

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
II METODE KAJIAN	4
2.1 Lokasi dan Waktu	4
2.2 Data dan Sumber Data	4
2.3 Metode Analisis	5
2.3.1 <i>Business Model Canvas</i>	5
2.3.2 Analisis SWOT	10
2.3.3 Evaluasi BMC menggunakan Analisis SWOT	12
III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	13
3.1 Sejarah Perusahaan	13
3.2 Kegiatan Lembaga	13
3.3 Struktur Organisasi	13
3.4 Sumber Daya Perusahaan	15
3.4.1 Sumber Daya Fisik	15
3.4.2 Sumber Daya Manusia	16
3.4.3 Sumber Daya Keuangan	16
3.5 Unit Bisnis	17
3.5.1 Pemesanan Barang (<i>Order</i>)	17
3.5.2 Penerimaan Barang (<i>Receive</i>)	17
3.5.3 Penataan Barang (<i>Display</i>)	18
3.5.4 Penjualan Barang (<i>Sales</i>)	18
3.5.5 Pengembalian Barang (<i>Retur</i>)	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Potensi Usaha	20
4.1.1 Visi dan Misi	20
4.1.2 Jenis Produk	20
4.1.3 Permintaan dan Penjualan	21
4.1.4 Pesaing	23
4.2 <i>Business Model Canvass</i> Perusahaan	23
4.2.1 Segmen Pelanggan	23
4.2.2 Proposisi Nilai	24
4.2.3 Saluran	25
4.2.4 Hubungan Pelanggan	26
4.2.5 Arus Pendapatan	26
4.2.6 Sumber Daya Kunci	26
4.2.7 Aktivitas Kunci	26
4.2.8 Mitra Kunci	27
4.2.9 Struktur Biaya	28





4.3	Evaluasi BMC Menggunakan Analisis SWOT	29
4.3.1	Segmen Pelanggan	29
4.3.2	Proposisi Nilai	29
4.3.3	Saluran	30
4.3.4	Hubungan Pelanggan	30
4.3.5	Arus Pendapatan	30
4.3.6	Sumberdaya Kunci	30
4.3.7	Aktivitas Kunci	31
4.3.8	Mitra Kunci	31
4.3.9	Struktur Biaya	31
4.4	Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	32
4.5	Implementasi Ide Pengembangan Bisnis	33
4.5.1	<i>Direct Marketing</i>	33
4.5.2	BMC Pengembangan Bisnis	37
4.6	Analisis Finansial	40
4.6.1	Asumsi Dasar	40
4.6.2	Analisis Laporan Laba Rugi	41
4.6.3	Analisis R/C Rasio	42
V	SIMPULAN DAN SARAN	43
5.1	Simpulan	43
5.2	Saran	43
DAFTAR PUSTAKA		44
LAMPIRAN		46



DAFTAR GAMBAR

1	Data rata-rata penjualan harian PFM ETC IPB 2020	2
2	Struktur organisasi Prima Freshmart ETC IPB 2021	14
3	Produk WET Prima Freshmart ETC IPB	21
4	Produk DRY Prima Freshmart ETC IPB	21
5	Produk DTS Prima Freshmart ETC IPB	21
6	Rata-rata jumlah penjualan per hari Prima Freshmart ETC IPB pada bulan Januari dan Februari 2021	22
7	Rata-rata jumlah tamu per hari Prima Freshmart ETC IPB pada bulan Januari dan Februari 2021	22
8	Rata-rata jumlah <i>basket size</i> per hari Prima Freshmart ETC IPB pada bulan Januari dan Februari 2021	23
9	Trade maps PFM ETC IPB	34
10	Pendekatan konsumen	35
11	Penyajian produk	36
12	<i>Mailer</i> /brosur PFM ETC IPB bulan Maret 2021	36
13	Pencatatan database konsumen	37

DAFTAR TABEL

1	Data pertumbuhan omzet ritel modern di Indonesia	1
2	Jadwal praktik kerja lapangan Prima Freshmart	4
3	Teknik pengumpulan data dan sumber data	4
4	Matriks analisis SWOT	11
5	Sumber daya manusia Prima Freshmart ETC IPB	16
6	Jenis Produk Prima Freshmart ETC IPB	20
7	Mitra Prima Freshmart ETC IPB	27
8	Biaya tetap sebelum pengembangan bisnis	28
9	Biaya variabel sebelum pengembangan bisnis	29
10	Produk dan perlengkapan saat <i>direct marketing</i>	33
11	Biaya tetap setelah pengembangan	39
12	Biaya variabel setelah pengembangan	39
13	Peningkatan jumlah penerimaan penjualan	40
14	Laba rugi sebelum dan sesudah pengembangan ide bisnis	41
15	Analisis R/C rasio	42

DAFTAR LAMPIRAN

1	Sembilan blok BMC	47
2	Evaluasi BMC menggunakan analisis SWOT	48
3	Rumusan ide pengembangan bisnis	51
4	Matriks SWOT	52
5	Persiapan produk dan persiapan perlengkapan <i>direct marketing</i>	54
6	Titik <i>mapping area</i> Prima Freshmart ETC IPB	55
7	Jadwal <i>direct marketing</i> dan kanvasing	57
8	Biaya investasi sebelum pengembangan	59
9	Biaya investasi setelah pengembangan	60
10	BMC sebelum pengembangan	61
11	BMC setelah pengembangan	63

