

Manajemen makanan olahan Charoen Pokphand Indonesia berhasil meningkatkan penjualan pada masa pandemi secara signifikan pada bulan maret sampai juni 2020 melalui gerai Prima Freshmart. Berdasarkan laporan keuangan, perseroan mencetak laba bersih per saham Rp. 1,65 triliun turun dari posisi tahun lalu sebesar Rp. 1,72 triliun. Sementara itu, bisnis makanan olahan memberikan kontribusi sebesar 10 persen terhadap total penjualan. Penjualan dari lini bisnis itu justru mengalami peningkatan 19,7% menjadi Rp. 2,84 triliun di tengah periode pandemi Covid-19.

Tabel 1 Data Penjualan Prima Freshmart tahun 2021

No	Bulan	Penjualan Tahun 2021		
		Realisasi		Ramalan (Target)
		Jumlah (Rp.)	Jumlah (Rp.)	%
1	Januari	259.058.900,00	383.290.231,00	67,59
2	Pebruari	229.844.925,00	346.197.628,00	66,39
3	Maret	218.009.497,00	383.290.231,00	56,88
4	April	321.585.433,00	370.926.030,00	86,70
	Total	1.028.498.755,00	1.483.704.120,00	69,32

Sumber: Prima Freshmart Ciomas 2 Bogor (2021)

Tabel 1 menunjukkan, Hasil Penjualan Prima Freshmart Ciomas 2 Bogor periode bulan Januari - April 2021 sebesar Rp. 1.028.498.755 atau 69,32% dari target yang ditentukan yaitu sebesar Rp. 1.483.704.120, berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan Prima Freshmart Ciomas 2 Bogor belum mencapai target yang diharapkan. Oleh karena itu perlu meningkatkan kerjasama dengan usaha mikro untuk pencapaian target penjualan.

Perkembangan bisnis segmen ayam olahan yang setiap tahunnya mengalami peningkatan, seperti telah dijelaskan diatas, dapat berpeluang memberikan kontribusi lebih besar kepada total pendapatan yang diterima PT.Charoen Pokphand. Pelaku usaha mikro seperti: kafe & rumah makan, yang merupakan salah satu pelaku UMKM, dapat berpeluang untuk bekerjasama dengan Prima Freshmart untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang terjangkau bagi usahanya, maupun berperan dalam pemasaran produk-produk Prima Freshmart (reseller) yang sudah terjamin kualitasnya dengan harga yang terjangkau dan mampu bersaing dengan industri mikro lainnya. Kerjasama ini diharapkan dapat memberikan solusi bagi kedua belah pihak. Prima Freshmart mendapatkan peningkatan penjualan, sedangkan para pelaku usaha mikro dapat meningkatkan kualitas usahanya, menjadi lebih kompetitif dan berkualitas.

1.2 Tujuan

Tujuan dari Kajian Pengembangan Bisnis ini berikut adalah :

1. Merumuskan Ide pengembangan bisnis terhadap peluang kerjasama antara Prima Freshmart dengan usaha mikro dalam upaya peningkatan pendapatan
2. Mengkaji kelayakan rencana peningkatan pendapatan Prima Freshmart Ciomas 2 Bogor karena adanya kerjasama dengan usaha mikro