

## RINGKASAN

ELVANI SULISTIAWATI. Peningkatan *Basket Size* Melalui *Personal Selling* pada Prima Freshmart Panduraya Kota Bogor. *Increased Basket Size Through Personal Selling at Prima Freshmart Panduraya Bogor City*. Dibimbing oleh ASTRIANA FEBRISARI.

Prima Freshmart (PFM) merupakan *specialty store* atau toko khusus yang menjual ayam potong dan turunannya, telur omega, dan *frozen food* yang berasal dari Charoen Pokphand dan anak perusahaannya. Prima Freshmart selalu memantau penjualannya dengan melakukan evaluasi terhadap pertumbuhan penjualan disetiap cabang tokonya, salah satunya adalah cabang Panduraya yang terletak di Jl. Pandu Raya/ Jl. Achmad Adnawijaya No. 68 RT 01/ RW 15, Tegal Gundil, Kec. Bogor Utara, Kota Bogor. Salah satu faktor yang mempengaruhi laju pertumbuhan penjualan di PFM Panduraya adalah *basket size*. *Basket size* merupakan rata-rata nominal pembelian konsumen dalam satu kali transaksi. *Basket size* diperoleh dengan membagi jumlah penjualan dengan jumlah konsumen yang berbelanja. Laju pertumbuhan *basket size* di PFM Panduraya mengalami penurunan beberapa kali pada tahun 2019 hingga Januari 2020. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi penurunan *basket size* di PFM Panduraya adalah karyawan toko yang kurang melakukan penawaran produk dan kurangnya pelayanan konsumen.

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal pada PFM Panduraya yang tergambar pada matriks SWOT, menghasilkan beberapa alternatif strategi pengembangan bisnis. Salah satu alternatif strategi yang dihasilkan yaitu peningkatan *basket size* melalui *personal selling*. *Personal selling* dipilih karena mampu mempengaruhi calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Tujuan dari laporan akhir kajian pengembangan bisnis ini yaitu untuk merumuskan ide pengembangan bisnis dengan menganalisis faktor internal dan eksternal pada Prima Freshmart Panduraya. Kemudian menyusun dan mengimplemtasikan kajian pengembangan bisnis tersebut selama bulan Februari hingga Maret 2020 serta melihat hasilnya.

Berdasarkan aspek produk, pemasaran, organisasi dan manajemen, sumber daya manusia, serta kolaborasi, pengembangan bisnis ini dapat dijalankan. Kegiatan *personal selling* yang telah dilakukan juga terbukti mampu meningkatkan *basket size* di Prima Freshmart Panduraya pada bulan Februari serta Maret 2020. *Basket size* bulan Februari 2020 sebesar Rp80.639,00, meningkat sebesar 1,04% dari bulan Januari 2020. Pada bulan Maret 2020, *basket size* sebesar Rp89.920,00, meningkat tajam sebesar 11,51% dari bulan Februari 2020. Selain mampu meningkatkan *basket size*, kegiatan *personal selling* yang dilakukan dengan menawarkan lima jenis produk (produk utama, produk eksklusif, produk hemat, produk pelengkap, dan produk promo), juga mampu meningkatkan penjualan dan pertumbuhan penjualan kelima jenis produk tersebut. Selain itu, dampak positif dari peningkatan *basket size* dengan *personal selling* ini adalah target penjualan bulanan Prima Freshmart Panduraya yang belum tercapai selama tahun 2019 dapat tercapai pada bulan Maret 2020 saat diimplementasikannya *personal selling* ini.

Kata kunci: *basket size*, *personal selling*, SWOT, target bulanan.