

RINGKASAN

AAN ANIDAH. Peningkatan *Basket Size* Melalui *Existing Customer* pada Prima Freshmart ETC IPB Kota Bogor. *Increased Basket Size Through Existing Customer at Prima Freshmart ETC IPB Bogor City*. Dibimbing oleh ASTRIANA FEBRISARI.

Prima Freshmart (PFM) merupakan *speciality store* yang menjual ayam, telur, dan *frozen food* (makanan olahan beku) dengan kualitas yang baik yang berasal dari Charoen Pokphand Food Division. Prima Freshmart ETC IPB merupakan salah satu cabang ritel Prima Freshmart yang berlokasi dekat dengan Sekolah Vokasi IPB dan merupakan ritel baru yang tepatnya berlokasi di Jl. Kumbang No.14 Cilibende Kelurahan Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Prima Freshmart sebagai perusahaan yang bergerak pada bisnis ritel, selalu mementingkan nilai penjualan guna mencapai target penjualan.. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap nilai penjualan diantaranya yaitu jumlah *guest* dan nilai *basket size*. *Guest* adalah jumlah pengunjung yang melakukan pembelian pada Prima Freshmart ETC IPB dan nilai *basket size* merupakan nilai pembelian rata-rata konsumen setiap hari pada Prima Freshmart dengan perbandingan antara nilai penjualan dengan jumlah *guest* yang ada. Guna mencapai target penjualan, perlu meningkatkan penjualan yaitu dengan cara meningkatkan *basket size* atau dengan meningkatkan jumlah tamu yang melakukan pembelian. Nilai *basket size* Prima Freshmart ETC IPB mengalami penurunan pada Bulan Januari 2020 jika dibandingkan dengan Bulan Desember 2019. Salah satu faktor penyebab menurunnya nilai *basket size* adalah kurangnya pengelolaan konsumen Prima Freshmart ETC IPB karena fokus pada program akuisisi konsumen.

Metode yang digunakan yaitu *Business Model Canvas* (BMC) yang memetakan perusahaan kedalam sembilan blok. Kemudian dilakukan evaluasi BMC menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis antara faktor internal dan eksternal perusahaan dengan melalui matriks SWOT diperoleh beberapa alternatif. Salah satu alternatif yang diperoleh yaitu dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang Prima Freshmart ETC IPB yaitu meningkatkan *basket size* melalui *existing customer*. Pemilihan *existing customer* dilakukan karena selain melakukan akuisisi terhadap konsumen atau mencari pelanggan baru dan adanya pandemi Covid-19 yang mengurangi kegiatan belanja konsumen. Perusahaan juga perlu melakukan kegiatan *existing customer* agar relasi dengan konsumen dapat terjaga dengan baik.

Pengembangan bisnis pada Prima Freshmart yaitu menekankan pada aktivitas kunci yaitu melakukan *existing customer* agar dapat meningkatkan *basket size*. Asumsi peningkatan *basket size* sebesar 20% dari bulan sebelum melakukan pengembangan bisnis yaitu pada bulan Desember 2019 dan dengan adanya *existing customer* dapat meningkatkan penjualan kanvas sebesar 10%. Maka hasil yang akan didapatkan yaitu kenaikan *basket size* sebesar Rp43.330,00. Penambahan keuntungan yang akan di dapatkan perusahaan yaitu Rp18.849.771,00 serta nilai R/C rasio yang akan dihasilkan yaitu sebesar Rp1,86.

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

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Program peningkatan *basket size* melalui *existing customer* berjalan dengan baik karena dapat meningkatkan *basket size* pada bulan Maret 2020 menjadi Rp34.171,00 dari Bulan Februari 2020 dengan nilai Rp21.707,00. Strategi meningkatkan *basket size* sangat terpengaruh pada besar perubahan jumlah penjualan dan *guest*. Jika penurunan penjualan lebih kecil dari penurunan jumlah *guest* maka *basket size* masih dapat meningkat. Sehingga perlu adanya peningkatan jumlah penjualan perlu sebanding dengan peningkatan *guest*.

Kata kunci : *basket size*, *existing customer*, konsumen, *guest*.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

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.

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies