



RINGKASAN

RYANDHIKA YUDHISTIRA WIDYAPUTRA. Peningkatan Rata-rata Jumlah Konsumen dengan Kegiatan Promosi *Whatsapp* pada Prima Freshmart Panduraya Kota Bogor. *Increased Average Number of Consumers with Whatsapp Promotion Activities at Prima Freshmart Panduraya Bogor City*. Dibimbing oleh ASTRIANA FEBRISARI.

Prima Freshmart adalah bisnis yang bergerak pada ritel. Prima Freshmart merupakan *special store* yang menjual ayam, telur, dan *frozen food* (makanan olahan beku) dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau. Pada bulan Februari 2020 Prima Freshmart Panduraya mengalami penurunan rata-rata jumlah konsumen. Hal tersebut menyebabkan jumlah penjualan bulan Februari 2020 menurun. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap kegiatan promosi yang telah dilakukan.

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis peningkatan rata-rata jumlah konsumen dengan kegiatan promosi *Whatsapp* pada Prima Freshmart Panduraya, mengkaji dan melakukan implementasi ide pengembangan bisnis ini. Kajian pengembangan bisnis ini dibuat berdasarkan studi literatur, observasi, wawancara, dan implementasi langsung pada saat praktik kerja lapangan (PKL) di Prima Freshmart Panduraya mulai dari tanggal 13 Januari 2020 s.d. 04 April 2020. Metode analisis non finansial yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini adalah analisis internal dan eksternal perusahaan berdasarkan analisis SWOT.

Prima Freshmart Panduraya dikelola oleh satu orang *Store Leader* (SL), dua orang *Food Advisor* (FA), dan satu orang *Canvasser* (KV). Prima Freshmart Panduraya dalam menjalankan kegiatan bisnisnya memiliki lima unit bisnis diantaranya yaitu, pemesanan (*order*), penerimaan (*receiving*), penataan (*display*), penjualan (*sales*), dan pengembalian (*return*).

Berdasarkan analisis SWOT diperoleh strategi WT (*weakness-threat*) yaitu mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Prioritas strategi yang didapat yaitu peningkatan rata-rata jumlah konsumen dengan kegiatan promosi *Whatsapp* pada Prima Freshmart Panduraya Kota Bogor. Alur proses kegiatan pengembangan yaitu perencanaan, implementasi, dan hasil implementasi pengembangan bisnis.

Kegiatan promosi dilakukan menggunakan *Whatsapp Business*. Hasil implementasi pengembangan bisnis menunjukkan bahwa frekuensi pembelian berulang konsumen mengalami peningkatan sebesar 17,5%. Rata-rata jumlah konsumen mengalami peningkatan sebesar 42% dibanding tahun sebelumnya. Jumlah penjualan mengalami peningkatan sebesar 47% dibanding tahun sebelumnya. Berdasarkan hasil implementasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi *Whatsapp* pada Prima Freshmart Panduraya berhasil dilakukan dan dapat dilanjutkan pada bulan selanjutnya.

Kata kunci : konsumen, penjualan, promosi, *Whatsapp Business*