

## RINGKASAN

FAZRI RAMDHANI. Strategi Pasar Retail Membangun Loyalitas Pelanggan Prima Freshmart Doktor Sumeru di Kota Bogor. *Retail Market Strategy In Building Customer Loyalty at Prima Freshmart Doktor Sumeru Bogor City*. Dibimbing oleh WAWAN OKTARIZA.

Prima Freshmart Doktor Sumeru merupakan salah satu retail khusus yang menjual produk kebutuhan konsumsi rumah tangga yaitu produk ayam, telur, bumbu dapur dan produk *frozen food*. Letak toko retail yang dekat dengan pasar yang dituju, mengharuskan para karyawan untuk dapat terus meningkatkan penjualannya sehingga target penjualan yang ditentukan perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan jumlah konsumen dan meningkatnya intensitas konsumen dalam berbelanja. Hal tersebut dapat terjadi, jika suatu rencana maupun strategi dapat diimplementasi dengan baik.

Salah satu alternatif untuk melaksanakan hal tersebut yaitu dengan cara membangun loyalitas pelanggan pada Prima Freshmart. Loyalitas dibangun untuk mempertahankan pelanggan yang sudah pernah berbelanja, sehingga dapat menimbulkan suatu persepsi yang akan membuat intensitas pembelian oleh pelanggan tersebut naik hingga dapat mengajak orang terdekat bergabung dengannya. Membangun loyalitas sama saja dengan membangun kepercayaan pada konsumen. Salah satu bentuk membangun kepercayaan yaitu dengan memberitahukan nilai perusahaan pada pelanggan.

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini yaitu merumuskan ide pengembangan bisnis strategi pasar retail dalam membangun loyalitas pelanggan pada Prima Freshmart Doktor Sumeru, dan menyusun serta mengkaji rencana ide pengembangan bisnis mengenai strategi pasar retail dalam membangun loyalitas pelanggan pada Prima Freshmart Doktor Sumeru di Kota Bogor melalui analisis *Business Model Canvas* dan analisis keuangan parsial.

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini dapat dilakukan dengan mengetahui tentang keadaan umum Prima Freshmart Doktor Sumeru. Prima Freshmart Doktor Sumeru merupakan salah satu bagian sistem distribusi yang dimiliki PT Charoen Pokphand Indonesia *Group* (CPI *Group*) dalam menjual hasil produknya yang dikontrol oleh PT Primafood International sebagai *food division* (CP *Food*) PT Charoen Pokphand Indonesia (CPI *Group*). Kegiatan usaha yang dilakukan di Prima Freshmart Doktor Sumeru berupa kegiatan penjualan produk pada pelanggan dan pengelolaan toko yang merupakan bagian dari budaya perusahaan yaitu *service excellent, inventory management*, kebersihan dan kerapian, tertib administrasi, dan akuisisi konsumen. Keadaan umum perusahaan tersebut dianalisis menggunakan *Business Model Canvas* sehingga dapat diperoleh hasil kajian pengembangan bisnis.

Hasil dari pemetaan sembilan blok *Business Model Canvas* didapat strategi dalam membangun loyalitas pelanggan yaitu mempertahankan kualitas produk, mempermudah akses pelanggan ke perusahaan, menyediakan diskon pada pelanggan, dan melakukan bazar agar pelanggan potensial dapat mengenal Prima Freshmart dan melakukan pembelian. Hasil dari analisis finansial yang menggunakan parsial dari laba rugi didapat peningkatan pendapatan yang didapat dari penjualan toko, penambahan pelanggan baru, dan bazar dengan total

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



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

pendapatan sebesar Rp 2.530.312.519,48 per tahun, dengan mengoptimalkan penggunaan uang modal sehingga biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 1.104.357.500, sehingga didapat laba bersih sesudah pengembangan bisnis ini sebesar Rp 1.425.955.019,48 dengan pajak PPh sebesar 0,5%. Kriteria kelayakan penerapan strategi ini dilihat berdasarkan nilai R/C rasio, R/C rasio penerapan pengembangan bisnis ini sebesar 2,29, yang berarti biaya 1 rupiah yang dikeluarkan perusahaan, dapat memperoleh penerimaan sebesar 2,03. Nilai R/C rasio  $> 1$ , sehingga strategi yang membangun loyalitas pelanggan pada Prima Freshmart Doktor Sumeru dapat dikatakan layak untuk diterapkan.

Kata kunci : *autofill*, bazar, kartu nama, loyalitas pelanggan, Prima Freshmart.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies