

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN *FROZEN FOOD* BERSERTIFIKASI HALAL PADA PT AGRO BOGA UTAMA CABANG BANJARMASIN

Rini Puspita Wati<sup>1</sup>, Lamsah<sup>2</sup>, Farida Yulianti<sup>3</sup>  
Email : rinipuspita069@gmail.com

Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

## ABSTRAK

PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang importer bahan makanan beku atau *frozen food*.

PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin beralamat di Komplek Pergudangan Bumi Basirih D6, Jl. Gubernur Soebardjo, Basirih, Aluh-Aluh, Banjar, Kalimantan Selatan 70242, Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) strategi pemasaran yang diterapkan PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin dan (2) strategi pemasaran yang seharusnya diterapkan PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dari jumlah penjualan tim *sales* atau karyawan Perusahaan PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin.

Hasil Penelitian menunjukkan : Strategi pemasaran yang seharusnya diterapkan PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin dari tahun 2018 dan 2019. Informasi dari penelitian berguna untuk perusahaan ditahun yang akan datang dalam menggunakan strategi yang seharusnya agar dapat meningkatkan jumlah penjualan pada PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin.

Demikian, menurut penulis dari hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin adalah perusahaan yang cukup bagus karena strategi yang digunakan sudah dapat meningkatkan penjualan pertahun.

**Kata kunci : Strategi, pemasaran, dan penjualan.**

## ABSTRACT

*PT Agro Boga Utama Banjarmasin Branch is a company engaged in the import of frozen food ingredients. PT Agro Boga Utama Banjarmasin Branch is located at Bumi Basirih D6 Warehousing Complex, Jl. Governor Soebardjo, Basirih, Aluh-Aluh, Banjar, South Kalimantan 70242, Indonesia. This study aims to examine: (1) the marketing strategy implemented by PT Agro Boga Utama Banjarmasin Branch and (2) the marketing strategy that should be implemented by PT Agro Boga Utama Banjarmasin Branch.*

*This research uses descriptive qualitative research design. Research from the number of sales of the sales team or employees of the PT Agro Boga Utama Banjarmasin Branch.*

*The results of the study show: The marketing strategy that should be implemented by PT Agro Boga Utama Banjarmasin Branch from 2018 and 2019. Information from this research is useful for companies in the coming years in using the strategy that should be in order to increase the number of sales at PT Agro Boga Utama Banjarmasin Branch.*

*According to the authors from the results of the study showed that PT Agro Boga Utama Banjarmasin Branch is a pretty good company because the strategies used have been able to increase sales annually.*

**Keywords: Strategy, marketing, and sales.**

## PENDAHULUAN

Salah satu sumber daya organisasi yang memiliki peran penting dalam mencapai tujuannya adalah sumber daya manusia. Oleh karena sumber daya manusia memiliki peranan penting dalam berkompetensi baik jangka pendek maupun jangka panjang, maka para analis bisnis sangat memerhatikan kondisi perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia secara efektif. Tantangan pasar tenaga kerja saat ini dihadapi oleh pengusaha agar mengembangkan strategi untuk mencegah karyawan yang baik meninggalkan perusahaan mereka. Namun pada kenyataannya untuk memperoleh SDM yang berkualitas dan mempertahankan SDM yang ada tidaklah mudah. Retensi karyawan menjadi istilah populer untuk pencegahan hilangnya karyawan kunci.

PT. Agro Boga Utama adalah perusahaan yang memulai bisnisnya pada tahun 2007 dan bergerak di bidang pasokan daging halal di Indonesia yang menjamin memberikan kualitas tinggi produk dan memenuhi persyaratan Halal dan jaminan kesehatan yang ketat. Menggunakan kekuatan hubungan dengan pemasok kunci daging halal di Australia dan Selandia Baru dan hubungan dekat dengan Badan Sertifikasi Islam, membuat PT. Agro Boga Utama memiliki keunggulan kompetitif dalam persaingan ketat serta dapat berkembang serba cepat dan sekarang telah menjadi salah satu dari sepuluh importir daging di Indonesia. Perusahaan ini telah merintis produksi dengan jaminan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan budaya pelanggan di Indonesia. Judul yang akan dibahas adalah “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan *Frozen Food* Bersertifikasi Halal Pada PT AGRO BOGA UTAMA Banjarmasin.

## METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian diantaranya :

### 1) Jenis penelitian

Jenis penelitian yang akan dilaksanakan adalah deskriptif kualitatif yaitu jenis data atau fakta yang diperoleh bukan berupa angka-angka tetapi dapat berupa hasil pendapat / pernyataan fakta sejarah dan lain-lain. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin di Komplek Pergudangan Bumi Basirih D6, Jl. Gubernur Soebardjo, Basirih, Aluh-Aluh, Banjar, Kalimantan Selatan 70242, Indonesia

### 2) Sumber Data

#### (1) Data Primer

Ialah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan, data yang diperoleh bisa dari observasi dengan cara wawancara dengan pemimpin dan karyawan perusahaan yang dapat memberikan data atau informasi yang berhubungan dengan penulisan skripsi.

#### (2) Data Sekunder

Ialah data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada, bisa berupa laporan-laporan penjualan perusahaan.

### 3) Teknik Pengumpulan Data

Merupakan riset yang dilakukan secara langsung pada PT AGRO BOGA UTAMA di Banjarmasin yang dilakukan objek penelitian. Kegiatan ini dilakukan agar penulis dapat mengumpulkan data yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang dikemukakan dan kemudian dianalisa.

Penelitian dilakukan dengan cara :

(1) Wawancara

Wawancara adalah suatu pencarian informasi yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden ( sumber informasi ). Yang menjadi responden dalam pengumpulan data dengan wawancara pada penelitian ini adalah karyawan PT AGRO BOGA UTAMA.

### HASIL PENELITIAN

Kegiatan Penjualan PT Agro Boga Utama Sesuai dengan teknologi yang dimiliki diberbagai bidang sekarang ini, diantaranya dibidang Sales, Sales di PT Agro Boga Utama menggunakan Android saat ingin menginput orderan dari customer. Selain Android ada Aplikasi khusus yang terhubung dengan perusahaan yang bernama *AXIMA (websales.agrobogautama.co.id)* ini adalah Aplikasi untuk menginput orderan dari customer yang berisi : Nama *customer*, Alamat kirim, *Stock* Barang, bahkan kita juga tau apakah si *customer* itu *Cash* atau *TOP (Term of Paymen)*.

Dengan demikian proses penjualan dari sales menuju gudang dan kasir lebih cepat dibandingkan dengan proses yg manual, dengan menggunakan Aplikasi tersebut jauh lebih singkat dan cepat prosesnya, karena setelah sales menginput orderan melalui Aplikasi itu langsung masuk otomatis ke gudang untuk memproses barang apa yg dibeli oleh *customer*, setelah itu langsung masuk otomatis ke kasir dan langsung tercetak *invoice*. Tujuan utama PT Agro Boga Utama adalah untuk

(2) Observasi

Observasi yaitu suatu cara pengumpulan data dengan cara mengadakan kunjungan dan pengamatan langsung di PT AGRO BOGA UTAMA. Hal ini sudah dilakukan selama penulisan skripsi ini berlangsung.

(3) Dokumentasi

Yang dilakukan dengan mendapatkan data yang telah ada dan telah dibukukan sebelumnya.

(4) Analisa Data

Data yang telah diperoleh dari laporan, kemudian di analisis dengan analisis deskriptif, yaitu menguraikan dari beberapa teori yang berhubungan pemasaran dengan dasar teori pemasaran.

memperkenalkan produk yang dijual, bahkan untuk memperbanyak Distributor, Retailer, Hotel, Restaurant, Catering, *Manufacture, End User*. Januari 2019 total penjualan PT Agro Boga Utama dengan 10 Katagori yang dihasilkan sebesar **Rp. 5.674.975.988** , pada bulan Februari terjadi penurunan hasil penjualan sebesar **Rp. 5.674.975.988** kemudian pada bulan Maret terjadi kenaikan penjualan sebesar **Rp. 6.806.116.298**, pada bulan April terjadi kenaikan sebesar **Rp.7.098.365.758**, pada bulan Mey terjadi kenaikan penjualan sebesar **Rp.9.424.264.821** dan pada bulan Juni terjadi penurunan hasil penjualan sebesar **Rp.7.009.837.347**.

### Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan sumber daya manusia utama di dalam perusahaan. Modal, mesin dan peralatan itu hanya pendukung sebuah perusahaan, memang mesin dan peralatan jelas diperlukian, tetapi hal itu bisa memberikan arti jika digerakan oleh manusia. Sebab modal dan mesin serta peralatan yang lainnya itu Cuma sekedar benda magi yang berarti tidak mempunyai

kemampuan untuk menggerakkan diri sendiri.

Dengan demikian tenaga kerja merupakan sumber daya penentu dalam rangkaian proses kegiatan produksi dan di pandang sebagai *asset* berharga didalam sebuah perusahaan. Sebab, tenaga yang menjadi motor penggerak dari seluruh saran dan prasarana yang tersedia didalam perusahaan.

Para karyawan bekerja 7 (tujuh) jam sehari dan 40 (empat puluh) jam seminggu dengan ketentuan 8 (delapan) hari kerja dalam seminggu. Dengan selang waktu istirahat selama 60 (enam puluh) menit atau 1 (satu) jam, dan dilanjutkan bekerja kembali. Jumlah tenaga kerja pada PT Agro Boga Utama Berjumlah 22 orang, termasuk pimpinan perusahaan. Disamping itu, perusahaan ini juga mempunyai jam lembur saat tanggal merah 50% libur bekerja dan 50% tetap masuk akan tetapi itu bisa digantikan kapan pun ingin libur. Bahkan disini juga ada cuti tahunan selama 7 hari dengan catatan karyawan sudah bekerja selama 1 tahun jika belum sampai 1 tahun maka karyawan tidak dapat mengajukan cuti tahunan.

## PEMBAHASAN

- 1) Strategi Pemasaran Yang Selama Ini Diterapkan Pada penjualan PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin

*Marketing Mix* adalah salah satu unsur dalam system pemasaran yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian target penjualan. Karena pada intinya kegiatan *Marketing* dilakukan untuk meningkatkan target penjualan produk. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang di terapkan pada PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin tentunya tidak terlepas dari kegiatan *Marketing Mix* yang dijalankan perusahaan.

Adapun kegiatan *Marketing Mix* yang selama ini diterapkan PT

Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin adalah sebagai berikut.

- (1) Produk

Menurut pengamatan penulis dari segi produk yang dijual oleh PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin ini memiliki *stock* barang yang cukup banyak dan tidak kalah dari pesaing-pesaing diluaran. Produk yang dijual sama dengan produk yang dijual diluaran tetapi barang yang dijual pada PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin ini jauh lebih bagus dibandingkan dengan produk yang dijual oleh pesaing

Berbagai macam produk yang dijual pada PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin seperti : *Beef, Buffalo, Lamb, Chicken, Duck, French Fries, Dairy, Seafood, Process, dan Vegetable.*

Juga berbagai macam merk yang dijual PT Agro Boga Utama dimana kualitasnya sangat diperhatikan konsumen.

Keunggulan Produk :

PT Agro Boga Utama memiliki produk import Semua produk yang dijual di PT Agro Boga Utama dilengkapi dengan Sertifikasi Internasional Halal Memiliki surat BPOM dan MUI Daging yang *higienis* dan kualitas terjamin Produk di PT Agro Boga Utama sangat lengkap

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dikatakan bahwa produk yang dihasilkan tidak mengalami masalah dan bukan

penyebab menurunnya penjualan PT Agro Boga Utama.

(2) Harga

Harga merupakan faktor yang menentukan disamping factor-faktor lain dalam penguasaan pasar untuk mencapai penjualan yang lebih baik sesuai dengan yang direncanakan. Dalam keputusan penetapan harga sedikit banyaknya dipengaruhi oleh pembeli, sebab penawaran suatu barang tertentu dengan tingkat harga tertentu belum tentu menghasilkan penjualan apabila harga tersebut tidak disetujui pembeli.

Dalam hal penetapan harga pada PT Agro Boga Utama tidak memiliki harga tetap, sebab harga terutama produk daging biasanya naik turun setiap harinya. Tetapi harga jualan PT Agro Boga Utama tidak lah jauh dari harga dipasaran bahkan lebih murah dibandingkan harga kompetitor lainnya. Harga yang tepat akan memiliki ikatan yang erat antara pembeli dengan produsen, harga produk benar-benar disesuaikan dengan segmentasi yang dimiliki oleh konsumen. Di PT Agro Boga Utama memiliki 8 Segmen yakni :

- (1) Segmen, Big Distributor
- (2) Segmen, Retailer
- (3) Segmen, Supermarket
- (4) Segmen, Big Hotel
- (5) Segmen, Big Restaurant
- (6) Segmen, Big Catering
- (7) Segmen, Big Manufacture
- (8) End User / Staff

Setiap segmen memiliki harga yang berbeda-beda, untuk yang paling murah berada di Segmen Big Distributor dan

yang paling mahal berada di Segmen End User.

(2) Distributor

Distributor meliputi aktivitas perusahaan dalam membuat produknya tersedia di target pasar. Strategi pemilihan tempat meliputi pergudangan, persediaan, dan cara pemesanan konsumen.

Tempat pergudangan PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin terbilang masih kurang strategis walaupun letaknya dipergudangan dan kurang diketahui oleh konsumen karena banyaknya pergudangan di dalam komplek pergudangan tersebut. Transportasi yang ada sekarang ini sudah cukup memadai untuk mengantar pesanan.

PT Agro Boga Utama beroperasi setiap hari. Sales lah yang akan setiap hari mengunjungi bahkan menanyakan ke konsumen apakah ada orderan atau tidak ada.

(3) Promosi

Pelaksanaan kegiatan promosi itu sangat penting, baik itu bagi perusahaan-perusahaan kecil, maupun pada perusahaan besar, dalam rangka meningkatkan volume penjualan. Apalagi pada saat ini perusahaan mengalami persaingan yang semakin pesat.

Adapun kegiatan promosi yang Selama ini di lakukan oleh PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin hanya melalui promosi penjualan. Tidak melalui periklanan atau Advertising.

Adapun media iklan yang telah digunakan oleh PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin untuk mempromosikan

produknya ialah melalui : Media Online, juga penting dalam mempromosikan produk jasa yang dihasilkan. Dalam dunia modern ini banyak media online yang dapat untuk mempromosikan produksi sebuah perusahaan baik kecil maupun besar. Media social dapat mendongkrak jumlah penjualan dari bisnis yang dikelola. Jika menengok kehalaman-halaman jejaring sosial akan ditemui berbagai macam penawaran dan iklan yang dimunculkan oleh para pembisnis ini tujuannya tidak lain adalah demi mengejar profit yang lebih banyak. Belum selesai

#### Papan Nama

Papan nama adalah papan yang sengaja dibuat oleh perusahaan selain untuk identitas suatu usaha juga mengandung unsur-unsur reklame didalamnya karena itu papan nama bagi suatu usaha dagang sering tidak bersifat formil, tetapi dibuat sedemikian rupa, sehingga papan nama itu akan terlihat menarik pemandangan orang dan dapat memberikan kesan tertentu.

#### Brosur atau *pamlet*

Merupakan salah satu promosi yang tidak bisa ditinggalkan, karena brosur mudah untuk dibuat dan juga mudah dalam penyebarannya.

#### Media *Online*

Media online juga penting dalam mempromosikan produk jasa yang dihasilkan. Dalam dunia modern ini

banyak media online yang dapat untuk mempromosikan produk sebuah perusahaan baik kecil maupun besar. Social media online dapat mendongkrak jumlah penjualan dari bisnis yang dikelola. Jika menengok ke halaman-halaman jejaring social akan ditemui berbagai macam penawaran dan iklan yang dimunculkan oleh para pembisnis ini tujuannya tidak lain adalah demi mengejar profit yang lebih banyak. Media online memainkan peranan signifikan dalam proses pemasaran sebuah usaha, yang kemudian bisa berdampak pada meningkatnya jumlah penjualan, naiknya jumlah omzet, dan bertambahnya keuntungan. Peranan media online menjadi tempat pemasaran yang efektif.

Proses penjualan yang dilakukan PT Agro Boga Utama :

Menawarkan produk melalui media social (whatsapp, telpon, dan lain-lain)

Menjadi sponsor demo masak dari suatu kegiatan tertentu seperti : demo masak, bazar, dan lain-lain.

- 2) Bagaimana Strategi pemasaran yang seharusnya diterapkan PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin

Agar penjualan lebih meningkat, ada beberapa kebijakan pemasaran yang perlu diperhatikan

yaitu : Produk, Harga, Distributor, dan Promosi.

(1) Produk

Berbagai macam produk yang PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin jual seperti : *Beef, Buffalo, Lamb, Chicken, Duck, French Fries, Dairy, Seafood, Process*, dan *Vegetable*.

Untuk bagian Beef terdiri dari :

- *Feet* (kaki sapi)
- *Head Meat* (kepala sapi)
- *Hearts* (jantung)
- *Ligamentum* (bagian kaki atau bagian leher)
- *Lips* (bibir)
- *Liver* (hati)
- *Lung* (jeroan sapi)
- *Oxtail* (buntut sapi)
- *Tongue* (lidah)
- *Tongue Root* (pangkal lidah)
- *Patella* (dengkul sapi)

Untuk bagian Buffalo terdiri dari :

- 95 CL ( 95% daging kerbau 5% lemak kerbau)
- FQ Slice (daging kerbau potongan slice)
- Blade (punuk kerbau)
- Chuck Tender (daging otot kerbau)
- Cube Roll (iga kerbau)
- Rump (punggung belakang daging kerbau)
- Striploin (daging kerbau has luar)
- Tenderloin (daging kerbau has dalam)
- Knuckle (paha belakang kerbau)
- Silverside (gandakan kerbau)
- Topside (daging pantat kerbau)

(2) Untuk bagian Lamb terdiri dari :

- *Carcase* (seekor kambing utuh tanpa isi)
- *Leg* (paha kambing)
- *Rack* (iga kambing)

- *Shoulder* (bahu kambing)

- *Chop* (iga potong)

Untuk bagian Chicken terdiri dari :

- *Chicken Breast* (dada ayam)
- *Chicken whole* (ayam utuh tanpa tulang)
- *Chicken Leg* (paha ayam)
- *Chicken Wings* (sayap)
- *Chicken Feet* (kaki ayam)

Untuk bagian Duck terdiri dari :

- *Duck Whole* (bebek utuh)

Untuk bagian French Fries terdiri dari :

- *Crinkle Cut* (kentang yang bergelombang dan memiliki panjang 12mm)
- *Hash Brown* (irisian kecil kentang ukuran 75gram)
- *Shoestring* (kentang dengan potongan memanjang dan tipis ukuran 7mm)

- *Straight Cut* (kentang dengan potongan memanjang dan tebal ukuran 9,5mm)

Untuk bagian Dairy terdiri dari :

- *Butter* : *Sheet, Bulk (Unsalted, Salted, dan Lactic), Pat (Unsalted dan Salted), Minidish (Unsalted dan Salted), Tinned Butter, Bakers mix*)

- *Cream (Whipping Cream, Culinary Cream, dan Extra Yield)*

- *Milk (UHT dan Powder)*

- *Natural Cheese* : *cream cheese, Mozzarella, Slice Pale, dan Parmesan*)

- *Processed Cheese* : *Easy To Grate, Slice colour*)

Untuk bagian *Seafood* terdiri dari :

- *Salmon*

- *Squid Ring* dan *Tube* (cumi)

- *Dory Fillet*

Untuk bagian *Process* terdiri dari :

- *Beef Burger*

- *Beef Meatball*

- *Beef Sausages*

- *Chicken Sausages*

- *Smoked Beef*

- *Nugget*

Untuk bagian *Vegetable* terdiri dari :

- *Brocoli Floret*

- *Sweet Corn*

- *Green Pea*

- *Vegetable 3 way*

- *Vegetable 4 way*

Dimana kualitasnya sangat diperhatikan agar menarik minat konsumen.

Keunggulan produk PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin ialah :

Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

Produk yang dijual sesuai dengan permintaan konsumen

Merk produk unggul tidak ada yang menyamainya

Estimasi barang sesuai dengan permintaan konsumen

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dikatakan bahwa produk yang dijual tidak mengalami masalah dan bukan penyebab menurunnya penjualan PT Agro Boga Utama Cabang Banjarmasin.

### (3) Harga

Dalam hal penetapan harga PT Agro Boga Utama selalu memperhitungkan harga pokok dan membandingkan dengan harga jual dari perusahaan saing yang sejenis. Jadi perusahaan selama ini dalam penetapan harga tidak berbeda jauh bahkan lebih murah dengan perusahaan

lain yang sejenis. Demikian juga reaksi pembeli terhadap harga yang di pasang perusahaan di anggap sesuai atau disetujui pembeli. Harga yang tepat akan memiliki ikatan yang erat antara pembeli dan produsen, Harga produk benar-benar disesuaikan dengan kondisi keuangan konsumen. Bahkan memberi potongan harga (diskon) bagi pelanggan yang memesan banyak. Berdasarkan hal di atas maka kebijakan harga tidak bermasalah dan perlu di pertahankan Upaya yang seharusnya di lakukan oleh PT Agro Boga Utama adalah sebagai berikut : Tidak hanya pengambilan barang yang banyak dapat mendapat diskon tetapi untuk barang yang slow moving dapat diberikan harga khusus atau diskon.

### (4) Distribusi

Kurang strategisnya letak perusahaan sehingga kurang di ketahui oleh konsumen. Hendaknya tidak hanya memasang baliho didepan kantor tetapi juga memasang baliho atau Billboard yang besar di pingging jalan agar terlihat oleh konsumen atau pindah lokasi pergudangan agar berdiri sendiri tidak bergabung dengan gudang lain agar mudah dikenali oleh konsumen. PT Agro Boga Utama beroperasi hari-hari dengan bantuan dari tim sales untuk mengunjungi atau menghubungi konsumen-konsumen yang terdaftar di PT Agro Boga Utama. Perusahaan perlu memberikan sample atau menitipkan barang kepada agen-agen agar konsumen tau dengan produk dari PT Agro Boga Utama, Dengan hal ini volume penjualan akan dapat di



tingkatkan, karena perusahaan tidak hanya mengharapkan penjualan produknya dari konsumen yang datang langsung ke perusahaan dan melalui sales saja. Apabila perusahaan menerapkan penjualan produknya dengan bantuan jasa pedagang perantara atau pengecer akan efektif sekali, sehingga dengan menggunakan pengecer perantara maka, perusahaan akan dapat menjangkau konsumen dalam wilayah yang luas sekalipun.

SOP seharusnya digunakan untuk semua karyawan bukan hanya tim sales.

Minimal orderan seharusnya bisa diantar walaupun kurang dari Rp. 500.000,- atau jika kurang dari Rp. 500.000,- bisa diambil sendiri ke gudang.

Komunikasi antara tim sales dengan devisi lain.

Dipermudah syarat-syarat pendaftaran TOP agar memudahkan konsumen dalam membuka PO.

Saling support antara sales dengan devisi lain.

Dipermudah pengambilan barang digudang, dan tidak dipersulit.

Dipercepat proses ketika konsumen mengambil barang sendiri.

Diberi fasilitas untuk menunggu baik berupa makanan, minuman, tv, kipas angin, dll.

#### (5) Promosi

Kebijakan promosi adalah merupakan salah satu variabel dari sistem bauran pemasaran yang berguna sebagai media pemasaran dimana produsen akan berusaha melakukan komunikasi agar produknya

dapat di ketahui, di ingat, di kenal dan di butuhkan oleh konsumen. Menurut penulis, secara umum tujuan promosi yang di pergunakan oleh perusahaan adalah untuk meningkatkan permintaan dari pemakai atau konsumen akhir yang timbul karena adanya dorongan dan motivasi untuk melakukan pembelian hingga munculnya pelanggan atau konsumen baru. Untuk itu perusahaan perlu mempertahankan dan menambah lagi kegiatan promosinya. Seperti :

Papan nama, menurut pengamatan penulis sudah tepat karna sudah mengandung unsur-unsur reklame di dalamnya sudah di buat sedemikian rupa, sehingga papan nama itu menarik pemandangan orang dan memberikan kesan tertentu.

Brosur atau pamflet harus di memaksimalkan dan menentukan target-target mana saja yang perlu dan harus diberi selebaran atau brosur tersebut. Seperti: sekolah-sekolah, kampus, perkantoran, pasar, toko, rumah makan dan lain-lain. Target yang perlu diberi selebaran atau brosur dari PT Agro Boga Utama tersebut. Seperti : pasar, supermarket, rumah makan, agen-agen, retailer, perkantoran, sekolahan, catering, dan lain-lain.

Media online, menurut pengamatan penulis untuk media online sudah tepat dan perlu untuk di pertahankan dan juga harus update setiap harinya jadi terkesan akan

menarik. Dan juga perlu penambahan untuk promosi yang telah di jalankan seperti : Surat kabar, Radio, Reklame dan Juga TV Lokal.

Dan juga perlu ditambahkan untuk promosi yang telah dijalankan seperti : Demo memasak, pameran, menyediakan free produk atau free trial.

#### Demo masak

Dengan mengadakan demo masak konsumen akan penasaran dan bertanya-tanya tentang produk apa saja yang digunakan pada saat acara demo tersebut. orang akan merasakan dan tau produk apa yang digunakan pada saat demo tersebut, jika demo itu berhasil maka produk yang dijual akan dikenal oleh masyarakat.

#### Pameran

Dengan mengadakan pameran ini akan bermanfaat sebagai media promosi produk-produk secara langsung kepada calon pembeli. Konsumen yang penasaran, tentu akan

mampir dan bertanya-tanya tentang produk dan bisnis anda di *booth* pameran

Menyediakan *free* produk atau *free trial*

Seperti yang kita ketahui, *free* produk, tester dan *free trial* adalah promo yang sering dicari oleh konsumen bahkan sulit untuk ditolak oleh konsumen. Sehingga yang perlu dilakukan adalah memanfaatkan kesempatan tersebut sebagai media promosi produk-produk. Dengan memberi tester atau *free trial* akan membuat konsumen senang dan penasaran dengan produk-produk yang ditawarkan.

Personal selling perlu ditingkatkan dan dibutuhkan tenaga ahli dalam personal selling. Kegiatan promosi langsung dalam suatu pembicaraan dengan seorang atau lebih saling bertatap mukaa untuk mencapai tujuan, menciptakan, memodifikasi, mengeksploitasi atau mengusahakan timbulnya suatu hubungan pertukaran agar saling menguntungkan.

## PENUTUP

Dalam hal penetapan harga pada PT Agro Boga Utama tidak memiliki harga tetap, sebab harga terutama produk daging biasanya naik turun setiap harinya. Tetapi harga jualan PT Agro Boga Utama tidak lah jauh dari harga dipasaran bahkan lebih murah dibandingkan harga kompetitor lainnya. Harga yang tepat akan memiliki ikatan yang erat antara pembeli dengan produsen, harga produk benar-benar disesuaikan dengan segmentasi yang

dimiliki oleh konsumen. Hendaknya tidak hanya memasang baliho didepan kantor tetapi juga memasang baliho atau Billboard yang besar di pingging jalan agar terlihat oleh konsumen atau pindah lokasi pergudangan agar berdiri sendiri tidak bergabung dengan gudang lain agar mudah dikenali oleh konsumen. Agar perusahaan tidak hanya memasang papan reklame didepan perusahaan saja namun juga perlu ditempat – tempat yang strategis, begitu

juga dengan brosur perusahaan perlu membuat dan disusun sedemikian rupa agar kelihatan menarik dan sebarakan ke tempat – tempat yang banyak dikunjungi orang – orang, instansi, kantor, sekolahan, kampus,

Assauri, Sofjan. 2017. **Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Dan Strategi.**

Jakarta : PT Raya Grafindo Persada

Sulistiyani, Sri. 2010. **Study Kelayakan Bisnis.** Yogyakarta : Cv Andi

Suad H & Suwarsono M, 2014. **Study Kelayakan Proyek Bisnis.** Edisi ke V, juni 2014. Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN

Sopiah, 2019. **Salesmanship (Kepenjualan).** Jakarta, PT Bumi Aksara.

Sunyoto, Danang. 2012. **Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.** Yogyakarta, CAPS

Fandy, T & Anastasia D, 2019. **Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, dan Strategi.** Yogyakarta, Cv Andi Offset

Hery, 2019. **Manajemen Pemasaran.** Jakarta : PT Grasindo, Anggota IKAPI.

Yunus, Eddy. 2016. **Manajemen Strategis.** Jakarta : Andi Publisher

Suhardi, Cand. 2018 **Pengantar Manajemen dan Aplikasinya** Yogyakarta : Gavamedia

supermarket, pasar, warung makan, toko, dan lain-lain. Selain itu perusahaan juga perlu memakai iklan dikoran atau surat kabar lokal minimal 2 (dua) kali dalam 1(satu) bulan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Tjiptono, Fandy. 2014. **Pemasaran Jasa.** Jakarta : Andi Publisher

Assauri, Sofjan. 2018. **Manajemen Bisnis Pemasaran.** Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Fajriansyah, Rizki.2019. **Manajemen Strategik : Intisari Konsep dan Teori.** Yogyakarta : Andi.

Alma, Buchari. 2018. **Pengantar Bisnis.** Bandung : Alfabeta,CV.

Abdullah, Thamrin. 2018. **Manajemen Pemasaran.** Depok : PT Raja Grafindo Persada

Malau, Harman. 2018. **Manajemen Pemasaran.** Bandung : Alfabeta,CV.

Sedarmayanti, 2014. **Manajemen Strategi.** Bandung : PT Refika Aditama

Simamora, Henry. 2013. **Akuntansi Manajemen Edisi III.** Yogyakarta : Diandra Primatirta

David, Fred R, 2011. **Strategic Management,** Buku 1. Edisi 12 Jakarta

Stanton, William J. 2012. **Prinsip Pemasaran,** alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.