



SISTEM INFORMASI SIKLUS PENDAPATAN DAN SISTEM INFORMASI SIKLUS PENGELUARAN PADA FROZEN FOOD

Candra winata
Universitas Terbuka
candrawin888@gmail.com

ABSTRACT

Companies offer their products or services to customers, who then pay for them with cash; this process is known as the revenue cycle, according to Romney and Steinbart (2012:5). The ongoing series of business activities and related information processing activities that make up the revenue cycle include providing goods and services to customers and collecting cash as payment for those sales. The revenue cycle primarily aims to provide the right product at the right time and place at the right price. Each step of the revenue cycle, from receiving an order to processing payment, includes sales, product preparation, billing, and payment processing. This research on frozen food is based on interviews, observations, documentation, and a review of relevant literature. The collected data was analyzed using qualitative descriptive analysis, which requires providing a description of the situation or phenomenon from which the data was obtained. A satisfactory revenue cycle for frozen food was found in this study. The frozen food revenue cycle differs slightly from the author's theory due to the many overlapping functions. However, this cycle remains a very well-functioning system. Based on the data, the frozen food revenue cycle appears to be running smoothly. The implication is that the best way for companies to avoid this is to hire intelligent people.

Keywords: Information Systems, Revenue Cycle, Information Systems, Expenditure Cycle, Business Activities.

ABSTRAK

Perusahaan menawarkan produk atau layanannya kepada pelanggan, yang kemudian membayarnya dengan uang tunai; proses ini dikenal sebagai siklus pendapatan, menurut Romney dan Steinbart (2012:5). Rangkaian aktivitas bisnis dan aktivitas pemrosesan informasi terkait yang berkelanjutan yang membentuk siklus pendapatan meliputi penyediaan barang dan layanan kepada klien dan penagihan uang tunai sebagai pembayaran atas penjualan tersebut. Siklus pendapatan terutama bertujuan untuk menyediakan produk yang tepat pada waktu dan tempat yang tepat dengan harga yang tepat. Setiap langkah siklus pendapatan mulai dari menerima pesanan hingga memproses pembayaran meliputi penjualan, persiapan produk, penagihan, dan pemrosesan pembayaran. Penelitian tentang makanan beku ini didasarkan pada wawancara, observasi, dokumentasi, dan tinjauan pustaka yang relevan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yang memerlukan penyediaan deskripsi situasi atau fenomena yang menjadi dasar data tersebut diperoleh. Siklus pendapatan yang memuaskan untuk makanan beku ditemukan dalam penelitian ini. Siklus pendapatan Makanan Beku sedikit berbeda dari teori penulis karena banyaknya fungsi yang tumpang tindih. Namun, siklus ini tetap merupakan sistem yang sangat baik. Berdasarkan data, tampaknya Siklus Pendapatan Makanan Beku berjalan lancar. Implikasinya Cara terbaik bagi perusahaan untuk menghindari hal ini adalah merekrut orang-orang cerdas.

Kata Kunci: Sistem Informasi, Siklus Pendapatan, Sistem Informasi, Siklus Pengeluaran, Aktivitas Bisnis.

PENDAHULUAN

Motivasi utama di balik pembentukan suatu perusahaan tentu saja adalah untuk memaksimalkan keuntungan. Pencapaian tujuan yang ditetapkan akan bergantung pada seberapa baik bisnis tersebut berjalan. Itulah mengapa penting untuk memiliki sistem informasi akuntansi yang andal. Keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan bergantung pada sistem informasi akutansinya. Untuk mengubah data mentah menjadi informasi yang



berguna, sistem informasi akuntansi ini mengoordinasikan berbagai sumber daya, termasuk manusia dan mesin. Apa yang dilakukan sistem informasi akuntansi ini dalam hal pemrosesan dan transformasi bergantung pada cara kerjanya.

Sistem informasi menerima data melalui transaksi. Setelah itu, data tersebut melewati sejumlah langkah pemrosesan sebelum sampai ke orang-orang yang benar-benar membutuhkannya. Tujuan dari sistem data ini adalah untuk memahami data mentah dan mengubahnya menjadi informasi yang dapat dimanfaatkan oleh para pengambil keputusan.

Sistem informasi akuntansi yang dapat dipercaya dan akurat sangat penting bagi pengguna. Untuk memenuhi tugas pengambilan keputusan mereka, manajemen dapat memperoleh manfaat dari sistem informasi akuntansi. Produksi, penggajian, keuangan, pengeluaran, dan pendapatan adalah lima siklus yang membentuk sistem informasi akuntansi, menurut Romney dan Steinbart (2016:13). Studi ini hanya berfokus pada siklus pendapatan. Penjualan dan pembelian produk dan layanan oleh pihak ketiga untuk tujuan menghasilkan pendapatan dikenal sebagai siklus pendapatan.

Siklus pendapatan sangat penting karena di sinilah sebagian besar uang perusahaan dihasilkan dan di sinilah sebagian besar tindakan terjadi. Dengan demikian, siklus pendapatan dapat didefinisikan sebagai urutan tindakan yang diambil oleh suatu bisnis dari titik penjualan suatu produk atau layanan hingga titik pembayaran moneter yang sebenarnya. Yang menyertai kejadian ini adalah operasi yang melibatkan pemrosesan data. Otorisasi kredit adalah langkah pertama dalam bagian penjualan dari proses pendapatan, yang juga mencakup pembelian barang, penerimaan barang, penagihan, dan terakhir, penerimaan uang tunai.

Tujuan Penulisan

1. Untuk memahami apa itu siklus pendapatan dan siklus pengeluaran sebelum
2. Mengenali apa yang terjadi selama siklus pendapatan dan siklus pengeluaran.
3. Untuk mendapatkan wawasan tentang strategi pemasaran yang efektif bagi Agen frozen Food. untuk mencapai keseimbangan pasar dan meningkatkan pendapatan.

METODE

Dengan menggunakan metodologi kualitatif, penelitian ini menggali lebih jauh berbagai aspek strategi pemasaran Agen Frozen Food. yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Kuantifikasi, perhitungan statistik, dan metode numerik lainnya tidak digunakan untuk memperoleh data dan hasil dalam pendekatan kualitatif. Untuk studi kualitatif, pemahaman menyeluruh terhadap pokok bahasan sangat penting (Rukajat, 2018).

Peneliti dalam penelitian ini memilih pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang berupaya memahami suatu situasi dengan memberikan deskripsi terperinci dan mendalam tentang lingkungan alam (Fadli, 2021). Data untuk studi kasus ini berasal dari wawancara daring yang ekstensif dengan para pemilik Frozen Food Agent. Data dikumpulkan melalui wawancara, telaah pustaka, dan observasi partisipan. Akun media sosial dan e-commerce Frozen Food Agent diamati, dan peneliti menggunakan studi pustaka untuk mengumpulkan data pendukung tentang strategi pemasaran. Untuk memastikan bahwa data dalam penelitian ini valid, peneliti juga memanfaatkan triangulasi sumber data. Sumber-sumber ini meliputi data tertulis dari studi pustaka, observasi, dan wawancara.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Siklus Pendapatan

Menyediakan barang dan jasa kepada pelanggan dan kemudian menagih pembayaran untuk barang dan jasa tersebut adalah apa yang dimaksud Romney dan Steinbart (2005) ketika mereka berbicara tentang siklus pendapatan. Beberapa operasi bisnis dan tugas pemrosesan informasi terkait mendefinisikan siklus ini. Menyediakan jasa atau barang kepada pelanggan dan kemudian menerima pembayaran untuk jasa atau barang tersebut dikenal sebagai siklus pendapatan (Bodnar dan Hopwood, 2003).

Tujuan Siklus Pendapatan

Mencapai pengiriman produk yang optimal dalam hal waktu, lokasi, dan harga merupakan prinsip dasar yang mendasari Siklus Pendapatan. Tujuan tepatnya adalah sebagai berikut:

Kondisi berikut harus dipenuhi agar transaksi dianggap sah:

- Transaksi harus diotorisasi oleh pihak yang berwenang
- Transaksi harus dicatat secara akurat
- Transaksi tidak boleh hilang atau dicuri
- Transaksi harus dilaksanakan secara efisien dan efektif oleh perusahaan

Menurut Winarno (1994), mengubah penjualan suatu produk atau jasa menjadi uang tunai merupakan tujuan utama dari siklus pendapatan. Berikut ini adalah rincian tujuan tersebut:

1. Pastikan pembeli memiliki cukup uang untuk membayar kembali pinjaman.
2. Pada tanggal yang disepakati, kirimkan produk atau berikan layanan kepada pelanggan.
3. Kumpulkan hasil penjualan secara menyeluruh dan tepat waktu.
4. Segera setelah Anda menerima uang tunai, pastikan untuk mencatatnya dan menyortirnya dengan benar.
5. Pastikan bahwa akun pembelian diperbarui dengan benar dengan penjualan dan penerimaan kas.
6. Simpan uang dan barang dengan aman sampai disetorkan atau dikirim.
7. Bersiaplah untuk mengisi banyak dokumen dan menulis banyak laporan tentang penjualan.

Aktifitas Usaha Siklus Pendapatan

Siklus pendapatan mencakup beberapa proses bisnis mendasar, seperti:

- Penerimaan pesanan dari para pelanggan
- Menerima pesanan dari pelanggan
- Memverifikasi tingkat stok
- Menangani pertanyaan pelanggan Pengiriman barang
 - Ambil dan menyiapkan pesanan
 - Kirim pesanan
 - Pembayaran cash
 - Penagihan kas
 - Menangani kiriman uang pelanggan
 - Menyimpannya ke bank

Prosedur Aktifitas Siklus Penerimaan



Penempatan pesanan pelanggan memulai siklus pendapatan. Dalam hal penerimaan pesanan, VP pemasaran seperti tangan kanan departemen penjualan. Menerima pesanan pelanggan, meninjau dan menyetujuinya, memeriksa ketersediaan inventaris, dan menjawab pertanyaan pelanggan adalah tiga tahap yang membentuk entri pesanan penjualan.

- Mengambil pesanan pelanggan

Beberapa saluran tersedia untuk menerima pesanan pelanggan: di dalam toko, melalui obrolan WA pemilik, melalui telepon, daring, dan melalui tenaga penjualan admin. Meminta klien memasukkan data pesanan penjualan mereka sendiri adalah salah satu pendekatan untuk membuat entri pesanan penjualan lebih efisien. Meskipun ini dilakukan secara otomatis untuk penjualan daring, hal ini juga memungkinkan untuk dilakukan di dalam toko dan melalui WA.

- Memeriksa ketersediaan persediaan

Mencari tahu apakah stok cukup untuk menyelesaikan pesanan adalah langkah berikutnya sebelum memberi tahu klien tentang tanggal pengiriman yang diantisipasi. Pesanan penjualan diselesaikan dan kolom kuantitas yang tersedia dalam berkas inventaris dikurangi dengan jumlah barang yang dipesan untuk setiap barang jika ada cukup inventaris untuk memenuhi pesanan. Administrator segera membuat catatan cetak setelah konfirmasi ketersediaan inventaris. Cari tahu ke mana konsumen ingin barang dikirim dan kemudian minta barang dikirim ke sana atau atur pengambilan di toko.

- Menjawab permintaan pelanggan

Layanan klien merupakan faktor yang sangat penting bagi toko untuk menggunakan perangkat lunak khusus. Program Tokos atau aplikasi kasir adalah platform lunak yang membantu manajemen bisnis sisi kanan, termasuk manajemen inventaris, proses pembayaran, pembuatan catatan keuangan, dan pengendalian stok. Toko pemerintah dapat menghemat waktu dan tenaga, mengurangi keseimbangan, efisiensi, akurasi, dan pengelolaan bisnis, sebagai aplikasi ini.

