



RINGKASAN

DEBIELVIAN RAMADAYANTI. Peningkatan Penjualan melalui Sistem *Canvassing* pada Gerai Ceha Cilimus PT AS Putra Sinergi Perdana Kabupaten Kuningan. *Increased Sales through Canvassing System at Ceha Cilimus Outlets PT AS Putra Sinergi Perdana Kabupaten District*. Dibimbing oleh WONNY AHMAD RIDWAN.

Ceha merupakan toko ritel milik PT AS Putra Sinergi Perdana. Ceha merupakan *special store* yang menjual daging ayam, telur ayam, dan juga *frozen food* (makanan beku) dengan kualitas baik dan harga yang terjangkau. PT AS Putra Sinergi Perdana memiliki enam ritel Ceha. Saat kondisi pandemi seperti ini, masyarakat lebih memilih berbelanja dengan mengurangi datang langsung ke toko atau pusat perbelanjaan lain. Salah satu cara agar bisnis ritel tetap berjalan adalah dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini. Memperhatikan hasil survei konsumen yang telah dilakukan, pada konsumen daging dan telur ayam, sebagian besar responden memilih membeli kebutuhan daging dan telur kepada para pedagang keliling. Hal ini menjadi salah satu peluang untuk bisnis ritel mempertahankan konsumen. Selain adanya jasa *delivery order*, cara lain untuk mempertahankan konsumen dan untuk meningkatkan penjualan yaitu melakukan penjualan dengan cara *canvassing*.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis peningkatan penjualan melalui sistem *canvassing* pada gerai Ceha Cilimus, melakukan perencanaan serta mengkaji kelayakan pengembangan bisnis yang akan dilakukan. Kajian pengembangan bisnis ini dibuat berdasarkan studi literatur, observasi wawancara baik pada masyarakat wilayah Ceha Cilimus maupun pada internal perusahaan pada saat praktik kerja lapang (PKL) yang dimulai pada tanggal 01 Februari s.d 26 April 2021. Metode analisis non finansial yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini adalah analisis faktor internal dan eksternal perusahaan berdasarkan analisis SWOT. Sedangkan metode finansial menggunakan analisis proyeksi laba rugi dan juga analisis R/C rasio.

Berdasarkan analisis SWOT diperoleh strategi S-T (*strengths – threats*) yaitu memanfaatkan kekuatan dalam perusahaan untuk mengatasi ancaman. Prioritas strategi yang didapat yaitu peningkatan penjualan melalui sistem *canvassing*. Hasil dari pengkajian menggunakan analisis finansial pengembangan bisnis ini dapat dikatakan layak yang berdasarkan perhitungan proyeksi laba rugi, perusahaan mengalami meningkatkan keuntungan penjualan karena adanya sistem *canvassing* yaitu sebesar Rp139.118.069,10 dari sebelumnya yaitu sebesar Rp101.291.570,14. Perhitungan hasil analisis R/C rasio sebelumnya yaitu sebesar 1,06 dan setelah pengembangan bisnis sebesar 1,07. Hasil dari nilai tersebut dikatakan layak karena nilai R/C rasio > 1 . Sehingga dapat disimpulkan rencana pengembangan bisnis ini dapat dijalankan.

Kata kunci : peningkatan penjualan, konsumen, *canvassing*