three alternative strategies that were selected using the QSPM model to find the best solution. The selected strategy was expected to improve the effectiveness of the distribution channels on the internet.

The results obtained were not yet to be compared with the company's traditional distribution channels. The sales figures were still very volatile. This was because the implementation process had not finished running. Thus, at the end of this report the author has outlined suggestions along with an implementation plan for the next one year in order to get the maximum implementation result.