Semua jenis perangkat seluler, mulai dari ponsel pintar hingga tablet, dapat dipasang aplikasi kasir toko. Beberapa aplikasi yang dapat digunakan oleh kasir toko adalah: MokaPOS, iReap POS Lite, Qasir, Kasir Pintar, Mojoo, Square Register, Vend, True POS, Pawoon POS, Aronium, dan Vend.

Ringkasan dari Pengawasan siklus Pendapatan



AKTIVITAS KONTROL	PROSES PENJUALAN	PENERIMAAN KAS
Transaksi penjualan	Penerimaan kas	Daftar Pembayaran
Pemisahan Tugas	Kebijakan retur barang, dipisahkan dari pemrosesan, Pengawasan persediaan dipisahkan dari gudang	Penerimaan kas dipisah dari rekening kas
Catatan Akuntansi	Pesanan Pembelian, jurnal pembelian, buku besar pembantu persediaan, pengawasan persediaan, rekening penjualan (buku besar umum)	Dokumen pembayaran, cek, daftar jurnal pembayaran, penerimaan kas, rekening kas.
Akses	Akses secara fisik ke persediaan; akses ke catatan akuntansi diatas; akses secara fisik ke kas, akses ke catatan akuntansi di atas.	Departemen Departemen pengiriman, buku besar umum
Verifikasi Independen	Departemen pengirim, buku besar besar umum	Penerimaan kas, buku besar umum, rekonsiliasi bank

Ancaman dan Prosedur Pengendalian Siklus Pendapatan



Proses/Aktivitas	Ancaman	Proses pengendalian yang dapat diterapkan
Entri pesanan penjualan	1. Pesanan pelanggan yang tidak akurat	Pemeriksaan entri data
	2. Habisnya persediaan, biaya penggudangan dan pengurangan harga	Sistem pengendalian persediaan
Pengiriman	3. Kesalahan pengiriman ; barang dagang, jumlah barang, dan alamat salah	Rekonsiliasi pesanan dengan kartu pengambilan dan slip pengepakan: pemindai kode garis pengendalian aplikasi entri data
	4. Pencurian persediaan	Batasi akses fisik ke persediaan
Penagihan kas	5. Pencurian kas	Pemisahan tugas, minimalisi penanganan kas, konfirmasi pengesahan dan penyimpanan semua penerimaan.
Masalah-masalah pengendalian umum	6. Kehilangan data	Prosedur cadangan dan pemulihan dari musibah, pengendalian akses (secara fisik dan logis)
	7. Kinerja yang buruk	Persiapan dan tinjauan laporan kinerja

