

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dalam pelaksanaan *project improvement* ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk menjalankan kegiatan *project improvement* ini di PT Delisi Pangan Indojaya. PT Delisi Pangan Indojaya merupakan perusahaan yang menjual berbagai variasi bawang goreng dengan kualitas yang tinggi dan rasa yang enak. PT Delisi Pangan Indojaya berdiri pada tahun 2014 dikarenakan ibu Katrinah Kainama merasa kualitas produk bawang goreng yang dijual kurang dan bisa ditingkatkan. Hal ini memotivasi ibu Katrinah Kainama untuk membuat Delisi dengan fokus utama pada kualitas dan rasa. Dalam *project improvement* ini, penulis mencari akar masalah yang ada di PT Delisi Pangan Indojaya yang menyebabkan rendahnya *digital strategic management* yang dimiliki perusahaan. Akar masalah yang kami temukan yaitu tidak adanya media atau platform *online* untuk menampilkan produk. Maka dari itu dalam *project improvement* ini, penulis akan memfokuskan untuk perbaikan dan meningkatkan *digital strategic management*.

Dalam penulisan laporan hasil *project improvement* ini, penulis menggunakan konsep DMAIC (*Define, Measure, Analyze, Improve, Control*) sebagai tahap untuk mencari akar masalah hingga penyelesaian masalah. Penulis mengumpulkan data kualitatif dengan melakukan *in-depth interview* kepada tiga pihak PT Delisi Pangan Indojaya dan tiga konsumen Delisi, serta data kuantitatif dengan menyebarkan google form. Kemudian penulis menggunakan *severity-urgency matrix* untuk mencari masalah utama yang dimiliki PT Delisi Pangan Indojaya. Dalam pendekatan konseptual, penulis menggunakan teori *digital strategic management*, *marketing mix*, *brand equity*, dan IMC (*Intergrated Marketing Communication*).

Setelah mengetahui akar masalah yang dimiliki oleh PT Delisi Pangan Indojaya, penulis membuat tiga alternatif solusi yang relevan untuk menyelesaikan akar masalah tersebut. Dari ketiga alternatif solusi tersebut, ditemukan bahwa solusi yang paling relevan dan penulis lakukan adalah untuk melakukan Tokopedia *Reactivation Campaign*. Setelah melakukan penerapan, solusi ini dianggap berhasil dengan tolak ukur tercapainya KPI yang sudah ditetapkan.

Pelaksanaan *project improvement* ini dilakukan selama 4 bulan, mulai dari 15 maret 2024 hingga 15 Juni 2024.



EXECUTIVE SUMMARY

While working on this project improvement, the authors have the opportunity to conduct this project at PT Delisi Pangan Indojaya. PT Delisi Pangan Indojaya is a company that sells variations of fried shallots, onions, and garlic with high quality and taste. PT Delisi Pangan Indojaya was established in 2014 because the owner of PT Delisi Pangan Indojaya feels that the quality of fried shallots, onions, and garlic that are available in the market can be improved. This specific problem became the motivation for the CEO to establish Delisi as a brand that provides high quality and tasty fried shallots, onions, and garlic. In this project improvement task, the authors looked for a root cause in PT Delisi Pangan Indojaya that causes the low digital strategic management that PT Delisi Pangan Indojaya experienced. The root cause that the authors found is there is no media or online platform to showcase their products. Therefore in this project improvement, the authors will focus on the improvement and increase Delisi's digital strategic management.

In this project improvement report, the authors used the DMAIC concept (Define, Measure, Analyze, Improve, Control) as a tool to help the authors to find the root cause until the implementation of the solution. The authors gathered the required qualitative data through in-depth interviews with three people from PT Delisi Pangan Indojaya and three of Delisi's customers, as well as quantitative data through google form. After gathering the data, the authors used a severity-urgency matrix to determine the root cause that PT Delisi Pangan Indojaya has. In the conceptual approach chapter, the authors explained the digital strategic management, marketing mix, brand equity, and IMC (Intergrated Marketing Communication) theories.

Upon knowing the root cause that PT Delisi Pangan Indojaya has, the authors create three alternative solutions that are relevant to solve the root cause. Out of the three alternative solutions, the most relevant solution that was picked is Tokopedia Reactivation Campaign. After doing this campaign, this solution is considered successful due to the achieved KPI that was set before.

This project improvement was done in the span of 4 months, starting from March 15th 2024 until June 15th 2024.

