

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bogor merupakan salah satu wilayah dengan penduduk terbanyak di Jawa Barat dengan jumlah penduduk sebanyak 6,9 juta jiwa (BPS 2019). Dengan perkembangan penduduk yang begitu pesat dipastikan jumlah penduduk di Kota dan Kabupaten Bogor meningkat.

Tabel 1 Jumlah Penduduk Jawa Barat BPS 2019

No.	Kota/ Kabupaten	Jumlah (jiwa)	No.	Kota/ Kabupaten	Jumlah (jiwa)
1	Bandung	7.904.710	11	Indramayu	1.719.187
2	Bogor	6.937.735	12	Subang	1.579.018
3	Bekasi	6.562.804	13	Majalengka	1.199.300
4	Sukabumi	2.786.975	14	Ciamis	1.188.629
5	Garut	2.606.399	15	Sumedang	1.149.906
6	Cirebon	2.492.490	16	Kuningan	1.074.497
7	Tasikmalaya	2.414.018	17	Purwakarta	953.414
8	Karawang	2.336.009	18	Cimahi	607.811
9	Depok	2.330.333	19	Pangandaran	397.187
10	Cianjur	2.260.620	20	Banjar	182.819

Sumber : BPS 2019.

Peningkatan jumlah penduduk, tidak terlepas juga dengan pendapatan perkapita masyarakat yang mendiami wilayah tersebut. Besar-kecilnya pendapatan perkapita tersebut akan berkaitan dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang diperoleh melalui hasil pajak, retribusi, dan lain-lain. Perihal tersebut diketahui bahwa wilayah Bogor memiliki PAD yang besar yaitu Rp 3,7 triliun (Kementerian Keuangan 2019).

Tabel 2 Pendapatan Asli Daerah (PAD) Jawa Barat Kementerian Keuangan 2019

No.	Kota/ Kabupaten	PAD (Juta)	No.	Kota/ Kabupaten	PAD (Juta)
1	Bekasi	4.102.161	11	Sumedang	432.196
2	Bandung	3.854.957	12	Indramayu	419.892
3	Bogor	3.706.858	13	Garut	416.063
4	Cirebon	1.196.406	14	Subang	380.974
5	Karawang	1.169.569	15	Purwakarta	368.085
6	Depok	1.059.700	16	Cimahi	335.016
7	Sukabumi	927.711	17	Kuningan	267.815
8	Cianjur	569.844	18	Ciamis	234.610
9	Tasikmalaya	528.435	19	Banjar	116.167
10	Majalengka	449.671	20	Pangandaran	111.217

Sumber : Kementerian Keuangan 2019.



Perkembangan populasi dan perubahan pendapatan perkapita 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, begitu juga sebaliknya. Pada kehidupan sehari-hari setiap individu mengonsumsi bermacam-macam barang dan jasa. Secara umum dalam mengonsumsi suatu kebutuhan, orang akan mendahulukan kebutuhan pokok, lalu memenuhi kebutuhan lainnya. Kebutuhan pokok yang dimaksud seperti kebutuhan akan pangan, sandang, dan papan, yang dituntut untuk selalu tersedia setiap harinya.

Prima Freshmart merupakan salah satu tempat untuk dapat memenuhi kebutuhan pokok yaitu pangan yang berfokus pada penjualan telur, ayam, dan *frozen food*. Retail ini sudah tersebar ke berbagai wilayah Jabodetabek, Serang, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Solo, Surabaya, Sidoarjo, Malang, Jember, Probolinggo, Pasuruan, Mojokerto, dan Bali. Salah satu sebaran retail tersebut terletak di wilayah Kota Bogor yaitu di Jalan Doktor Sumeru, Menteng, Kecamatan Bogor Barat.

Prima Freshmart Doktor Sumeru yang berlokasi di Kota Bogor dengan kepadatan penduduk dan jumlah pendapatan asli daerah yang relatif tinggi dari kota/kabupaten di Jawa Barat, saat ini perusahaan memiliki rata-rata 77 orang yang berbelanja setiap harinya dengan rata-rata setiap orang membelanjakan uangnya sebesar Rp 74.025. Perusahaan ini memiliki target penjualan sebesar Rp 200.000.000 per bulan. Saat ini, pendapatan rata-rata per bulan perusahaan sebesar Rp 174.000.000 per bulan. Letak perusahaan yang strategis dan target pendapatan yang belum terpenuhi membuat karyawan pada perusahaan ini perlu menentukan sebuah strategi dalam memanfaatkan peluang keadaan masyarakat kota Bogor dan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan keadaan tersebut Prima Freshmart Doktor Sumeru membuat salah satu ide pengembangan bisnis dengan 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, dan memiliki efek jangka panjang yang dapat meningkatkan penjualan pada Prima Freshmart Doktor Sumeru.

Berdasarkan ide pengembangan bisnis dengan menjalin hubungan antara pelanggan dengan perusahaan, ide ini dilakukan dengan cara memetakan posisi Prima Freshmart Doktor Sumeru pada setiap blok bangunan *Business Model Canvas*, untuk menjelaskan dan menilai suatu bisnis dapat menghasilkan kinerja dengan baik. Perencanaan keuangan juga dilakukan untuk membantu menganalisis pendapatan dan biaya serta kelayakan dalam menjalankan ide pengembangan bisnis ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya sebagai sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan ide bisnis ini yaitu :

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis strategi pasar retail dalam membangun loyalitas pelanggan pada Prima Freshmart Doktor Sumeru.
2. Menyusun dan 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.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies