Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan nasional merupakan serangkaian usaha pembangunan berkelanjutan yang meliputi seluruh kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara untuk mewujudkan tujuan pembangunan nasional, salah satu tujuan pembangunan nasional, seperti tercantum dalam Pembukaan UUD 1945, adalah mewujudkan kesejahteraan umum. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. UMKM juga terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional. Banyaknya pekerja yang terserap, pada sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Pemerintah berkewajiban untuk terus mendukung UMKM melalui penguatan sehingga perannya sebagai pilar dalam membangun ekonomi bangsa dapat berjalan gptimal. Pada masa pandemi sebagian besar UMKM mengalami penurunan Benjualan diberbagai sektor, namun beberapa komoditas mengalami peningkatan penjualan seperti industri jamu, makanan beku, sepeda, dan layanan internet. Hal tersebut disebabkan permintaan masyarakat meningkat dibandingkan dengan kebutuhan lainnya.

Kemitraan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan perusahaan-perusahaan besar merupakan suatu hal yang penting bagi peningkatan kelas UMKM. Oleh karena itu, kemitraan kedua pihak tersebut harus terus dikembangkan dengan prinsip saling menguntungkan hingga dapat berdaya saing di pasar global. Kemitraan tersebut diperlukan UMKM untuk tumbuh kompetitif dan turut berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan. Kemitraan UMKM dengan usaha besar ini sangat penting agar UMKM bisa masuk dalam rantai produksi global, meningkatkan peluang UMKM untuk naik kelas, dan meningkatkan kualitas usaha UMKM menjadi lebih kompetitif.

PT Prima Food Internasional salah satu ritel besar yang ada di Indonesia dengan membuka toko disetiap pusat kota dengan nama Prima Freshmart. Sampai saat ini Prima Freshmart sudah memiliki hampir 2000 cabang di Jabodetabek, Bandung, Semarang, Surabaya dan Bali. Prima Freshmart melaksanakan program ETC SV-IPB batch 1 yang diikuti 20 peserta dari berbagai program studi IPB. Program ini adalah hasil kerjasama antara PT.Charoen Phokphand Indonesia (CPIN) dengan Institut Pertanian Bogor. Program ini berlangsung dalam beberapa Regiatan, kegiatan pertama yaitu training teori serta praktik. Untuk teori dilakukan secara online Bersama dengan beberapa narasumber yang professional di bidangnya dan untuk training praktik dilakukan secara langsung di gerai Prima Freshmart Bogor. Setelah kegiatan training berlangsung dilanjutkan dengan magang di toko selama 3 minggu. Kegiatan selanjutnya yang sangat bermanfaat bagi mahasiswa adalah kegiatan bisnis yaitu penjualan produk prima secara online dengan harga reseller. Mahasiswa diberi kesempatan untuk menjadi pelaku usaha mikro sebagai reseller dengan mendapat sejumlah modal untuk memasarkan berbagai produk Prima Freshmart seperti : daging ayam & bebek, produk olahan, makanan beku, sembako, bumbu dapur.

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Penjualan Tahun 2021		
get)		
%		
67,59		
66,39		
56,88		
86,70		
69,32		

Sumbe Prima Freshmart Ciomas 2 Bogor (2021)

Tabel 1 menunjukan, Hasil Penjualan Prima Freshmart Ciomas 2 Bogor periode bulan Januari - April 2021 sebesar Rp. 1.028.498.755 atau 69,32% dari target vang ditentukan vaitu sebesar Rp. 1.483.704.120, berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan balwa 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 usahanya, maupun berperan dalam pemasaran produk-produk Prima bagi 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:

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