



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	4
2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	4
2.1 Lokasi dan Waktu	4
2.2 Data, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	5
2.3 Metode Kajian	5
2.3.1 Analisis SWOT	5
2.3.2 Aspek Produk	6
2.3.3 Aspek Manajemen dan Organisasi	6
2.3.4 Aspek Sumber daya Manusia	7
2.3.5 Aspek Pemasaran	8
2.3.6 Aspek Kolaborasi	13
2.3.7 Implementasi	13
2.3.8 Hasil Implementasi	13
3 KERAGAAN PERUSAHAAN	14
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	14
3.1.1 Sejarah Prima Freshmart	14
3.1.2 Visi dan Misi Prima Freshmart	14
3.1.3 Logo Prima Freshmart	15
3.2 Organisasi dan Manajemen Perusahaan	15
3.3 Sumber daya Perusahaan	19
3.3.1 Sumber Daya Fisik	19
3.3.2 Sumber Daya Manusia	20
3.3.3 Sumber daya Keuangan	21
3.4 Unit Bisnis	21
3.4.1 Pemesanan (<i>Order</i>)	21
3.4.2 Penerimaan (<i>Receiving</i>)	22
3.4.3 Penataan (<i>Display</i>)	22
3.4.4 Penjualan (<i>Sales</i>)	23
3.4.5 Pengembalian (<i>Return</i>)	23
4 KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	24
4.1 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	24
4.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	24
4.1.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	32
4.1.3 Penentuan Ide Pengembangan Bisnis	40
4.2 Rencana Pengembangan Bisnis	43



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

4.2.1	Perencanaan Jasa dan Produk	43
4.2.2	Perencanaan Manajemen dan Organisasi	43
4.2.3	Perencanaan Sumber Daya Manusia	44
4.2.4	Perencanaan Pemasaran	44
4.2.5	Perencanaan Kolaborasi	47
4.3	Implementasi Pengembangan Bisnis	47
4.3.1	Identifikasi Konsumen dalam Toko	47
4.3.2	Membuat <i>Database</i> Konsumen	50
4.3.3	Melakukan Promosi	50
4.4	Hasil Implementasi Pengembangan Bisnis	52
4.4.1	Peningkatan Loyalitas Konsumen	53
4.4.2	Peningkatan Rata-rata Jumlah Konsumen	53
4.4.3	Peningkatan Jumlah Penjualan	54
5	SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1	Simpulan	56
5.2	Saran	56
	DAFTAR PUSTAKA	57
	LAMPIRAN	60



1	Pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia	1
2	Rata-rata jumlah konsumen perbulan Prima Freshmart Panduraya tahun 201	2
3	Sumber pengumpulan data	5
4	Matriks SWOT	6
5	Tugas dan wewenang <i>Store Leader</i> (SL)	17
6	Tugas dan tanggung jawab <i>Food Advisor</i> (FA)	18
7	Tugas dan tanggung jawab <i>Canvasser</i> (KV)	18
8	Peralatan Prima Freshmart Panduraya	20
9	Jadwal pemesanan secara <i>auto</i>	21
10	Laju inflasi Kota Bogor 2018	26
11	Data jumlah penduduk Kota Bogor tahun 2016 - 2019	26
12	Analisis lingkungan makro Prima Freshmart Panduraya	28
13	Pesaing Prima Freshmart Panduraya	29
14	Jumlah konsumen Prima Freshmart Panduraya	30
15	Rata-rata pembelian konsumen/bulan Prima Freshmart	31
16	Analisis lingkungan mikro Prima Freshmart Panduraya	31
17	Analisis lingkungan internal Prima Freshmart Panduraya	39
18	Jenis produk internal Prima Freshmart Panduraya	43
19	Sebaran konsumen berdasarkan jenis kelamin	48
20	Karakteristik konsumen berdasarkan loyalitas	48
21	Faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian	49

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

22	Faktor yang mempengaruhi konsumen tidak melakukan	50
----	---	----

DAFTAR GAMBAR

1	Proyeksi pengguna internet di Indonesia	3
2	Pengguna aplikasi pesan singkat di Indonesia Januari 2019	3
3	Fungsi-fungsi manajemen	7
4	Logo Prima Freshmart sebelum dan setelah rebranding	15
5	Struktur organisasi pada Prima Freshmart Panduraya	16
6	Lokasi letak toko Prima Freshmart Panduraya	19
7	Alur pemesanan dengan cara alokasi	21
8	Cara cara penerimaan produk	22
9	IPDRB per kapita Kota Bogor tahun 2014-2019	25
10	Pesta <i>ready meal</i>	27
11	Produk <i>private</i> label Prima	33
12	Tok produk yang sering kosong	34
13	Rantai pemasaran Prima Freshmart Panduraya	34
14	Website resmi Prima Freshmart	35
15	Official store Prima Freshmart pada marketplace Tokopedia	36
16	Penjualan luar toko daerah Cimahpar	36
17	Harga pada spanduk yang perlu diperbaharui	37
18	Flow chart rumusan pengembangan bisnis	42
19	Katalog promo bulan maret	45
20	Langkah implementasi pengembangan bisnis	47
21	Profil <i>Whatsapp Business</i> Prima Freshmart Panduraya	51
22	Kegiatan promosi <i>Whatsapp</i>	51
23	Fitur lain yang digunakan untuk promosi	52
24	Peningkatan loyalitas konsumen Prima Freshmart Panduraya	53
25	Grafik rata-rata jumlah konsumen perbulan Prima Freshmart Panduraya bulan Januari-Maret 2019-2020.	54
26	Grafik jumlah penjualan dan target Prima Freshmart Panduraya bulan	55

DAFTAR LAMPIRAN

1	Matriks SWOT	62
2	Sertifikat HAACCP	63
3	Sertifikat Halal dari MUI	64
4	Sertifikat Nomor Kontrol Veteriner	65



5	Sertifikat ISO	66
6	Lokasi toko <i>offline</i> Prima Freshmart Panduraya pada Google Maps	67
7	Kuesioner konsumen dalam toko	68
8	Hasil kuesioner	69
9	Database konsumen Prima Freshmart Panduraya	71
10	Rencana tindakan/ <i>action plan</i> toko bulan Maret 2020	73
11	Rencana tindakan/ <i>action plan</i> toko bulan April 2020	74
12	Jumlah penjualan Prima Freshmart Panduraya bulan Januari-Maret tahun 2019 dan 2020	75

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.