

EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI *EVENT BARTOZ GOES TO SCHOOL* TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PT PORTO FOOD

FIRA FADIA SARI



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

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



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa proposal laporan proyek akhir dengan judul “Efektivitas Promosi Melalui *Event Bartoz Goes To School* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT Porto Food” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan proyek akhir ini.

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

Bogor, Juni 2024

Fira Fadia Sari
J1310201058

ABSTRAK

FIRA FADIA SARI. Efektivitas Promosi Melalui *Event Bartoz Goes To School* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT Porto Food. Dibimbing oleh INTANI DEWI.

PT Porto Food merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri olahan daging sapi dan ayam. Produk unggulan yang dimiliki perusahaan yaitu nugget ayam. Saat ini, perusahaan sedang menghadapi masalah penurunan penjualan, namun tetap dituntut untuk mencapai target penjualan. Hal ini terjadi karena persaingan yang semakin ketat dan kegiatan promosi yang dilakukan sebelumnya dinilai kurang efektif. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui efektivitas strategi promosi melalui *event Bartoz Goes To School* serta menganalisis dampak promosi tersebut terhadap peningkatan penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu EPIC Model dan analisis R/C rasio. Hasil skor rata - rata EPIC *rate* yaitu 3,89 dan termasuk dalam kriteria efektif, artinya kegiatan promosi ini dapat membangun ketertarikan konsumen, penyampaian pesan disampaikan dengan baik serta dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan. Hasil analisis R/C rasio yaitu sebesar 2,2 artinya kegiatan promosi ini berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan perusahaan.

Kata kunci : efektivitas, EPIC model, promosi, nugget ayam

ABSTRACT

FIRA FADIA SARI. The Effectiveness of Promotion Through the *Bartoz Goes to School* Event to Increase Sales Volume at PT Porto Food. Supervised by INTANI DEWI.

PT Porto Food is a company engaged in the processed beef and chicken industry. The company's flagship product is chicken nuggets. Currently, the company is facing the problem of declining sales but is still required to achieve sales targets. This happens because of the increasingly fierce competition, and the promotional activities carried out previously are considered less effective. This study aims to determine the effectiveness of promotional strategies through the "*Bartoz Goes To School*" event and to analyze the impact of these promotions on increasing sales. The methods used in this research are EPIC Model and R/C ratio analysis. The average score of the EPIC *rate* is 3.89 and is included in the effective criteria, meaning that this promotional activity can build consumer interest, deliver messages well, and influence consumer purchasing decisions to increase sales. The results of the R/C ratio analysis are 2.2, meaning that this promotional activity is influential in increasing company revenue.

Keywords: chicken nuggets, effectiveness, EPIC model, promotion



@Hak cipta milik IPB 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 University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
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 IPB.

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

EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI *EVENT* BARTOZ GOES TO SCHOOL TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PT PORTO FOOD

FIRA FADIA SARI

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB 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 University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Proyek Akhir : Efektivitas Promosi Melalui *Event Bartoz Goes To School*
Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT
Porto Food
Nama : Fira Fadia Sari
NIM : J1310201058

@Hak cipta milik IPB 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 University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh

Pembimbing:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si
NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T
NIP. 196607171992031003

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2023 sampai bulan Januari 2024 ini dengan judul “Efektivitas Promosi Melalui *Event Bartoz Goes To School* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT Porto Food”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing, Intani Dewi, S.Pt., M.Sc.,M.Si yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Penulis mengucapkan terimakasih kepada ibu Ir. Leni Lidya, M.M selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberikan saran. Disamping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada PT Porto Food dan bapak Maman Abdurahman beserta staf yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah Said Erwin Darwis S.H. dan ibu Ida Herawati, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2024

Fira Fadia Sari

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	ii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Promosi	4
2.2 Efektivitas Promosi	4
2.3 Bauran Promosi	4
2.4 <i>Event Marketing</i>	5
2.5 <i>EPIC (Empathy, Persuasion, Impact, and Communication)</i>	5
2.6 Analisis Finansial	6
2.7 Penelitian Terdahulu	6
2.8 Kerangka Pemikiran	8
III METODE KAJIAN	9
3.1 Lokasi dan Waktu	9
3.2 Teknik Pengumpulan Data	9
3.3 Metode Pengambilan Sampel	9
3.4 Uji Instrumen Penelitian	9
3.5 Metode Analisis	10
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	13
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	13
4.2 Aspek Pasar dan Pemasaran	14
4.3 Strategi Promosi PT Porto Food	16
4.4 Karakteristik Responden	17
4.5 Analisis EPIC Model	19
4.6 <i>EPIC Rate</i>	26
4.7 Analisis Finansial	28
V SIMPULAN DAN SARAN	31
5.1 Simpulan	31
5.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	35
RIWAYAT HIDUP	42



DAFTAR TABEL

1.1	Rata - rata konsumsi per kapita menurut kelompok makanan daging olahan matang (sosis, nugget, daging asap)	1
2	Penjualan produk nugget koin bulan April - Juli 2023	2
2.1	Penelitian terdahulu	6
3.1	Kriteria dan rentang skala efektivitas promosi EPIC Model	11
4.1	Hasil penilaian dimensi <i>empathy</i>	20
4.2	Skor rata - rata dimensi <i>empathy</i>	21
4.3	Hasil penilaian dimensi <i>persuasion</i>	22
4.4	Skor rata - rata dimensi <i>persuasion</i>	22
4.5	Hasil penilaian dimensi <i>impact</i>	23
4.6	Skor rata - rata dimensi <i>impact</i>	24
4.7	Hasil penilaian dimensi <i>communication</i>	25
4.8	Skor rata - rata dimensi <i>communication</i>	26
4.9	Hasil EPIC Rate	26
4.10	Biaya tetap sebelum promosi melalui <i>event</i>	28
4.11	Biaya tetap setelah promosi melalui <i>event</i>	28
4.12	Biaya variabel sebelum promosi melalui <i>event</i>	29
4.13	Biaya variabel setelah promosi melalui <i>event</i>	29
4.14	Total pendapatan sebelum dan setelah <i>event Bartoz Goes To School</i>	30
4.15	Analisis R/C rasio	30

DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka pemikiran	8
4.1	Bartoz chicken nugget <i>crispy, stick, coin</i> ukuran 250gr	15
4.6	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	17
4.7	Karakteristik responden berdasarkan umur	18
4.8	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	18
4.9	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	19
4.10	Rentang skala keputusan EPIC Model	19
4.11	Grafik EPIC model	27

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	36
2	Hasil uji validitas	38
3	Hasil uji reliabilitas	38
4	Struktur organisasi PT Porto Food	39
5	Biaya investasi sebelum <i>event Bartoz Goes To School</i>	40
6	Biaya investasi setelah <i>event Bartoz Goes To School</i>	41
7	Dokumentasi pembagian kuesioner penelitian	42
8	Dokumentasi kegiatan <i>Bartoz Goes To School Kota Sukabumi</i>	42