



RINGKASAN

ELLIA PUTRI FRANSISKA. Peningkatan Loyalitas Konsumen dengan Optimalisasi Member Card pada Prima Freshmart Mayor Oking 2. *Improved Consumer Loyalty with Optimizing Member Card at Prima Freshmart Mayor Oking 2*. Dibimbing oleh WAWAN OKTARIZA.

Cibinong merupakan salah satu wilayah dengan penduduk terbanyak ke dua setelah gunung putri di Kabupaten Bogor, Jawa Barat dengan jumlah penduduk sebanyak 479 jiwa (BPS 2020). Perkembangan populasi akan mempengaruhi pola konsumsi, pola konsumsi setiap individu berbeda-beda, semakin banyaknya jumlah anggota keluarga dan semakin besarnya jumlah pendapatan perkapita akan meningkatkan pola konsumsi individu tersebut.

Prima Freshmart merupakan *specialty store* (toko khusus) menyediakan beragam produk kebutuhan pangan dalam berbagai bentuk. Prima Freshmart Mayor Oking 2 yang berlokasi di Kabupaten Bogor dengan kepadatan penduduk dan lokasi yang strategis, berdasarkan keadaan tersebut dapat membuat salah satu ide pengembangan bisnis dengan mengoptimalkan penggunaan member card guna menjalin hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Pelanggan yang merasa terpuaskan oleh suatu layanan yang diberikan dan kemudahan akses yang diperoleh akan menimbulkan loyalitas pelanggan yang dapat meningkatkan intensitas perbelanjaan pelanggan itu sendiri, sehingga bagi pelanggan menjadi ulasan baik untuk terus berbelanja secara berkala di Prima Freshmart.

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini yaitu merumuskan ide pengembangan bisnis dengan menjalin hubungan antara pelanggan dengan perusahaan, ide ini dilakukan dengan cara memetakan posisi Prima Freshmart Mayor Oking 2 pada setiap blok bangunan *Business Model Canvas*, untuk menjelaskan dan menilai suatu bisnis dapat menghasilkan kinerja dengan baik.

Metode analisis yang digunakan dalam pengembangan ide bisnis yaitu analisis finansial dan non finansial. Metode analisis non finansial yang digunakan berupa *Business Model Canvas (BMC)* dan analisis SWOT. Metode analisis finansial yang digunakan berupa analisis R/C ratio.

Hasil dari pemetaan sembilan blok *Business Model Canvas* didapat strategi dalam membangun loyalitas konsumen yaitu mempertahankan kualitas produk, mempermudah akses pelanggan ke perusahaan, menyediakan diskon untuk pelanggan, dan melakukan bazar agar pelanggan potensial dapat mengenal Prima Freshmart Mayor Oking 2 dan akan melakukan pembelian untuk kebutuhan sehari-hari. Hasil dari analisis finansial peningkatan pendapatan yang didapat dari penjualan toko, penambahan pelanggan baru, dan bazar dengan total pendapatan sebesar Rp 284.076.000.000 per tahun, dengan mengoptimalkan penggunaan uang modal sehingga biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 1.104.357.500. R/C rasio yang diperoleh setelah penerapan pengembangan bisnis ini sebesar 2,29. Nilai R/C rasio > 1 , sehingga strategi yang membangun peningkatan loyalitas konsumen dengan member card pada Prima Freshmart Mayor Oking 2 dapat dikatakan layak untuk diterapkan.

Kata kunci : bazar, *business model canvas*, loyalitas konsumen, member card, prima freshmart.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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.

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