

# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Bisnis ritel atau eceran merupakan kegiatan bisnis yang melibatkan penjualan barang dan penawaran jasa secara langsung kepada konsumen. Ritel tidak hanya menjual produk yang ada di toko, melainkan juga menawarkan jasa pelayanan dan pengantaran (*delivery order*). Bisnis ritel dikelompokkan menjadi *discount stores, specialty stores, department stores, convenience stores, catalog stores, chain stores, supermarket, dan hypermarket*. Bisnis ritel memiliki peran yang cukup penting dalam sistem perekonomian Indonesia yaitu sebagai perantara pemasaran yang menghubungkan antara produsen utama atau grosir besar dengan konsumen. Pertumbuhan ekonomi ritel atau pedagang eceran pada tahun 2017 hingga 2018 berada dalam kondisi stabil, namun pada tahun 2019 mengalami penurunan yang tidak terlalu besar yaitu 0,35%. Peran ritel dalam pertumbuhan ekonomi berdasarkan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Laju pertumbuhan kumulatif Produk Domestik Bruto (PDB) menurut lapangan usaha di Indonesia (persen)

PDB lapangan usaha	2017 (%)	2018 (%)	2019 (%)
A Pertanian, peternakan, perburuan dan jasa pertanian	3,92	3,89	3,6
B Pertambangan dan penggalian	0,66	2,16	1,22
C Industri pengolahan	4,29	4,27	3,80
D Pengadaan listrik dan gas	1,54	5,47	4,04
E Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	4,59	5,56	6,83
F Konstruksi	6,80	6,09	5,76
G Perdagangan besar dan eceran; reparasi mobil dan sepeda motor	4,97	4,97	4,62
H Transportasi dan pergudangan	8,49	7,06	6,40

Sumber : BPS (2019)

*Specialty stores* merupakan salah satu bentuk dari bisnis ritel yang menjual produk khusus dan terbatas. Produk yang ditawarkan dapat berupa produk konvenien dan produk *shopping*. Produk yang lengkap dan fokus lebih diminati oleh konsumen karena kebutuhan konsumen langsung terpenuhi. Prima Freshmart (PFM) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang ritel *specialty stores* dibawah kelola PT Primafood International. Prima Freshmart bergerak pada bisnis subsistem hilir pemasaran dari PT Charoen Pokphand Indonesia yang bergerak pada bidang peternakan. Prima Freshmart menawarkan jenis produk yang fokus pada produk makanan seperti ayam, telur, dan *frozen food*. Selain penjualan produk, Prima Freshmart juga menawarkan jasa pengantaran barang (*delivery order*) yang dapat dinikmati oleh konsumen dengan syarat tertentu. Prima Freshmart dalam aktivitas bisnisnya mengedepankan kualitas pelayanan



dan produk guna meningkatkan loyalitas konsumen sehingga nilai penjualan dan jumlah tamu (*guest*) setiap hari dapat selalu meningkat. Prima Freshmart dalam menjalankan bisnisnya menerapkan jumlah target penjualan setiap bulannya. Penjualan dalam ritel secara umum diperoleh dari perkalian antara jumlah rata-rata pembelian konsumen dalam satu kali transaksi (*basket size*) dengan jumlah tamu (*guest*) yang melakukan pembelian, sehingga untuk mencapai nilai target penjualan perlu dilakukan. Kegiatan yang dapat dilakukan untuk mencapai target penjualan yaitu dengan meningkatkan *basket size* transaksi atau meningkatkan jumlah tamu (*guest*) yang melakukan pembelian.

