

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement pada penelitian ini berfokus pada PT. Aksara Sunyi Indonesia atau yang biasa dikenal sebagai Kopi Sunyi, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak di bidang F&B sejak tahun 2018. Dalam upaya untuk menganalisis masalah yang dialami oleh perusahaan, penulis melakukan riset secara kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada pihak internal dan eksternal perusahaan, serta observasi lapangan. Penulis juga melakukan riset secara kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner ke semua cabang dan melalui Instagram Kopi Sunyi. Penulis menemukan masalah utama dari Kopi Sunyi, yaitu “Strategi yang dijalankan saat ini tidak tepat dalam mengatasi pergeseran konsumen yang datang” dengan menggunakan matriks dampak-urgensi. Landasan konseptual yang digunakan oleh penulis, antara lain Manajemen Pemasaran, Motivasi dan *Affect*, Manajemen Strategis, Manajemen Hubungan Pelanggan, Empat Bidang Pengalaman, Bauran Ritel, Perjalanan Pelanggan, Pengembangan Produk Baru, dan Pemasaran Digital. Penulis menggunakan diagram analisis tulang ikan (sebab-akibat) dan menemukan akar penyebab dari permasalahan utama perusahaan, yaitu Sunyi belum memiliki semua produk yang dapat memenuhi seluruh permintaan konsumen. Setelah menggunakan diagram keputusan untuk melakukan evaluasi alternatif solusi dan mengetahui alternatif solusi mana yang paling unggul berdasarkan poin yang diperoleh, didapatkan hasil bahwa Produk *Retail* Kopi Sunyi sebagai solusi terbaik untuk jangka pendek. Solusi ini berfokus pada segmen *millennials* dan keluarga. Penulis melakukan penjualan secara *offline* dan *online* melalui Tokopedia mulai dari 8 Mei - 5 Juni 2024. Alhasil didapatkan pendapatan sebesar Rp10.980.000 yang melebihi target awal yang ditetapkan sebesar Rp2.500.000. Pendapatan terbesar didapatkan melalui penjualan *offline*. Solusi yang sudah diimplementasikan berhasil sehingga tim manajemen Kopi Sunyi merasa puas dan akan terus diterapkan untuk jangka panjang.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong

EXECUTIVE SUMMARY

The Project Improvement in this research focuses on PT. Aksara Sunyi Indonesia, commonly known as Kopi Sunyi, a company operating in the F&B sector since 2018. In an effort to analyze the problems faced by the company, the author conducted qualitative research through in-depth interviews with internal and external stakeholders, as well as field observations. The author also conducted quantitative research by distributing questionnaires to all branches and through Kopi Sunyi's Instagram. The main problem identified for Kopi Sunyi was "The current strategy is not effective in addressing the shift in consumer behavior" using an impact-urgency matrix. The conceptual foundations used by the author include Marketing Management, Motivation and Affect, Strategic Management, Customer Relationship Management, Four Experience Domains, Retail Mix, Customer Journey, New Product Development, and Digital Marketing. The author used a fishbone (cause-effect) analysis diagram and identified the root cause of the main problem as Sunyi not having all the products that can meet all consumer demands. After using a decision diagram to evaluate alternative solutions and determining which alternative solution was the best based on the points obtained, it was found that Retail Products from Kopi Sunyi were the best short-term solution. This solution focuses on the millennial and family segments. The author conducted sales both offline and online through Tokopedia from May 8 - June 5 2024. As a result, a revenue of Rp10,980,000 was achieved, exceeding the initial target of Rp2,500,000. The largest revenue was obtained through offline sales. The implemented solution was successful, leading the Kopi Sunyi management team to be satisfied and commit to continuing the implementation for the long term.