

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
2 METODE KAJIAN	3
2.1 Lokasi dan Waktu PKL	3
2.2 Data, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	3
2.3 Metode Analisis	3
2.3.1 <i>Business Model Canvas</i>	3
2.3.2 Evaluasi BMC menggunakan Analisis SWOT	8
2.3.3 Implementasi dan Hasil Implementasi	9
2.3.4 Aspek Finansial	9
3 KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	10
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	10
3.1.1 Sejarah Prima Freshmart	10
3.1.2 Visi dan Misi Prima Freshmart	11
3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen	12
3.2.1 Struktur Organisasi	12
3.2.2 Budaya Program Kerja	15
3.3 Aspek Sumberdaya Perusahaan	17
3.3.1 Sumberdaya Fisik	17
3.3.2 Sumberdaya Manusia	18
3.3.3 Sumberdaya Keuangan	19
3.4 Kegiatan Lembaga	19
3.4.1 Pemesanan Produk (<i>Order</i>)	20
3.4.2 Penerimaan Produk (<i>Receiving</i>)	20
3.4.3 Penataan Produk (<i>Display</i>)	21
3.4.4 Penjualan Produk (<i>Sales</i>)	21
3.4.5 Pengembalian Barang (<i>Return</i>)	22
4 HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Potensi Usaha	23
4.1.1 Jenis dan Jumlah Produk	23
4.1.2 Permintaan dan Penjualan	25
4.1.3 Pesaing Usaha	26
4.2 Business Model Canvas Perusahaan	26
4.2.1 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	26
4.2.2 Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	27
4.2.3 Saluran (<i>Channels</i>)	28
4.2.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	29
4.2.5 Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	29

4.2.6	Sumberdaya Kunci (<i>Key Resources</i>)	29
4.2.7	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	30
4.2.8	Mitra Kunci (<i>Key Partners</i>)	30
4.2.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	31
4.3	Evaluasi BMC Menggunakan Analisis SWOT	33
4.3.1	Segmentasi Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	33
4.3.2	Proposi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	33
4.3.3	Saluran (<i>Channels</i>)	33
4.3.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	34
4.3.5	Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	34
4.3.6	Sumberdaya Kunci (<i>Key Resources</i>)	35
4.3.8	Mitra Kunci (<i>Key Partners</i>)	36
4.3.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	36
4.4	Penentuan Ide Pengembangan Bisnis	36
4.5	Implementasi Pengembangan Bisnis	37
4.5.1	Perencanaan <i>Personal Selling</i>	37
4.6	BMC Pengembangan	43
4.6.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	43
4.6.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	43
4.6.3	Saluran (<i>Channels</i>)	43
4.6.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	43
4.6.5	Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	44
4.6.5	Sumberdaya Kunci (<i>Key Resources</i>)	44
4.6.6	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	44
4.6.7	Kemitraan Kunci (<i>Key Partnerships</i>)	45
4.6.8	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	45
4.7	Hasil Implementasi Pengembangan Bisnis	46
4.8	Analisis Finansial	47
4.8.1	Laporan Laba Rugi	47
4.8.2	Analisis R/C Ratio	48
5	SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1	Simpulan	49
5.2	Saran	49
	DAFTAR PUSTAKA	51
	LAMPIRAN	52

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

DAFTAR TABEL

1	Penjualan produk olahan dan non olahan bulan November 2020- Februari 2021	1
2	Data, sumber dan teknik pengumpulan data	3
3	Matriks SWOT	9
4	Sarana dan prasarana yang dimiliki Prima Freshmart Taman Cimanggu	18
5	Produk internal yang dijual di Prima Freshmart Taman Cimanggu	19
6	Produk eksternal yang dijual di Prima Freshmart Taman Cimanggu	20
7	Jadwal penerimaan barang ke toko	21
8	Mitra kunci Prima Freshart Taman Cimanggu	31
9	Biaya tetap sebelum penggunaan <i>personal selling</i> dalam penjualan Ready Meal (RP bulan)	32
10	Biaya variabel sebelum penggunaan <i>personal selling</i> dalam penjualan Ready meal (RP bulan)	32
11	Teknologi kegiatan ritel Prima Freshmart Taman Cimanggu	34
12	Data penjualan Ready Meal dari bulan November 2020- Februari 2021	34
13	Daftar UMK Kota Bogor tahun 2016-2021	35
14	Biaya tetap setelah pengembangan bisnis (Maret-April)	45
15	Biaya variabel setelah pengembangan bisnis (Maret-April)	46
16	Analisis laba rugi pengembangan bisnis	48

DAFTAR GAMBAR

1	Elemen <i>business model canvas</i>	8
2	Perubahan logo Prima Freshmart	11
3	Struktur organisasi operasional Prima Freshmart	12
4	Budaya program kerja	15
5	Alur pemesanan dengan cara alokasi	20
6	Proses <i>return</i> Prima Freshmart	22
7	Produk <i>wet</i> Prima Freshmar	23
8	Produk <i>dry</i> internal Prima Freshmart	24
9	Produk <i>dry</i> eksternal Prima Freshmart	24
10	Produk DTS internal Prima Freshmart	24
11	Produk DTS eksternal Prima Freshmart	25
12	Rata-rata pejualan Prima Freshmart Taman Cimanggu	25
13	Rata-rata <i>basket size</i> Prima Freshmart	26
14	Tahapan <i>personal selling</i>	37
15	Kegiatan menyambut konsumen	39
16	Kegiatan presentasi	40
17	Promo-promo Prima Freshmart	40
18	Promo keseluruhan pada POP	41
19	Menanyakan metode pembayaran	42
20	Mengucapkan terima kasih dan mengundang konsumen kembali	42
21	Membawakan barang belanjaan konsumen	43
22	Pencatatan <i>database</i> konsumen	44

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.



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.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

23	Desain brosur	45
24	Kegiatan sebelum dan sesudah implentasi	45
25	Rata-rata penjualan Ready Meal di Prima Freshmart Taman	47

DAFTAR LAMPIRAN

1	BMC perusahaan Prima Freshmart	53
2	Evaluasi BMC menggunakan SWOT	54
3	Matriks SWOT	55
4	Rumusan ide pengembangan bisnis	57
5	BMC pengembangan bisnis	58



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies