

RINGKASAN

MUHAMMAD BIAN NOVANDI TIRTA. Perluasan Pasar Prima Freshmart dengan Menggunakan Metode *Online to Offline* (O2O) *Business Model* Pada PT Primafood International. *Market Expansion of Prima Freshmart by Using Online to Offline (O2O) Business Model at PT Primafood International*. Dibimbing oleh LIISA FIRHANI.

Indonesia memiliki banyak perusahaan yang bergerak dibidang perunggasan, baik dari segi pakan, dan pengolahan produk unggas dalam skala besar hingga skala kecil. Salah satu perusahaan besar pada bidang perunggasan di Indonesia salah adalah PT Charoen Pokphand Indonesia perusahaan ini berkontribusi memenuhi kebutuhan pangan terutama protein hewani dan pakan perunggasan dengan skala nasional. Pada tahun 1997 PT Charoen Pokphand Indonesia membuat unit bisnis baru di bidang pengolahan makanan berbahan baku ayam, yang bernama CP Food Indonesia dimana unit bisnis ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Seiring dengan perkembangan teknologi peralatan beserta infrastruktur yang semakin bersifat *mobile*, karena itu teknologi *mobile* semakin banyak diminati oleh banyak orang. Hal ini dapat dijadikan peluang dalam pemanfaatan teknologi seperti *mobile commerce* atau *mobile apps*.

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah perluasan pasar Prima Freshmart dengan menggunakan model bisnis *online to offline* dalam penggunaan *mobile apps* dan mengkaji kelayakan penggunaan *mobile apps* sebagai media untuk perluasan pasar. Mengingat peluang yang dimiliki perusahaan yaitu perkembangan teknologi yang pesat, tersedia target pasar yang potensial, dan meningkatnya daya beli masyarakat dapat dijadikan peluang bagi perusahaan untuk melakukan perluasan pasar. Selain itu kekuatan yang terdapat pada perusahaan diantaranya lokasi usaha yang strategis dan memiliki *brand image* produk yang baik.

Metode yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*). Sedangkan metode untuk mengkaji kelayakan pengembangan bisnis ini berdasarkan aspek finansial dan aspek non finansial. Aspek finansial dilihat berdasarkan analisis laporan laba rugi, analisis R/C *ratio*, dan analisis parsial. Sedangkan aspek non finansial dilihat berdasarkan aspek pemasaran, aspek teknis, serta aspek organisasi dan manajemen.

Perencanaan pengembangan bisnis perluasan pasar Prima Freshmart dengan menggunakan model bisnis *online to offline* berdasarkan aspek non finansial yaitu aspek teknis perusahaan akan melakukan kegiatan operasional yang berbeda dari sebelumnya yaitu menawarkan produk serta memberikan edukasi kepada calon konsumen dalam melakukan pembelian melalui aplikasi. Berdasarkan aspek pasar dan pemasaran target pasar yang dituju merupakan remaja hingga ibu rumah tangga yang memiliki pola hidup praktis. Untuk kegiatan pemasaran dilakukan penambahan kegiatan promosi yaitu *direct marketing* dan *advertising* melalui media sosial atau *website*.



Berdasarkan aspek finansial setelah pengembangan diperoleh keuntungan tambahan sebesar Rp 91 800 000 000 per tahun, sedangkan dari analisis R/C *ratio* diperoleh nilai sebesar 7,06. Berdasarkan analisis tersebut keuntungan dan R/C *ratio* yang diterima perusahaan meningkat dari sebelum dilakukan pengembangan sehingga disarankan kepada perusahaan untuk dijalankan.

Metode yang digunakan dalam proses tahapan pengembangan bisnis adalah metode CPM (*critical path method*). Tahapan pengembangan bisnis meliputi identifikasi masalah, persiapan desain konten, perencanaan pendanaan, persetujuan desain konten, pembuatan konten, pengembangan konten, dan evaluasi. Tahapan pengembangan ini diperkirakan memakan waktu 47 hari kerja.

Kata kunci : kelayakan bisnis, analisis SWOT, *Online to Offline (O2O) Business Model*

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.

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural Univer



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies