

RINGKASAN

MELLY GUSTARY. Peningkatan Penjualan Ready Meal melalui *Personal Selling* pada Prima Freshmart Taman Cimanggu Kota Bogor. *Increased Sales of Ready Meal through Personal Selling at Prima Freshmart Taman Cimanggu Bogor City*. Dibimbing oleh JUNIAR ATMAKUSUMA

Perkembangan teknologi semakin berkembang, wajib bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk membuat strategi pemasaran berupa promosi. Prima Freshmart merupakan toko ritel yang berjenis *speciality store* yang menjual telur, ayam, dan *frozen food* (makanan olahan beku) dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau. Prima Freshmart menjual produk non olahan dan olahan, pada produk olahan Ready Meal mengalami penurunan sebesar 28%. dibandingkan penurunan olahan *nugget* 2,1%. Ready Meal merupakan produk makanan cepat saji yang sangat mudah disajikan yang memiliki merek dagang Fiesta dari CPI. Terdapat kurang lebih 20 varian, Fiesta Ready Meal yang terbagi dalam dua karbohidrat utama, yakni nasi dan mie atau *pasta*. Penjualan produk Ready Meal hanya dilakukan di toko Prima Freshmart. Upaya penjualan tersebut belum sepenuhnya dilakukan secara optimal untuk produk Ready Meal karena tidak ada penawaran secara langsung atau *personal selling* dalam menjual produk cepat saji ini.

Terdapat tiga tujuan dalam pembuatan laporan akhir ini. Tujuan yang pertama yaitu merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan evaluasi *business model canvas*. Tujuan yang kedua yaitu merancang strategi *personal selling* dan mengimplementasikan kajian pengembangan bisnis. Tujuan yang ketiga menganalisis jumlah peningkatan penjualan produk Ready Meal dan menganalisis penerimaan dan pendapatan pada sebelum dan sesudah diterapkan strategi *personal selling* menggunakan analisis laporan laba rugi dan *R/C ratio*

Rumusan ide pengembangan bisnis di Prima Freshmart yaitu menggunakan strategi *Weakness-Opportunity* (WO) dengan cara melihat dari segi kelemahan perusahaan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang dimiliki. Salah satu alternatif strategi yang dihasilkan yaitu peningkatan penjualan Ready Meal melalui promosi *personal selling*. *Personal selling* dipilih karena mampu mempengaruhi calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Perencanaan peningkatan penjualan Ready Meal melalui promosi *personal selling* ini dapat mengoptimalkan delapan elemen dari sembilan elemen pada *business model canvas* meliputi *customer segments*, *value propositions*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structures*.

Berdasarkan dari hasil implementasi kegiatan *personal selling*, mampu meningkatkan penjualan Ready Meal di Prima Freshmart Taman Cimanggu pada bulan Maret dan April 2021. Penjualan bulan Maret 2021 sebanyak 67 box, yang meningkat sebesar 26 box atau sebesar 40% dari bulan Februari 2021, serta pada bulan April meningkat 128 box, yang meningkat sebesar 61 box atau sebesar 41%. Selain mampu meningkatkan penjualan, kegiatan *personal selling* juga mampu memberikan dampak positif terhadap penataan ulang produk, karena dalam kegiatan *personal selling* terdapat kegiatan pra pendekatan yaitu mengecek *stock* produk serta kadaluarsa produk, sehingga mampu mengurangi produk kadaluarsa.



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.

Pengembangan bisnis peningkatan penjualan Ready Meal pada Prima Freshmart menghasilkan nilai penjualan pada bulan Maret sebesar Rp1.139.000,00 atau 0,57 % dari total penjualan bulan Maret, serta untuk bulan April pendapatan penjualan Ready Meal sebesar Rp2.176.000,00 atau 1,00% dari total penjualan. Adapun R/C rasio yang akan dihasilkan yaitu meningkat 2,01 atau sebesar 3,6%, dan pada bulan April sebesar 2,18 atau 11,7%.

© Kata kunci: *business model canvas*, promosi, makanan cepat saji

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Bogor Agricultural University