

PENETRASI PASAR PRODUK MUANTAP SOSIS FRANKFURTER UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MELALUI EVENT SUKABUMI EXPO (Studi Kasus: PT. Porto Food Indonesia)

ILHAM TAUFIK MUNANDAR



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



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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Penetrasi Pasar Produk Muantap Sosis *Frankfurter* untuk Meningkatkan Volume Penjualan melalui *Event* Sukabumi Expo” 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 lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

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

Bogor, Juni 2024

Ilham Taufik Munandar
J1310201081



ABSTRAK

ILHAM TAUFIK MUNANDAR. Penetrasi Pasar Produk Muntap Sosis Frankfurter untuk Meningkatkan Volume Penjualan melalui Event Sukabumi Expo. Dibimbing oleh INTANI DEWI.

Ketatnya persaingan di industri makanan beku terutama pada produk sosis *frankfurter* menyebabkan turunnya penjualan sosis *frankfurter* pada pt porto food indonesia. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang lebih agresif dan inovatif untuk menghadapi persaingan pasar. PT Porto Food Indonesia berpartisipasi dalam Event Sukabumi Expo untuk memperluas pasar produk sosis *frankfurter*. Penelitian ini merancang tahapan penetrasi pasar melalui event tersebut menggunakan metode CPM-PERT dan menganalisis dampaknya terhadap penjualan di PT Porto Food Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan tahapan pengembangan bisnis penetrasi pasar produk sosis *Frankfurter* melalui *event* Sukabumi Expo disusun secara urut dan harus diselesaikan tepat waktu agar tidak mengganggu jadwal keseluruhan proyek dengan Total perkiraan waktu seluruh aktivitas adalah 76 hari. Analisis finansial menunjukkan peningkatan penerimaan sebesar Rp26.729.000 dengan R/C ratio 1,6 yang menunjukkan hasil positif, sehingga mendorong perusahaan untuk mengadakan event "Grebek Pasar" setiap minggu untuk mengoptimalkan strategi pemasaran.

Kata kunci: CPM, event, frankfurter, pemasaran, PERT, sosis.

ABSTRAK

ILHAM TAUFIK MUNANDAR. Market Development for Muntap Sausage Frankfurter Products to Increase Sales Volume through the Sukabumi Expo Event. Supervised by INTANI DEWI.

Tight competition in the frozen food industry, especially in Frankfurter sausage products, has led to a decline in sales at PT Porto Food Indonesia. Therefore, a more aggressive and innovative marketing strategy is necessary to face market competition. PT Porto Food Indonesia took strategic steps by participating in the Sukabumi Expo Event to expand the market for Frankfurter sausage products. This research aims to design stages for the marketing expansion of Muntap Sausage Frankfurter through the Sukabumi Expo event using the PERT-CPM method and analyze its impact on sales at PT Porto Food Indonesia using financial and non-financial analysis. The results show that the business development stages for marketing Frankfurter sausages through the Sukabumi Expo event are arranged sequentially and must be completed on time to avoid disrupting the overall project schedule, with a total estimated time of 76 days for all activities. Financial analysis indicates an increase in revenue of IDR 26,729,000 with an R/C ratio of 1.6 after the marketing penetration through the Sukabumi Expo event, demonstrating positive financial results. Participation in this event also inspired the company to hold a weekly "Grebek Pasar" event to further optimize marketing strategies.

Keywords: CPM, event, frankfurter, marketing, PERT, sausage.



Judul Proyek Akhir : Penetrasi Pasar Produk Muantap Sosis *Frankfurter* untuk Meningkatkan Volume Penjualan melalui *Event* Sukabumi Expo

Nama : Ilham Taufik Munandar
NIM : J1310201081

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

Tanggal Ujian: 25 Juni 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam laporan akhir kegiatan Magang Industri yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2023 sampai bulan Januari 2024 ini ialah Penetrasi Pasar Produk Muantap Sosis Frankfurter untuk Meningkatkan Volume Penjualan melalui Event Sukabumi Expo

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Ibu Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Maman Abrurrahman selaku pembimbing lapangan yang telah membantu selama menjalankan magang industri dan juga telah membantu dalam pengumpulan data, serta kepada seluruh staf dan karyawan PT Porto Food Indonesia atas semua pengalaman dan ilmu pengetahuan. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Ayah, Ibu, serta rekan seperjuangan yang telah memberikan masukan, saran, dan semangat, dan kepada 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

Ilham Taufik Munandar



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	11
2.3 Kerangka Pemikiran	14
III METODE	16
3.1 Lokasi dan Waktu	16
3.2 Data dan Sumber Data	16
3.3 Metode Analisis	16
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	23
4.2 Penetrasi Pasar	25
4.3 Bauran pemasaran	26
4.4 Strategi Pemasaran	29
4.5 Analisis PERT/CPM	30
4.6 Analisis Non Finansial	34
4.7 Analisis Finansial	36
4.8 Dampak Penetrasi Pasar setelah <i>Event</i>	37
V KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43
RIWAYAT HIDUP	48



DAFTAR TABEL

1.1	Rata-rata konsumsi perkapita seminggu menurut kelompok makanan	1
1.2	Perusahaan yang memproduksi sosis <i>frankfurter</i>	2
1.3	Penjualan produk muantap sosis <i>frankfurter</i> bulan Juni-Agustus tahun 2023	2
2.1	Penelitian terdahulu	11
3.1	Data dan sumber data penyusunan penelitian	16
4.1	Tahapan pengembangan bisnis	32
4.2	Hasil perhitungan CPM dengan POM QM	33
4.3	Total pendapatan sebelum penetrasi pasar	36
4.4	Total pendapatan setelah penetrasi pasar	36
4.5	Perhitungan R/C ratio	37
4.6	Total mitra usaha dan jumlah order produk sosis muantap <i>frankfurter</i> area palabuhanratu	38

DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka pemikiran	15
3.1	Kotak dialog PERT/CPM	17
3.2	Tempat input data PERT/CPM	18
3.3	Input data	18
3.4	Solusi project PERT/CPM	19
4.1	Logo PT Porto Food Indonesia	23
4.2	Rantai pasok sebelum penetrasi pasar	25
4.3	Rantai pasok setelah penetrasi pasar	26
4.4	Muantap sosis <i>frankfurter</i>	27
4.5	Event sukabumi expo	27
4.6	Paper tray	28
4.7	Direct selling di area sukabumi expo	28
4.8	Precedence graph penetrasi pasar produk muantap <i>Frankfurter</i>	33
4.9	Booth pada pelaksanaan <i>event</i>	34

DAFTAR LAMPIRAN

1	Struktur organisasi PT Porto Food Indonesia	44
2	Biaya investasi sebelum penetrasi pasar	44
3	Biaya investasi sebelum penetrasi pasar	45
4	Dokumentasi kegiatan penetrasi pasar produk muantap sosis <i>frankfurter</i> untuk meningkatkan volume penjualan melalui <i>event</i> sukabumi expo	46