

## Executive Summary

Traditional market has been a part of the long-life history of Indonesian. In this market, seller and buyer makes transactions to satisfy both needs. Unfortunately, traditional market in Indonesia has an image as slummy, dirty, and stinky place to buy groceries. On the contrary, this view are very different when people goes into the modern market. AC Nielsen held a research in 2006 and it turned out that traditional market's growth declined 8%, meanwhile, modern retail were growing 31.4%.

Goods' freshness and bargaining interaction among buyer and seller can be truly an advantage of the existence of traditional markets. By looking at the opportunity to develop this business, we are proposing a business plan to act as an alternative solution for buyers who would like to shop in traditional market with better cleanliness, comfort, and security level. Pasar Kampoeng is the brand we are offering to consumer. Moreover, the market is pack in adaptation of local culture applied in building physic and the atmosfer inside.

General strategy applied by PT Pusaka Mulya Ritelindo as the management is differentiation. This strategy is chosen with the hope that the product we are offering will give a fresh brand-new concept to traditional market nowadays.

Marketing Department will hold offensive marketing activities to build brand awareness of Pasar Kampoeng and to pull the attention of merchant and visitor to come and to shop. Market education and promotion with various exciting and attractive events will also held to help raising the visiting level to the market.

The operational of the market is also the important factor to be noticed by management. By that, our operation department is aiming to give a satisfactory service to fulfill both our merchants and visitors needs. This can be done by the

support of an efficient supply chain strategy and modern management that prioritizes performances objective: quality, dependability, flexibility, and cost

Human resources department will have the role to capture qualified and competent candidates to run all the activities in Pasar Kampong and actively involved in building a positive corporate culture. This department will also responsible to arrange an interesting package of compensation to retain employees. Training and development is included in this department's task to give employees a added value and of course to leverage the performance and productivity.

Finance department is aiming to maximize corporate value through policy in investment, financing, and operation. According to the 25-years financial projection, it's expected that this business will gain positive NPV with payback period for 7 years and IRR is bigger than the cost of capital. It can be concluded that this business plan is feasible.

## Ringkasan Eksekutif

Pasar tradisional telah menjadi bagian dari sejarah panjang bangsa Indonesia. Di tempat ini, terjadi transaksi jual beli antara pedagang lokal dengan pembeli. Namun sangat disayangkan bahwa citra yang melekat pada pasar tradisional adalah sebuah tempat berbelanja yang memiliki kesan kumuh, kotor, jorok, becek, berbau, dan luas area pasar yang terbatas. Pemandangan ini sangat berbeda dengan apa yang terdapat pada retail modern. Berdasarkan penelitian AC Nielsen yang dilakukan pada tahun 2006, pertumbuhan jumlah pasar tradisional Indonesia telah merosot sebesar 8% sementara ritel modern mengalami pertumbuhan sebesar 31,4%.

Kesegaran barang dagangan dan adanya interaksi tawar-menawar antara pedagang dan pembeli sesungguhnya dapat menjadi keunggulan bagi pasar tradisional. Melihat masih adanya peluang untuk mengembangkan usaha layanan tersebut, kami mengusulkan sebuah proposal rencana bisnis yang memberikan solusi alternatif bagi pembeli yang ingin berbelanja di pasar tradisional dengan tingkat kebersihan, kenyamanan dan keamanan yang diharapkan. Pasar Kampong menjadi merek yang akan kami tawarkan ke konsumen dan tidak hanya mengedepankan faktor-faktor yang telah disebutkan tadi, pasar ini juga akan dikemas dengan balutan budaya lokal baik dari fisik dan atmosfer berbelanja di dalam pasar ini sendiri.

Strategi umum yang diterapkan oleh PT Pusaka Mulya Ritelindo sebagai pengelola dari Pasar Kampong adalah strategi diferensiasi. Strategi ini dipilih dengan harapan bahwa produk yang ditawarkan kepada konsumen akan mampu memberikan kesegaran pada konsep pasar tradisional yang kini telah ada.

Departemen pemasaran akan melakukan aktivitas pemasaran yang offensif untuk membangun brand awareness terhadap Pasar Kampong dan tentunya menarik para pedagang dan pengunjung pasar untuk berbelanja. Edukasi kepada

masyarakat dan promosi yang dapat dilakukan dengan kegiatan-kegiatan menarik diharapkan akan dapat membantu menaikkan tingkat kunjungan ke Pasar Kampoeng.

Operasional pasar merupakan faktor penting yang diperhatikan oleh pihak manajemen. Oleh karena itu, departemen operasi bertujuan untuk memberikan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan para pedagang dan pengunjung dengan didukung strategi rantai suplai yang efisien dan manajemen pengelolaan yang moderen dengan mengedepankan *performance objectives* yaitu *quality, dependability, flexibility, dan cost*.

Departemen sumber daya manusia akan berperan di dalam menjaring kandidat yang memiliki kompetensi terbaik untuk menjalankan seluruh aktivitas di Pasar Kampoeng dan turut berperan aktif di dalam membangun budaya kerja yang positif. Pemberian kompensasi dengan paket yang menarik juga akan menjadi tugas departemen ini sehingga dapat mempertahankan karyawannya. Pelatihan dan pengembangan skill dari karyawan, serta kegiatan lainnya akan menjadi bagian dari rutinitas departemen ini sehingga akan memberikan nilai tambah dan diharapkan akan mampu meningkatkan kinerja dan produktivitas karyawan.

Kemudian dari departemen keuangan akan berperan untuk memaksimalkan nilai perusahaan melalui kebijakan investasi, kebijakan pendanaan, dan kebijakan operasional. Berdasarkan proyeksi keuangan selama 25 tahun, didapatkan hasil *expected NPV* yang positif dengan *payback periode* selama 7 tahun dan didapatkan pula nilai IRR yang lebih besar dibandingkan dengan *cost of capital*, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan rencana bisnis tersebut layak untuk dijalankan.