

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
2 METODE KAJIAN	3
2.1 Lokasi dan Waktu	3
2.2 Data, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	3
2.3 Metode Kajian	4
2.3.1 Business Model Canvas	4
2.3.2 Evaluasi BMC Menggunakan Analisis SWOT	8
2.3.3 <i>Existing Customer</i>	9
2.3.4 Aspek Pasar dan Pemasaran	10
2.3.5 Aspek Organisasi dan Manajemen	12
2.3.6 Aspek Sumber Daya Manusia	13
2.3.7 Aspek Kolaborasi	13
2.3.8 Aspek Finansial	13
3 KERAGAAN PERUSAHAAN	14
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	14
3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen	15
3.3 Aspek Sumber Daya Perusahaan	17
3.3.1 Sumber Daya Fisik	18
3.3.2 Sumber Daya Manusia	19
3.3.3 Sumber Daya Keuangan	20
3.4 Unit Bisnis	20
3.4.1 Pemenuhan Input (<i>Order</i>)	21
3.4.2 Proses Operasi	21
3.4.3 Kegiatan Pemasaran	25
3.4.4 Pengembalian barang	25
4 KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	26
4.1 Potensi Usaha	26
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	26
4.1.2 Jenis dan Jumlah Produk	26
4.1.3 Perminataan dan Penjualan	28
4.1.4 Pesaing usaha	30
4.2 <i>Business Model Canvas</i> Perusahaan	31
4.2.1 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	31
4.2.2 Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	31
4.2.3 Saluran Pemasaran (<i>Channels</i>)	33
4.2.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	33
4.2.5 Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	33
4.2.6 Sumber Daya Kunci (<i>Key Resources</i>)	34
4.2.7 Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	34
4.2.8 Mitra kunci (<i>key partners</i>)	35



4.2.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	36
4.3	Evaluasi BMC Menggunakan Analisis SWOT	37
4.3.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	37
4.3.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	38
4.3.3	Saluran Pemasaran (<i>Channels</i>)	38
4.3.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	39
4.3.5	Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	40
4.3.6	Sumber Daya Kunci (<i>Key Resources</i>)	40
4.3.7	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	41
4.3.8	Mitra Kunci (<i>Key Partners</i>)	42
4.3.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	42
4.4	Penentuan Ide Pengembangan Bisnis	43
4.5	Rencana Pengembangan Bisnis	45
4.5.1	Perencanaan Produk	45
4.5.2	Perencanaan Organisasi dan Manajemen	45
4.5.3	Perencanaan Sumber Daya Manusia	46
4.5.4	Perencanaan Pemasaran	46
4.5.5	Perencanaan Kolaborasi	48
4.6	Program Pengembangan Bisnis	48
4.6.1	<i>Online Existing Customer</i>	49
4.6.1	<i>Offline Existing Customer</i>	51
4.7	BMC Pengembangan	51
4.7.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	51
4.7.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	52
4.7.3	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	52
4.7.4	Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	52
4.7.5	Sumber Daya Kunci (<i>Key Resources</i>)	52
4.7.6	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	52
4.7.7	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	52
4.8	Analisis Finansial	53
4.9	Hasil Program Pengembangan Bisnis	55
4.9.1	Jumlah Tamu (<i>Guest</i>)	55
4.9.2	Nilai Penjualan (<i>Sales</i>)	56
4.9.3	Nilai <i>Basket Size</i>	57
5	SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1	Simpulan	58
5.2	Saran	59
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

1	Tajuk pertumbuhan kumulatif Produk Domestik Bruto (PDB) menurut lapangan usaha di Indonesia (persen)	1
2	Nilai penjualan, jumlah tamu, dan <i>basket size</i> pada cabang Prima Freshmart bulan Desember 2019 – Januari 2020	2
3	Data, sumber data, dan teknik pengumpulan data	4

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.

4	Matriks SWOT	9
5	Sumber daya manusia pada Prima Freshmart ETC IPB	20
6	Jenis dokumen dalam kegiatan <i>picking & receiving</i> beserta fungsinya	22
7	<i>Size</i> ayam pada Prima Freshmart	27
8	Pesaing usaha Prima Freshmart ETC IPB	30
9	Mitra kunci Prima Freshmart ETC IPB	35
10	Biaya tetap sebelum pengembangan bisnis	36
11	Biaya variabel sebelum pengembangan bisnis	37
12	Teknologi dalam kegiatan ritel Prima Freshmart ETC IPB	39
13	Daftar UMK Kota Bogor tahun 2017 – 2020	40
14	Produk yang ditawarkan pada Prima Freshmart	45
15	Biaya variabel setelah pengembangan	53
16	Peningkatan jumlah nilai penjualan	54
17	Laba rugi sebelum dan sesudah pengembangan	54
18	Analisis R/C rasio	54
19	Daftar pelaku usaha setelah melakukan <i>existing customer</i>	55

DAFTAR GAMBAR

1	Model bisnis kanvas	5
2	Perubahan logo Prima Freshmart	15
3	Struktur organisasi Prima Freshmart ETC IPB	15
4	Peralatan penyimpanan produk	18
5	Komputer untuk kegiatan operasional toko	19
6	Kegiatan unit bisnis Prima Freshmart	20
7	<i>Grooming</i> karyawan Prima Freshmart	23
8	<i>Form</i> dan dokumen administrasi Prima Freshmart	24
9	Kegiatan pendataan barang retur	25
10	Contoh produk <i>wet</i> Prima Freshmart	26
11	Contoh produk <i>dry</i> internal Prima Freshmart	27
12	Contoh produk <i>dry</i> eksternal Prima Freshmart	28
13	Contoh produk DTS <i>groceries</i> Prima Freshmart	28
14	Rata-rata penjualan Prima Freshmart ETC IPB Desember 2019 - Januari 2020	29
15	Rata-rata jumlah <i>guest</i> Prima Freshmart ETC IPB Desember 2019-Januari 2020	29
16	Rata-rata pembelian konsumen (<i>basket size</i>) Prima Freshmart ETC IPB Desember 2019-Januari 2020	30
17	Alur ide pengembangan bisnis	44
18	Rumus perhitungan <i>basket size</i>	49
19	Informasi harga terbaru	50
20	Kegiatan <i>online existing customer</i>	51
21	Kegiatan <i>offline existing customer</i>	51
22	Jumlah <i>guest</i> Prima Freshmart ETC IPB Desember 2019 - Maret 2020	56
23	Grafik Penjualan Prima Freshmart ETC IPB Desember 2019 – Maret 2020	57
24	<i>Basket size</i> Prima Freshmart ETC IPB Desember 2019 - Maret 2020	57



DAFTAR LAMPIRAN

1	Sumber daya fisik Prima Freshmart ETC IPB	63
2	Layout bangunan Prima Freshmart ETC IPB	66
3	Bisnis model kanvas perusahaan	65
4	Evaluasi BMC menggunakan analisis SWOT	67
5	Matriks SWOT Prima Freshmart ETC IPB	69
6	BMC setelah pengembangan	71

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

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.