



LAPORAN AKHIR KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

PENINGKATAN PROMOSI PRIMA FRESHMART MELALUI *DIGITAL ADVERTISING* DI PT PRIMAFOOD INTERNATIONAL

RISDIANI FEBI ELITA



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir dengan judul Peningkatan Promosi Prima Freshmart melalui *Digital Advertising* di PT Primafood International adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis ialah telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2020

Risdiani Febi Elita
J3J117193



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

RINGKASAN

RISDIANI FEBI ELITA. Peningkatan Promosi Prima Freshmart melalui *Digital Advertising* di PT Primafood International. *Increased Prima Freshmart Promotion through Digital Advertising at PT Primafood International*. Dibimbing oleh LIISA FIRHANI RAHMASARI

Konsumsi pangan masyarakat Indonesia berupa pangan hewani berada pada peringkat ketiga dari kelompok pangan yang dikonsumsi masyarakat Indonesia menurut data Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian tahun 2019. Untuk itu, usaha pada sektor peternakan merupakan usaha yang prospektif untuk dijalankan. PT Primafood International merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi hasil produk dari Charoen Popkhand Group berupa ayam, telur, dan makanan olahan beku (*frozen food*). PT Primafood International mendirikan Prima Freshmart sebagai *speciality store* yang menjual produk-produk pangan utama ayam, telur, makanan olahan beku (*frozen food*), dan bahan pelengkap dapur untuk menjangkau konsumen secara langsung. Selain memasarkan produk di toko, perusahaan memanfaatkan *digital marketing* berupa *website*, *market place*, dan media sosial dalam saluran penjualannya. Upaya promosi tersebut belum sepenuhnya dilakukan secara optimal oleh perusahaan, karena hanya memanfaatkan promosi secara langsung dengan metode kanvasing dan media sosial Instagram dan Facebook.

Tujuan pada perencanaan ide bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis melalui analisis faktor internal dan faktor eksternal perusahaan dengan analisis SWOT dan *business model canvas*. Metode analisis yang digunakan pada kajian pengembangan bisnis ini adalah metode kualitatif dengan menganalisis sembilan elemen blok pada *business model canvas* dan metode kuantitatif dengan analisis laporan laba rugi dan analisis *R/C ratio*.

Rumusan ide pengembangan bisnis di Prima Freshmart yaitu menggunakan strategi *strength-opportunity* (S-O) dengan cara menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, dalam meningkatkan upaya promosi dan *brand awareness* Prima Freshmart melalui kampanye *digital advertising*. Perencanaan peningkatan promosi melalui kampanye *digital advertising* ini dapat mengoptimalkan lima elemen pada *business model canvas* meliputi *customer segments*, *value propositions*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structures*. Berdasarkan aspek finansial analisis laporan laba rugi dan analisis *R/C ratio*, upaya pengembangan bisnis dikatakan layak karena dapat meningkatkan keuntungan sebesar Rp34.234.592.400,00 dengan nilai *R/C ratio* > 1 yaitu sebesar 6,77 yang berarti setiap Rp1 biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, menghasilkan pendapatan sebesar Rp6,77.

Kata kunci: *business model canvas*, *digital advertising*, promosi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak Cipta Milik IPB, tahun 2020
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



PENINGKATAN PROMOSI PRIMA FRESHMART MELALUI *DIGITAL ADVERTISING* DI PT PRIMAFOOD INTERNATIONAL

RISDIANI FEBI ELITA

 Laporan Akhir
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Ani Madya pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Penguji pada ujian laporan akhir: Dr. Wonny A. Ridwan, S.E., MM.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Judul Laporan Akhir : Peningkatan Promosi Prima Freshmart melalui *Digital Advertising* di PT Primafood International
Nama : Risdiani Febi Elita
NIM : J3J117193

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Disetujui oleh

Pembimbing

Pembimbing : Liisa Firhani Rahmasari, S.P., M.Si.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Diketahui oleh

Ketua Program Studi : Dr. Ir. Anita Ristianingrum, M.Si.
NIP. 196710241993022001

Dekan : Dr. Ir. Arief Darjanto, Dip.Ag.Ec., M.Ec.
NIP. 196106181986091001



Tanggal Ujian: 11 Agustus 2020

Tanggal Lulus: 02 September 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University