

## RINGKASAN

RANI TRI PERMADANI. Pengembangan Produk Poky *Fried Chicken* Berdasarkan Preferensi Konsumen di Kota Bogor. *Development of Poky Fried Chicken Product Based on Consumer Preference in Bogor City*. Dibimbing oleh ANNISAA SOEYONO.

Bisnis *retail* atau usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980an seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia. Usaha *retail* yang terkesan biasa, namun ternyata menjadi salah satu usaha yang mampu menembus jaman dan paling kuat terhadap gangguan serta paling mudah untuk dimasuki, setidaknya ini terbukti dengan terus bertumbuhnya bisnis ini. Prima Freshmart adalah satu perusahaan *retail* di Indonesia. Di kawasan Sekolah Vokasi IPB terdapat satu cabang Prima Freshmart yaitu Prima Freshmart *Entrepreneur Teaching Center* IPB (PFM ETC IPB). Prima Freshmart ETC IPB menjual berbagai olahan ayam, ayam segar, dan telur. Poky *fried chicken* merupakan salah produk olahan ayam yang di produksi oleh Prima Freshmart ETC IPB. Semua bahan baku pembuatan Poky *fried chicken* sangat berkualitas dan terjamin ketersediaannya karena berasal dari perusahaan sendiri yaitu CP Food. Kelemahan dari Poky *fried chicken* yaitu penjualan Poky *fried chicken* belum maksimal jika dibandingkan dengan total *guest* setiap bulannya. Untuk mengetahui kinerja pada produk Poky *fried chicken*, dilakukan identifikasi dan analisis sikap konsumen terhadap atribut-atributnya.

Tujuan dari pengembangan bisnis ini adalah (1) Merumuskan ide pengembangan bisnis pada Poky *fried chicken* di Prima Freshmart ETC IPB berdasarkan identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman), (2) Merumuskan strategi perbaikan produk Poky *fried chicken* di Prima Freshmart ETC IPB sesuai dengan hasil preferensi konsumen, (3) Menganalisis penerimaan dan pendapatan Prima Freshmart ETC IPB dari produk Poky *fried chicken* melalui R/C rasio dan analisis parsial.

Metode analisis yang digunakan dalam penulisan Kajian Pengembangan Bisnis ini dilakukan berdasarkan perencanaan aspek non finansial dan finansial. Aspek non finansial meliputi preferensi konsumen yang dianalisis menggunakan model sikap multiatribut dari Fishbein, analisis SWOT, aspek produksi, aspek pasar dan pemasaran, aspek kolaborasi, serta aspek finansial meliputi R/C rasio dan analisis parsial.

Berdasarkan analisis analisis faktor internal dan eksternal dari Prima Freshmart ETC IPB, maka didapatkan startegi yang mengkombinasikan antara kelemahan dan peluang yang ada pada Prima Freshmart ETC IPB. Penerapan strategi diformulasikan menggunakan preferensi konsumen. Preferensi konsumen dilakukan untuk menilai apakah produk telah sesuai dengan harapan konsumen. Preferensi konsumen dilakukan dengan menguji produk Poky *fried chicken* dengan pesaing yang memiliki produk serupa. Produk pembandingnya yaitu *Chickenia fried chicken*.

Hasil preferensi konsumen dianalisis menggunakan model sikap multiatribut dari Fishbein. Berdasarkan hasil pereferensi konsumen didapatkan atribut yang memiliki nilai rendah dibandingkan dengan pesaing. Atribut tersebut adalah



iv

ukuran *fried chicken* dan desain kemasan. Perbaikan yang dilakukan yaitu memperbesar ukuran Poky *fried chicken* dan menambahkan label pada kemasan.

Aspek finansial dalam pengembangan bisnis Poky *fried chicken* yaitu menggunakan R/C rasio dan analisis parsial. Perhitungan R/C rasio pada keadaan aktual adalah 1,068 dan setelah adanya pengembangan mengalami peningkatan menjadi 1,276. Analisis parsial menunjukkan bahwa keuntungan tambahan yang diperoleh sebesar Rp46.966.000,00 pertahun. Perhitungan R/C rasio pada keadaan aktual adalah 1,068 dan setelah adanya pengembangan mengalami peningkatan menjadi 1,276.



Kata kunci : analisis fishbein, poky *fried chicken*, Prima Freshmart, preferensi konsumen



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies