

RINGKASAN

SITI MAULIN PERMATA FABIAN. Peningkatan Jumlah Pengunjung (*End User*) menggunakan *Mapping Area* pada Prima Freshmart Pahlawan 2 Kota Bogor. *The Increase of Total Guest (End User) using Mapping Area on Prima Freshmart Pahlawan 2 Bogor City*. Dibimbing oleh WAWAN OKTARIZA.

Laporan pengembangan bisnis yang berjudul Peningkatan Jumlah Pengunjung (*End User*) menggunakan *Mapping Area* pada Prima Freshmart Pahlawan 2 Kota Bogor dilatarbelakangi oleh meningkatnya pertumbuhan bisnis ritel yang ditandai dengan banyaknya gerai ritel yang bermunculan dalam berbagai format, salah satunya *minimarket* yang mempunyai tingkat pertumbuhan paling tinggi diantara sector lainnya (*supermarket, hypermarket*). Sektor *minimarket* menjadi banyak pilihan masyarakat dalam berbelanja kebutuhan. Pertumbuhan ini akan menimbulkan persaingan berupa perebutan pelanggan atau calon pembeli antar gerai ritel. Prima Freshmart Pahlawan 2 sebagai salah satu bidang usaha yang bergerak di industri ritel *minimarket* menghadapi persaingan tersebut khususnya di Kota Bogor. Faktor lain yang melatarbelakangi laporan akhir ini yaitu pengunjung Prima Freshmart Pahlawan 2 Bogor yang berdekuatif, hal ini menjadi salah satu kelemahan bagi toko.

Terdapat empat tujuan dalam pembuatan laporan akhir ini. Tujuan yang pertama yaitu merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan evaluasi *business model canvas*. Tujuan yang kedua yaitu merancang strategi pengenalan toko menggunakan *mapping area* untuk meningkatkan jumlah pengunjung Prima Freshmart Pahlawan 2. Tujuan yang ketiga yaitu menganalisis jumlah peningkatan pengunjung yang didapatkan dari ide pengembangan bisnis. Tujuan yang keempat yaitu menganalisis kelayakan finansial Prima Freshmart Pahlawan 2 sebelum dan sesudah adanya pengembangan.

Laporan kajian pengembang bisnis ini dilakukan berdasarkan praktik kerja lapangan (PKL) selama 12 minggu di Prima Freshmart Pahlawan 2 Kota Bogor. Pengumpulan data diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer dan sekunder. Metode kajian yang digunakan diantaranya yaitu, *business model canvas* (BMC), evaluasi BMC menggunakan SWOT, *mapping area*, dan analisis finansial. *Business Model Canvas* digunakan untuk memetakan kondisi perusahaan ke dalam sembilan blok bangunan sebelum dan sesudah adanya pengembangan. Pemetaan sembilan blok sebelum pengembangan tersebut dievaluasi menggunakan analisis SWOT untuk menghasilkan strategi pengembangan sehingga menghasilkan prototipe BMC baru (setelah pengembangan). *Mapping area* digunakan sebagai alat untuk menggambarkan wilayah cakupan pengembangan yang memiliki potensi penjualan dan membantu pembuatan rute kunjungan. Analisis finansial yang digunakan diantaranya asumsi dasar, laporan laba rugi, dan R/C ratio.

Prima Freshmart Pahlawan 2 merupakan salah satu gerai dari unit bisnis PT. Prima Food Internasional yang bergerak di bidang ritel. Produk yang dijual merupakan produk khusus makanan (ayam segar, telur omega 3, bebek beku, dan makanan beku) sehingga biasa disebut sebagai *specialty store*. Prima Freshmart Pahlawan 2 berlokasi di

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 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 IPI.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.

Jl. Pahlawan No. 70 RT. 002 RW. 007 Kelurahan Empang, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor. Gerai Prima Freshmart Pahlawan 2 didirikan pada tanggal 21 Juli 2017. Karyawan toko yang dimiliki sebanyak 4 orang, yang terdiri dari *Store Leader*, *Food Advisor*, dan *Sales Kanvas*. Prima Freshmart memiliki budaya organisasi yaitu “5 Garis Besar Program Kerja PFM” sebagai landasan kerja atau pedoman untuk melakukan pekerjaan, diantaranya yaitu tertib administrasi, *service excellent*, manajemen persediaan, kebersihan dan kerapian, dan akuisisi konsumen. Struktur organisasi dipimpin oleh Manajer Operasional yang membawahi 47 gerai, dibantu oleh asisten manajer, dan Area Koordinator yang memegang 10 gerai, kemudian karyawan toko. Kegiatan bisnis PFM yaitu pemesanan barang, penerimaan barang, pemajangan barang, penjualan barang, dan pengembalian barang.

Pengembangan bisnis yang dilakukan yaitu membuat jadwal pengenalan toko yang dilakukan oleh *sales kanvas*. Pengenalan toko merupakan strategi promosi untuk mengenalkan toko kepada calon pembeli yang berada diluar toko, sehingga calon pembeli mengetahui *benefit* dari berbelanja di toko Prima Freshmart Pahlawan 2. Ide bisnis ini memanfaatkan waktu yang tersisa dari jadwal kegiatan *sales kanvas*.

Hasil dari pengembangan bisnis ini menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung sebanyak 678 orang per bulan. Penjualan yang didapatkan yaitu sebesar Rp192.416.898 dengan keuntungan bersih meningkat sebesar Rp54.282.760. Kenaikan penjualan tersebut diikuti dengan adanya pengeluaran biaya tambahan yaitu cetak brosur sebesar Rp59.650. Analisis R/C ratio yang dihasilkan sebesar 2.62, setiap pengeluaran biaya sebesar Rp1 akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp2.62.

Rencana pengembangan bisnis ini dikatakan layak karena kebutuhan tenaga kerja dan kebutuhan dana tambahan terpenuhi. Hasil analisis finansial menunjukkan peningkatan penerimaan dan mendapat tambahan keuntungan bersih. Hal yang perlu diperhatikan yaitu konsistensi dalam menjalankan ide bisnis ini untuk mendapatkan hasil yang meningkat.

Kata kunci : *Mapping area*, pengenalan toko, peningkatan jumlah pengunjung.