Prima Freshmart ETC IPB merupakan salah satu cabang ritel Prima Freshmart yang berlokasi dekat dengan Sekolah Vokasi IPB dan merupakan ritel baru. Sebagai ritel yang baru berdiri dan beroperasi, Prima Freshmart ETC IPB perlu mencontoh cabang lainnya yang telah lebih dulu beroperasi. Prima Freshmart ETC IPB sebagai ritel *specialty stores* memiliki target penjualan yang harus dicapai, seperti cabang Prima Freshmart Panduraya yang telah memiliki jumlah penjualan yang baik serta telah mampu mencapai target penjualan toko. Nilai penjualan, jumlah tamu, dan *basket size* pada cabang Prima Freshmart dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Nilai penjualan, jumlah tamu, dan *basket size* pada cabang Prima Freshmart Bulan Desember 2019 - Januari 2020

Cabang Prima Freshmart	Bulan	Nilai penjualan (Rp)	Jumlah tamu (orang)	<i>Basket size</i> (Rp)
Panduraya	November 2019	269.196.382,00	3.174	86.039,00
	Desember 2019	259.231.331,00	3.052	84.152,00
	Januari 2020	256.998.908,00	3.230	79.809,00
ETC IPB	Desember 2019	82.218.572,00	2.277	36.108,00
	Januari 2020	241.964.795,00	4.254	42.831,00

Sumber : Prima Freshmart (2020)

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa kedua ritel mengalami penurunan penjualan setiap bulan. Penurunan penjualan pada cabang Prima Freshmart Panduraya dikarenakan beberapa hal namun tetap mencapai target penjualan setiap bulan dengan melakukan kegiatan meningkatkan rata-rata pembelian konsumen (*basket size*) atau dengan meningkatkan jumlah tamu (*guest*) pada toko. Seperti halnya Prima Freshmart Panduraya, Prima Freshmart ETC IPB juga perlu melakukan kegiatan peningkatan rata-rata pembelian konsumen (*basket size*) atau dengan peningkatan jumlah tamu (*guest*). Upaya mencapai target penjualan pada Prima Freshmart ETC IPB memperhatikan beberapa hal seperti lokasi, konsumen, dan lainnya. Lokasi Prima Freshmart ETC IPB yang berada pada lingkungan Sekolah Vokasi IPB dan sebagian besar konsumen bisnisnya adalah mahasiswa mengakibatkan kendala dalam melakukan kegiatan peningkatan jumlah tamu (*guest*) sehingga strategi yang dapat dilakukan yaitu peningkatan jumlah rata-rata pembelian konsumen (*basket size*). Salah satu metode yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan *existing customer*. *Existing customer* merupakan strategi untuk berusaha memelihara dan mempertahankan hubungan baik dengan konsumen. Menurut *Marketing Metrics*, tingkat keberhasilan penjualan dengan *existing customer* adalah sekitar 60-70%, sedangkan dengan *customer acquisition* hanya 5-20% sehingga *existing customer* dinilai lebih efektif dalam meningkatkan

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

*basket size* untuk meningkatkan nilai penjualan agar dapat mencapai target penjualan.

## 1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, adapun tujuan dari penulisan Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah:

- 1 Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan *business model canvas*.
- 2 Menyusun dan mengimplementasikan kajian pengembangan bisnis peningkatan *basket size* dengan *existing customer* pada Prima Freshmart ETC IPB pada bulan Februari hingga Maret 2020.

## 2 METODE KAJIAN

### 2.1 Lokasi dan Waktu

Laporan kajian pengembangan bisnis ini disusun berdasarkan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan pada salah satu gerai ritel PT Primafood International yaitu Prima Freshmart *Entrepreneurship Teaching Center* (ETC) IPB yang berlokasi di Jl. Kumbang No.14 Cilibende Kelurahan Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dilakukan selama 12 minggu mulai tanggal 13 Januari 2020 sampai dengan tanggal 04 April 2020.

### 2.2 Data, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan kajian pengembangan bisnis ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lengkap. Data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara, pengamatan langsung selama kegiatan praktik kerja lapang berlangsung, serta kegiatan *training*. Wawancara dilakukan dengan pihak dari Prima Freshmart ETC IPB seperti *area coordinator*, pembimbing lapang, dan karyawan. Adapun data sekunder didapatkan dari literatur-literatur yang terkait seperti pihak-pihak terkait, buku teks, internet, dan laporan kajian terkait dengan data yang dibutuhkan. Data, sumber data, dan teknik pengumpulan data pada Prima Freshmart ETC IPB dapat dilihat pada Tabel 3.