SIKLUS PENGELUARAN

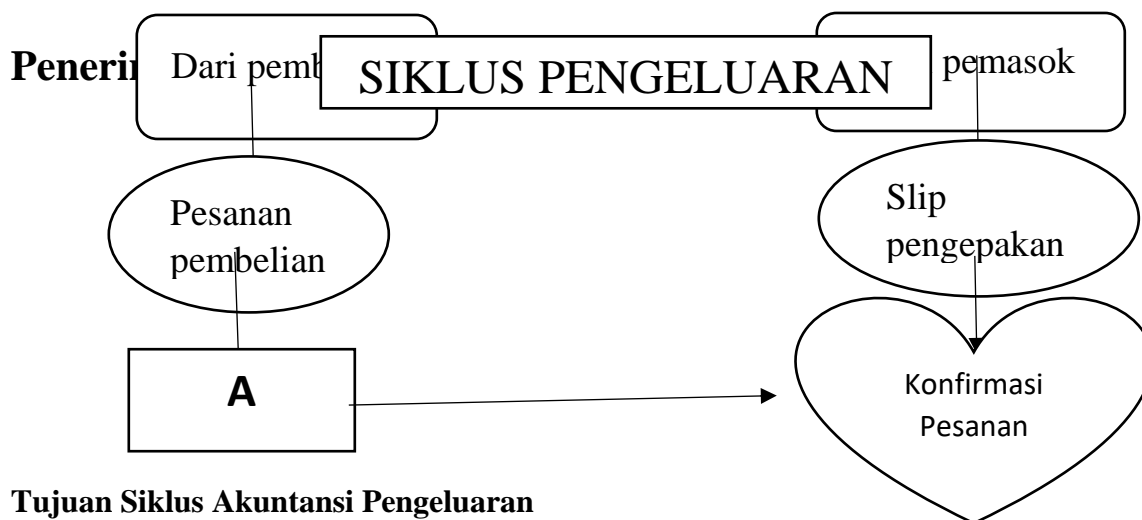
Definisi Siklus Pengeluaran

Siklus pengeluaran, juga dikenal sebagai siklus pengeluaran, adalah urutan peristiwa yang terjadi dalam proses pembelian dan pembayaran suatu perusahaan.

Membeli persediaan dan layanan, serta bahan baku, semuanya merupakan bagian dari siklus pengeluaran. Tugas-tugas tersebut antara lain: melacak inventaris, menerima kiriman barang, membuat perintah pembelian, dan mendokumentasikan semua pengeluaran tunai.

Marshall B. Roomney menegaskan Ketika sebuah perusahaan membeli dan membayar barang dan jasa, perusahaan tersebut akan melalui serangkaian langkah yang disebut siklus pengeluaran. Langkah-langkah ini melibatkan pemrosesan data. Tujuan utama dari sistem pengeluaran adalah untuk membelanjakan sesedikit mungkin untuk persediaan, perlengkapan, dan jasa penting organisasi.

Beberapa langkah yang melibatkan perolehan input (seperti bahan baku, persediaan, dan barang jadi) membentuk siklus pengeluaran. Tugas-tugas tersebut antara lain: melacak inventaris, menerima kiriman barang, membuat pesanan pembelian, dan mendokumentasikan semua pengeluaran tunai.



Tujuan Siklus Akuntansi Pengeluaran

Tujuan utama siklus pengeluaran ini adalah untuk memudahkan pembayaran kebutuhan pokok kepada vendor, dan siklus ini memiliki subtujuan yang membahas:

1. Pastikan pesanan untuk semua barang dan jasa akurat.
2. Pastikan keabsahan dan keakuratan semua barang yang dipesan setelah diterima.
 1. Simpan barang tersebut hingga Anda membutuhkannya.
3. Verifikasi keakuratan dan keabsahan semua faktur layanan dan produk.
4. Catat dan kategorikan pengeluaran secara akurat dan segera setiap saat.
5. Dalam buku besar akun hutang, Anda perlu memastikan bahwa akun vendor yang tepat dicatat untuk kewajiban dan pengeluaran tunai.
6. Pastikan dana tersebut digunakan untuk biaya yang sah.
7. Tulis semua dokumen dan laporan yang akan dibutuhkan manajemen terkait barang dan jasa yang dibeli.

Sepanjang berlangsungnya suatu pengeluaran, sistem informasi akuntansi melayani tiga tujuan utama:

- 1) Mengumpulkan dan menganalisis informasi mengenai berbagai operasi perusahaan
- 2) Mengumpulkan dan mengatur informasi untuk memfasilitasi pengambilan keputusan
- 3) melakukan fungsi kontrol untuk menjamin keakuratan data dan keamanan aset perusahaan.

Aktifitas - Aktifitas Siklus Pengeluaran

Tugas sistem informasi akuntansi adalah membantu perusahaan menjalankan bisnisnya dengan memproses data transaksi secara akurat dan mudah. Siklus pengeluaran terdiri dari aktivitas bisnis dasar seperti:



Dalam siklus pengeluaran terdapat lima aktivitas utama, yaitu: Permintaan pembelian produk dan jasa merupakan salah satu bentuk pengeluaran.

1. Melakukan pemesanan barang dan jasa untuk dibeli
2. Mengakui penerimaan barang dan jasa tersebut
3. Memverifikasi faktur dari vendor
4. Melakukan pembayaran untuk membeli barang dan jasa tersebut

Ancaman dan Prosedur Pengendalian Siklus Pengeluaran

Bentuk ancaman dan pengendalian siklus pengeluaran adalah sebagai berikut:

Proses/aktivitas	Ancaman	Prosedur pengendalian yang dapat diterapkan
Pesan barang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencegah kehabisan atau kelebihan persediaan 2. Meminta barang yang tidak diinginkan 3. Membeli dengan harga yang dinaikkan 4. Membeli barang berkualitas rendah 5. Membeli dari distributor yang tidak diotorisasi 6. Komisi (kickback) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem pengendalian yang diterapkan, catatan persediaan perpetual, teknologi kode geratis, perhitungan perediaan secara periodik. • Catatan persediaan perpetual yang akurat, persetujuan permintaan pembelian • Meminta penawaran kompetitif, gunakan Suplayer yang disetujui • Gunakan vendor yang disetujui, persetujuan pesanan pembelian, awasi kinerja vendor, pengendalian anggaran • Persetujuan pesanan pembelian, batasi akses ke file utama suplayer • Kebijakan, mintalah pegawai bagian pembeli untuk mengungkapkan kepentingan finansial dengan suplayer, audit vendor
Terima dan simpan barang	<ol style="list-style-type: none"> 7. Menerima barang yang tidak dipesan 8. Membuat kesalahan dalam perhitungan 9. Mencuri persediaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Meminta bagian penerimaan menverifikasikan keberadaan pesanan pembeli yang valid • Gunakan teknologi kode geratis, dokumentasikan kerja pegawai , insentif untuk penghitungan yang akurat • Pengendalian akses fisik, perhitungan periodikpersedaan dan rekonsiliasi perhitungan fisik dengan catatan,



		dokumentasikan semua kiriman persediaan
Pengendalian umum	10. Kehilangan data 11. Kinerja kurang baik	<ul style="list-style-type: none">• Buat cadangan dan rencana pemulihan dari bencana, pengendalian akses fisik dan logis• Pembuatan dan peninjauan ulang secara periodik laporan kerja yang memadai

STRATEGI PEMASARAN

Produk yang ditawarkan Frozen Food Agent antara lain sosis, nugget, kentang goreng, dan makanan olahan cepat saji lainnya. Perusahaan ini bergerak di bidang industri makanan. Dengan menitikberatkan pada harga yang terjangkau, kelezatan, dan kualitas. Untuk urusan makanan, Frozen Food Agent menyediakan berbagai macam produk. Toko ini tidak hanya menyediakan makanan cepat saji, tetapi juga menyediakan kebutuhan pedagang kaki lima, pedagang seblak, pedagang makanan ringan di luar sekolah dasar, bahan roti, dan masih banyak lagi. Saat pelanggan sedang dalam suasana hati yang buruk, Frozen Food Agent hadir untuk memastikan mereka mendapatkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan memberikan makanan yang mereka inginkan dengan layanan yang ramah.

Produk yang dijual Agen Frozen Food bisa dibilang murah meriah, dengan kisaran harga Rp10.000 hingga Rp75.000. Berbagai kalangan konsumen bisa menikmati nugget dan sosis berkualitas dengan harga tersebut. Agen Frozen Food berhasil menarik perhatian banyak pembeli yang mencari keseimbangan antara harga dan kualitas dengan menawarkan berbagai macam produk dan pakaian dengan harga yang terjangkau. Konsumen bisa dengan mudah mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang lebih murah karena toko ini sering mengadakan diskon dan promosi yang menarik. Dengan harga yang terjangkau, Agen Frozen Food mampu menarik lebih banyak konsumen dan membuat mereka kembali lagi.

Kualitas produk dan harga merupakan dua faktor penentu strategi pertumbuhan penjualan di sektor bisnis. Menawarkan harga yang terjangkau tanpa mengorbankan kualitas sangat memengaruhi daya tarik pelanggan. Produk dengan harga yang wajar lebih mudah diakses oleh konsumen, sedangkan produk berkualitas tinggi membuat mereka senang dan mendapatkan kepercayaan mereka. Penjualan meningkat ketika pelanggan merasa mendapatkan penawaran yang bagus, dan titik manis untuk harga rendah dan kualitas tinggi adalah ketika hal ini terjadi. Oleh karena itu, perusahaan yang dapat menawarkan barang yang terjangkau dan berkualitas tinggi akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk mendapatkan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

Keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, harga, promosi, dan pengalaman mereka secara keseluruhan. Akibatnya, penjualan pun dipengaruhi oleh faktor-faktor ini. Aspek emosional dan psikologis, seperti kepercayaan terhadap merek dan perkiraan nilai produk, sama pentingnya dengan pertimbangan rasional saat melakukan pembelian tersebut. Bisnis perlu mempelajari apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan mereka untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan mereka. Karena pendekatan ini meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan penjualan pelanggan, pendekatan ini merupakan keuntungan bagi laba bersih perusahaan.



Pertumbuhan penjualan dipengaruhi oleh banyak hal, seperti harga, kualitas produk, dan pilihan konsumen, tetapi periklanan juga merupakan faktor utama. Bisnis dapat menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan melalui kekuatan promosi. Agen frozen Food. dapat menggunakan empat P pemasaran, menurut Kotler dan Keller (2012). Keempatnya adalah produk, harga, tempat, dan promosi. Perusahaan dapat mengeksplorasi peluang baru untuk meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan promosi secara maksimal.

1. Produk

Agen frozen Food. mengharuskan karyawannya mengingat bentuk, harga, dan merek produk. Pelanggan sering lupa merek dan akhirnya mengatakan hal-hal seperti, "Saya tidak ingat di mana saya membelinya kemarin, tetapi saya juga membelinya di sini, dan kemarin rasanya enak, tetapi saya tidak ingat mereknya." Menyambut pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka adalah dua tanggung jawab utama staf Agen frozen Food.. Perusahaan dapat meningkatkan reputasi mereka, meningkatkan penjualan, dan menciptakan pelanggan setia dengan mengambil pendekatan yang tepat.

2. Harga

Frozen Food Agents mengiklankan berbagai macam produk dengan rentang harga yang luas, mulai dari Rp10.000 hingga Rp75.000, yang mencakup segala hal mulai dari yang murah hingga premium. Perusahaan dapat menjangkau berbagai jenis konsumen dengan berbagai tingkat minat dan kebutuhan menggunakan strategi ini. Frozen Food Agents melayani pelanggan dengan anggaran terbatas atau yang ingin menghemat uang dengan menyediakan kebutuhan makanan dengan harga murah, sementara pelanggan yang mencari kualitas premium dan pengalaman berbelanja yang unik tertarik pada produk dengan harga yang lebih tinggi. Alhasil, Frozen Food Agents mampu merespons perubahan pasar dengan lebih cepat dan tetap kompetitif dengan strategi harga ini.

3. Tempat

Dua saluran pemasaran utama Frozen Food Agents adalah Direct dan media sosial. Platform media sosial seperti WA Groups memungkinkan bisnis untuk terlibat dengan pelanggan secara personal, memamerkan produk baru, dan meningkatkan eksposur untuk merek mereka melalui berbagai konten yang menarik. Membeli dan menjual langsung di toko dikenal sebagai penjualan langsung. Orang tua juga merupakan bagian dari target demografi kami, bersama dengan remaja yang familier dengan pasar daring. Tidak semua orang tua berbelanja daring; beberapa lebih suka melihat produk secara langsung. Tingkatkan kesadaran dan penjualan produk secara substansial dengan memanfaatkan kedua saluran ini.

4. Promosi

Promosi yang dijalankan oleh Agen frozen Food. memiliki dua tujuan: menarik pelanggan dan membuat produk mereka lebih menarik. Agen frozen Food. secara konsisten menjalankan promosi yang menggiurkan dalam kampanye pemasarannya, termasuk voucher diskon belanja, voucher potongan harga, dan produk gratis dengan pembelian minimum. Strategi ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian impulsif, tetapi juga memberi pelanggan nilai lebih melalui penawaran yang menguntungkan. Agen frozen Food. dapat mengembangkan bisnis mereka, menarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan penjualan dengan rencana pemasaran yang bervariasi dan menarik ini.



