

**STRATEGI PENJUALAN PRODUK
PT. PRIMAFOOD INTERNASIONAL (PRIMA FRESHMART)
PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Menyelesaikan Pendidikan Program DIII
Jurusan Manajemen Pemasaran**



Diajukan Oleh :

Rusmayana
NPM.1901150004

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2022**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

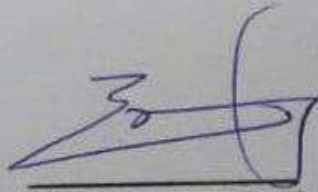
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : Rusmayana
Nomor Pokok/NIM : 1901150004
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)
Judul Laporan Akhir : Strategi Penjualan Produk PT. Primafood Internasional
(Prima Freshmart) Palembang

Pembimbing Laporan Akhir :

Tanggal : 20-10-2022

Pembimbing I :



Dra. Yasmina Martini, M.M
NIDN. 0228035901

Tanggal : 20/22

Pembimbing II :



Venny Mayasari SE,MM
NIDN.0204078902

252/PS/DFE/22

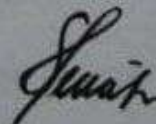
Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,
Tanggal : 21/10/2022

Ketua Program Studi,
Tanggal : 21-10-2022



Dr. Msy. Mikial, SE, M.St,AK.CA.CSRS
NIDN.0205026401



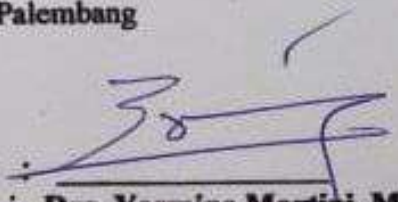
Suharti, SE, MM
NIDN.0220086501

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG


HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama : Rusmayana
Nomor Pokok/NIM : 19011150004
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)
Judul Laporan Akhir : Strategi Penjualan Produk PT. Primafood Internasional
(Prima Freshmart) Palembang

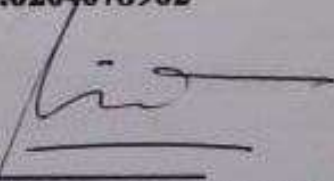
Pembimbing Laporan Akhir :
Tanggal : 20-10-2022

Ketua Penguji : 
Dra. Yasmina Martini, M.M
NIDN. 0228035901

Tanggal : 20/22

Penguji I : 
Venny Mayasari SE,MM
NIDN.0204078902

Tanggal : 20/22


Penguji II : 
Rudy Chairudin, SE,M.Pd
NIDN.0202026201

232/PS/DFE/22

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,
Tanggal : 21-10-2022

Ketua Program Studi,
Tanggal : 21-10-2022


Dr. Misy, Mikial, SE, M.Si,AK.CA.CSRS
NIDN.0205026401


Suharti, SE, MM
NIDN.0220086501



ABSTRAK

Rusmayana. NPM : 1901150004. Strategi Penjualan Produk . Studi Kasus PT. Primafood Internasional (Prima Freshmart) Palembang. Dibawah Bimbingan Ibu Dra. Yasmina Martini, MM, dan Ibu Veny Mayasari SE, MM.

Produk pangan beku (frozen food) merupakan olahan makanan instan beku yang tahan lama, produk higienis, harga terjangkau, dan mudah dalam penyajiannya, serta praktis. Berdasarkan ini, perusahaan pengolahan pangan berpacu untuk menghasilkan aneka ragam produk pangan olahan frozen food yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam rumah tangga konsumen (Santoso dkk., 2018).

Manajemen penjualan sebagai suatu komunikasi antara penjual dan calon pembeli untuk menawarkan sebuah produk (barang atau jasa) supaya bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Berdasarkan hasil dari pengamatan penulis, dapat diambil kesimpulan bahwa PT. Primafood International menerapkan Service Excellent sebagai untuk kepuasan pelanggan dan untuk meningkatkan penjualan , menjaga kebersihan dan kerapian toko demi kenyamanan pelanggan, menjalankan tertib administrasi agar pengelolaan toko menjadi lebih efisien dan efektif, serta melakukan inventory management untuk mengurangi biaya.

Kata Kunci: Manajemen Penjualan, Strategi Penjualan.

Motto dan Persembahan

Motto :

“Setiap orang pasti mempunyai mimpi, begitu juga saya, namun bagi saya yang paling penting adalah bukan seberapa besar mimpi yang kamu punya, tapi adalah seberapa besar usaha kamu untuk mewujudkan mimpi itu”

Kupersembahkan kepada :

1. Alm Ayah dan Ibuku
tercinta
2. Kedua kakakku tersayang
3. Keluarga tercinta
4. Dosen pembimbing
dan pendidik
5. Teman - teman
seperjuangan

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rusmayana
NPM : 1901150004
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : D.III Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir :Strategi Penjualan Produk PT. Primafood Internasional (Prima Freshmart) Palembang.

Menyatakan bahwa Laporan Akhir ini telah ditulis dengan sungguh-sungguhnya dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 10 Oktober 2022

Penulis,



Rusmayana

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah S.W.T atas segala rahmat hidayah dan karunia Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas akhir yang berjudul “Strategi Penjualan Produk Primafood Internasional” dalam waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti, menulis laporan akhir adalah salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

Laporan Akhir ini disusun berdasarkan apa yang telah penulis peroleh pada Strategi Penjualan Produk Primafood Internasional. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis merasa ada hambatan yang dihadapi, namun berkat bantuan, dorongan semangat, serta petunjuk dari segala pihak, laporan ini dapat diselesaikan sebelum waktu yang telah ditentukan. Walaupun hanya berbentuk kata - kata, melalui tulisan ini mengucapkan terima kasih sebesar - besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA.CS.RS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Dra. Yasmina Martini. MM Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan baik langsung maupun tidak langsung sehingga pelaksanaan laporan akhir ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.
4. Ibu Veny Mayasari SE,MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi masukan yang bermanfaat.
5. Ibunda beserta kedua kakak yang selalu memberikan dukungan dan doa.
6. Pak Alfarizi SE dan Ibu Weni SE selaku HRD dan Kepala Toko di PT. Primafood Internasional (Prima Freshmart) Palembang yang telah banyak membantu penulis dalam menjalankan penelitian ini.
7. Para sahabat yang sudah memberikan semangat.

Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Akhir ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Aamiin Allahumma Aamiin.

Palembang, 25 September 2022

(Rusmayana)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
RIWAYAT HIDUP	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4 Metode Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penjualan	13
2.1.1 Pengertian Penjualan	13
2.1.2 Jenis - jenis Penjualan	13
2.2 Manajemen Penjualan	14

2.2.1 Pengertian Manajemen Penjualan	14
2.2.2 Fungsi Manajemen Penjualan	17
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	19
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	19
3.2 Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas	21
3.3 Produk - produk yang Ditawarkan	24
BAB IV PEMBAHASAN.....	25
4.1 Strategi Penjualan Produk	25
4.1.1 Sistem Penjualan Produk	27
4.2 Strategi Promosi Penjualan Produk.....	29
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	30
5.1 Kesimpulan	33
5.2 Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Struktur Organisasi PT.Primafood Internasional	21
3.2 Produk PT.Primafood Internasional	24

RIWAYAT HIDUP

Rusmayana , dilahirkan di desa Mangku Negara pada tanggal 11 Oktober 1998 dari Ayah Alm. Sanggoh dan Ibu Rumiya anak ke tiga dari tiga bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2010 SDN 03 Mangku Negara, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2013 di SMPN 03 Mangku Negara, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2016 di SMKN 03 Martapura.

Pada tahun 2019 ia memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 25 September 2022

(Rusmayana)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia menjadi salah satu dampak dari perkembangan era globalisasi saat ini. Gaya hidup masyarakat menjadi dampak pada perubahan struktur pasar konsumen. Perubahan tersebut terjadi berbagai aspek yang ada pada kehidupan. Masyarakat mulai melakukan adaptasi dan mengikuti pola hidup pada negara maju yang dimana mereka lebih menyukai sesuatu yang bersifat instan dan mudah. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan layanan online yang digunakan oleh banyak masyarakat dan dapat memenuhi kebutuhan masing - masing individu.

Seiring berganti zaman kegiatan manusia semakin berkembang, adanya kesamaan derajat antara laki - laki dan perempuan berakibat banyak perempuan yang melakukan kesibukan seperti bekerja diluar rumah, sehingga banyak masyarakat yang memerlukan sesuatu yang bersifat cepat dan mudah hal ini termasuk juga dalam melakukan kegiatan penyajian makanan. Salah satu yang dimunculkan oleh para industri makanan yaitu dengan menghadirkan makanan beku (Frozenfood). Makanan beku dapat menyajikan kecepatan dan kemudahan dalam penyajian makanan bagi konsumen, dengan hanya beberapa menit untuk menghangatkan maka makanan sudah siap untuk dihidangkan. *Frozen food* adalah serangkaian proses pengawetan di dalam produk makanan dengan berbagai langkah.

Dengan mengubah seluruh kandungan air menjadi bentuk, sehingga aktivitas tersebut mampu menghambat pembusukan serta memiliki batas waktu penyimpanan (Indah Sarwuni,2021). Dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, semakin meningkat pula kebutuhan bahan makanan, termasuk bahan makanan yang berasal dari hewan terutama daging. Semakin tinggi perubahan pada masyarakat mengenai bisnis telah berkembang pesat di berbagai belahan dunia.

Penyediaan pangan berupa daging bagi masyarakat dalam jumlah yang mencukupi dengan mutu yang baik dapat meningkatkan pendapatan bagi para pelaku usaha dalam tata ekonomi nasional. Untuk dapat mencapai sasaran tersebut maka peranan ayam sebagai salah satu sumber protein hewani dapat diandalkan karena ayam merupakan salah satu aset nasional yang turut menunjang kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Distribusi adalah suatu proses menyalurkan suatu barang atau hasil produksi yang telah dibuat oleh perusahaan atau produsen kepada konsumen personal atau industri yang mendapatkan barang atau jasa dari perusahaan yang menyalurkan (Basu Swastha, 2010).

Sedangkan menurut Gitosudarmo (2014:309), menyatakan bahwa distribusi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan barang yang dipasarkannya itu kepada konsumen. Oleh karena itu untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen adalah kegiatan distribusi yang sangat penting. Dengan begitu, fungsi distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, guna membantu dan memperlancarkan pemasaran.

Perkembangan teknologi pada masa kini sangat pesat diberbagai bidang, khususnya pada bidang pangan. Kondisi masyarakat sekarang semakin meningkat akan kebutuhan makanan. Hal ini dapat berpengaruh pada persediaan bahan pangan tingkat rumah tangga yang semula menggunakan bahan pangan segar beralih pada produk pangan beku (*frozen food*).

Produk pangan beku (*frozen food*) merupakan olahan makanan instan beku yang tahan lama, produk higienis, harga terjangkau, dan mudah dalam penyajiannya, serta praktis. Berdasarkan ini, perusahaan pengolahan pangan berpacu untuk menghasilkan aneka ragam produk pangan olahan frozen food yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam rumah tangga konsumen (Santoso dkk., 2018). Produk *frozen food* yang banyak berkembang di pasaran pada saat ini adalah olahan berbahan dasar hewani, sebagai contoh adalah daging ayam segar, daging ayam beku, daging ayam parting, telur omega, produk olahan ayam, dan lain sebagainya.

Adapun kebanyakan gaya hidup masyarakat cenderung memilih makanan yang dapat diolah secara praktis dan higienis menyebabkan permintaan terhadap produk makanan frozen food terus meningkat setiap tahunnya. Kenapa ayam diminati masyarakat? Karena, Menjual daging ayam merupakan salah satu usaha ekonomi mikro yang memiliki potensi ekonomi yang cerah, masa depan yang cerah dan menciptakan lapangan kerja untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Disamping itu, karena daging ayam potong sangat dibutuhkan oleh semua lapisan masyarakat.

Data survei yang dilakukan oleh Kementerian Pertanian (2015) mengungkapkan terjadinya perkembangan yang sangat pesat pada konsumsi olahan daging tiap tahunnya 10,28 persen. Sedangkan pada olahan produk pangan beku (*frozen food*) yang berbahan nabati masih belum banyak ditemui, biasanya *frozen food* berbahan dasar nabati yang sering ditemui dipasaran namun masih terbatas keberadaannya adalah nugget dengan bahan dasar sayuran seperti bayam, wortel, dan brokoli.

Faktor kualitas produk yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, produsen harus memiliki produk makanan yang enak, unik, dan menarik dalam segi penampilan. Selain itu pada faktor harga juga menjadi penting. Produk makanan yang enak dengan harga yang sesuai akan mendatangkan banyak peminat. Faktor merek juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembeli. Merek yang memiliki citra yang baik akan mendapatkan kepercayaan yang lebih bagi para konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk, faktor penjualan produk juga berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Terkait dari pernyataan tersebut, PT. Primafood International (Prima Freshmart) adalah anak cabang perusahaan PT Charoen Pokhpand Indonesia yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan berbahan baku ayam.

Dalam usaha penjualannya PT. Primafood International (Prima Freshmart) tidak lepas dari kegiatan pelaksanaan strategi penjualan. Dengan demikian, untuk mengetahui lebih jauh tentang strategi penjualan yang digunakan oleh PT. Primafood International (Prima Freshmart) dalam meningkatkan penjualannya, maka peneliti tertarik untuk melakukan pengamatan dengan judul : “Strategi Penjualan Produk PT. Primafood International Palembang“

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam hal ini peneliti mencoba merumuskan masalah sebagai berikut :

“ Bagaimana Strategi Penjualan Produk PT. Primafood International Palembang “

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi penjualan yang paling tepat dan efisien dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Primafood International Palembang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

- a. Sebagai sarana penerapan ilmu yang di dapat di perkuliahan
- b. Mendapatkan pengetahuan dan pengembangan wawasan dalam melatih mental serta komunikasi untuk berinteraksi langsung di dunia kerja.

2. Bagi Universitas Tridinanti Palembang

- a. Terciptanya hubungan yang baik dan adanya pertukaran informasi antara PT. Primafood International (Prima Freshmart) dengan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti .

- b. Mempersiapkan Mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan di dunia kuliah.
3. Bagi PT.Primafood International (Prima Freshmart)
 - a. Membina hubungan baik dengan lembaga pendidikan atau perguruan tinggi
 - b. Sebagai bahan evaluasi atas kinerja PT. Primafood Internasional (Prima Freshmart)

1.4 Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

PT. Primafood International (Prima Freshmart) Palembang yang beralamat di Jl. Maskarebet raya, Talang Kelapa. Kecamatan Alang - alang Lebar, kota Palembang, Sumatera Selatan 30961.

2. Sumber Data

Sumber Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

1) Data Primer

Merupakan keterangan atau fakta yang diperoleh langsung dari objek pengamatan dan objek penelitian, seperti hasil pengamatan dan wawancara.

2) Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, berupa data - data yang sudah dikumpulkan oleh pihak atau instansi lain dan dari literatur buku - buku yang berkaitan dengan topik pengamatan. Dalam hal ini diambil dari dokumen perusahaan , data - data

tersebut yaitu , gambaran umum perusahaan dan struktur organisasi PT. Primafood International (Prima Freshmart) Palembang.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh, dikumpulkan dengan cara :

a. Observasi

Melakukan pengamatan melalui kegiatan pratek kerja lapangan secara langsung ke instansi bersangkutan serta melihat langsung kegiatan diperusahaan tersebut.

b. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung kepada beberapa karyawan PT. Primafood International (Prima Freshmart) Palembang.

c. Studi Pustaka

Mengumpulkan data dengan cara mencari dan membaca literasi buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sebagai bahan referensi yang relevan.

d. Dokumen Perusahaan

Yaitu dengan melihat dokumen PT. Primafood International (Prima Freshmart) Palembang dan tugas akhir pengamat - pengamat lain yang pernah melakukan pengamatan di PT. Primafood International (Prima Freshmart) Palembang.

4. Teknik Analisa Data

Merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan penelitian.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode data kualitatif. Metode analisis data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata bukan angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Adapun langkah- langkah untuk menganalisis data dalam penulisan ini adalah:

1. Pengumpulan Data

Adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua objektif dan apa adanya sesuai hasil observasi dan wawancara di lapangan yaitu pencatatan data dan berbagai bentuk data yang ada di lapangan.

2. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2010: 338) mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu.

3. Display data (penyajian data)

Menurut Amalies dan Huberman (Sugiyono, 2010:341) yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks dan naratif.

4. Pengambilan Kesimpulan

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sugiyono (2010:345) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.

5. Populasi

Menurut Morissan (2012: 19), Populasi ialah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi bukan hanya jumlah obyek atau subyek, tetapi meliputi seluruh karakteristik dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut.

6. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga. Maka penilisi dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini terbagi menjadi V (lima) bab yang secara ringkas diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang judul penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang teori yang mendasari dengan pembahasan dalam laporan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah. Teori yang dibahas dalam penelitian ini terkait dengan teori pengertian manajemen pembelian dan penjualan, strategi penjualan, faktor - faktor penjualan, proses penjualan, dan kerangka berfikir.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang data penelitian yang terdiri dari sejarah berdirinya PT. Primafood International (Prima Freshmart), Struktur Organisasi, dan macam-macam produk dari PT. Primafood International (Prima Freshmart).

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini dikemukakan pembahasan atau analisis terhadap permasalahan penelitian kualitatif serta dilakkukan penafsiran terhadap hasil-hasil analisis.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai strategi penjualan. Pada bab ini juga memuat tentang saran - saran untuk pihak perusahaan yang bersangkutan serta pihak lain yang berkepentingan dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Grant Christian Perdana, S. (2021). Peningkatan Penjualan Prima Freshmart Ciomas 2 Bogor Melalui Kerjasama dengan Usaha Mikro.
- Ikrimah, Ikrimah, and Timur Dali Purwanto. "Penerapan Business Intelligence Pada Sistem Informasi Monitoring Transaksi Penjualan Daya Beli Konsumen." *Bina Darma Conference on Computer Science (BDCCS)*. Vol. 2. No. 1. 2020.
- Pranoto, Sutanto. "Analisis Strategi Peningkatan Penjualan." *Jurnal Bisnis Strategi* 2.1 (1998): 1-16.
- Prima Freshmart, <https://primafreshmart.com/>. Diunduh pada 28 Mei Waktu 19.30

WIB