Agar dapat memasarkan barang dan jasa secara efektif, perusahaan harus terlebih dahulu menentukan jenis barang dan jasa tersebut. Strategi pemasaran menjabarkan langkah-langkah spesifik yang akan diambil oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Untuk merumuskan strategi, penting untuk mengidentifikasi target pasar dan memiliki pengetahuan mendalam tentang keinginan dan preferensi konsumen. Pengembangan produk baru, peningkatan citra merek, dan strategi penetapan harga yang inovatif merupakan bagian dari proses ini. Konsistensi dengan visi perusahaan dan kondisi pasar yang terus berubah sangat penting untuk strategi pemasaran. Sudah diketahui bahwa Agen frozen Food. telah mencapai beberapa hasil penjualan yang menguntungkan setelah penerapan konsep pemasaran 4P. Memfasilitasi pemahaman pelanggan terhadap produk. Demografi konsumen yang berkontribusi terhadap keberhasilan produk telah dipertimbangkan dalam penetapan harga, yang berkisar dari Rp10.000 hingga Rp75.000. Agen frozen Food. baru-baru ini menetapkan harga yang kompetitif dan terjangkau. Selain itu, banyak orang telah membeli barang setelah melihatnya diiklankan di media sosial dan melalui surat langsung. Penawaran promosi seperti pemberian produk gratis dengan pembelian minimum, voucher diskon belanja, dan voucher potongan harga juga berkontribusi besar dalam mendorong penjualan, meningkatkan brand awareness, dan mengembangkan citra positif terhadap produk-produk Agen frozen Food.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Frozen Food Agent telah melakukan pekerjaan yang hebat dengan memanfaatkan 4P pemasaran: produk, harga, penempatan, dan promosi. Frozen Food Agent telah mencapai kesuksesan besar dalam penjualan melalui taktik seperti penempatan produk melalui media sosial dan langsung, label informatif, dan harga yang mempertimbangkan demografi pelanggan. Penjualan dan pengenalan produk telah meningkat, dan pelanggan telah mengembangkan kesan yang baik terhadap merek tersebut, berkat penawaran promosi seperti voucher diskon belanja, voucher potongan harga, dan produk gratis dengan pembelian minimum.

Saran

Jika Agen Frozen Food. memperhatikan apa yang diinginkan pelanggan, mereka dapat menyempurnakan taktik pemasaran internet mereka. Lebih jauh, mereka dapat berpikir untuk bekerja sama dengan vendor di industri tertentu atau meluncurkan kampanye iklan yang lebih inovatif untuk menarik lebih banyak pelanggan. Agar pelanggan terus datang kembali dan membuat pengalaman berbelanja mereka menyenangkan, Agen Frozen Food. harus menjaga standar kualitas produk dan layanan pelanggan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadli, M, R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif. Humanika kajian Ilmu Mata Kuliah umum 21 (1)*.
- Situmorang, D. M. (2019). the Effect of Taxpayer Awareness and Fiskus Service on Performance of Tax Revenue With Taxpayer Compliance As Intervening Variables. *Management and Sustainable Development Journal*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/10.46229/msdj.v1i1.98>



- Haryanti, S., dkk. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pt. Danar Hadi Surakarta. *JURNAL ILMAH EDUNOMIKA* 3(1).
- Mahliza, I., Husein, A., & Gunaan, T. (2020). Analisis Strategi Pemasaran online. *Jurnal Islam*, 1(3).
- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasara Edisi*. Jakarta : Erlangga.
- Putra, Y.M., . (2018). *Sistem Informasi Siklus Pendapatan dan Sistem Informasi Siklus Pengeluaran. Modul Kuliah Sistem Informasi manajemen. FEB-Universitas Mercu Buana: Jakarta*.
- RUKAJAT, A. (2018). *Pendeatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Deepublish.
- Sampita, W, D. (2021). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Sambal Mbok Bariah di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Sari, S, P. (2020). Strategi meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Science Journal Of Reflection* 3(3).
- Ulfah, F. et all. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online Unuk Meningkatkan Daya saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2).