



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
II METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	3
2.1 Lokasi dan Waktu PKL	3
2.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	3
2.3 Metode Kajian	3
2.3.1 Analisis Matriks SWOT	4
2.3.2 Analisis IFE dan EFE	5
2.3.3 Aspek Pasar dan Pemasaran	6
2.3.4 Aspek Produksi	8
2.3.5 Aspek Organisasi dan Manajemen	9
2.3.6 Aspek Sumber Daya Manusia	10
2.3.7 Aspek Kolaborasi	10
2.3.8 Aspek Finansial	10
III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	14
3.1 Sejarah	14
3.2 Sumber Daya Perusahaan	14
3.2.1 Sumber Daya Fisik	14
3.2.2 Sumber Daya Manusia	15
3.2.3 Sumber Daya Keuangan	15
3.3 Aspek Organisasi dan Manajemen Perusahaan	16
3.4 Unit Bisnis	17
3.4.1 Pengadaan Input	17
3.4.2 Proses Produksi	18
3.4.3 Mekanisme Pemasaran	20
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	22
4.1 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	22
4.1.1 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	22
4.1.2 Analisis Lingkungan Eksternal	25
4.1.3 Analisis SWOT	29
4.1.4 Analisis Matriks IE	30
4.1.5 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	31
4.2 Rencana Ide Pengembangan Bisnis	32
4.2.1 Perencanaan Produk	32
4.2.2 Perencanaan Pemasaran	33
4.2.3 Perencanaan Produksi	42





4.2.4	Perencanaan Organisasi dan Manajemen	46
4.2.5	Perencanaan Sumber Daya Manusia	47
4.2.6	Perencanaan Kolaborasi	47
4.2.7	Perencanaan Finansial	47
4.3	Tahapan Pengembangan Bisnis	52
V	SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1	Simpulan	55
5.2	Saran	55
	DAFTAR PUSTAKA	56
	LAMPIRAN	57
	RIWAYAT HIDUP	73

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



**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:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## DAFTAR TABEL

1	Kandungan Gizi dan Kalori per 100 g Buah Tomat	1
2	Produksi tomat ceri IKIFarm Bulan Maret 2022	2
3	Jenis dan sumber pengumpulan data	3
4	Matriks SWOT	4
5	Matriks IFE dan EFE	5
6	Peralatan dan perlengkapan IKIFarm	15
7	Jenis benih pada IKIFarm 2022	17
8	Analisis faktor internal pada IKIFarm 2022	22
9	Tingkat inflasi yang menyebabkan kenaikan harga	25
10	Analisis faktor eksternal makro pada IKIFarm 2022	27
11	Lingkungan industri pada IKIFarm 2022	27
12	Data pelanggan pada IKIFarm 2022	28
13	Data pesaing permen tomat	34
14	Analisis permintaan dan penawaran tomat ceri	34
15	Teknologi dan Peralatan Produksi pada IKIFarm 2022	43
16	Bahan baku pembuatan permen tomat ceri pada IKIFarm 2022	43
17	Jadwal produksi permen tomat ceri pada IKIFarm 2022	45
18	Pola produksi permen tomat ceri	46
19	Kapasitas produksi <i>sweet cher</i>	46
20	Kebutuhan modal pendirian unit bisnis permen tomat ceri	48
21	Arus penerimaan permen tomat ceri	49
22	Biaya variabel pendirian unit bisnis permen tomat ceri	49
23	Biaya tetap pendirian unit bisnis tomat ceri	50
24	Laba rugi pendirian unit bisnis permen tomat ceri	50
25	Kriteria investasi permen tomat ceri	51
26	Analisis <i>switching value</i> permen tomat ceri	52
27	Aktifitas pengembangan bisnis pendirian unit bisnis permen tomat ceri	52
28	Hasil PERT/CPM pengembangan bisnis IKIFarm tahun 2022	54

## DAFTAR GAMBAR

1	Matriks IE	6
2	Struktur organisasi pada IKIFarm 2022	16
3	Media tanam <i>rockwool</i> pada IKIFarm 2022	18
4	Proses penyemaian benih pada IKIFarm 2022	19
5	Pindah tanam setelah semai pada IKIFarm 2022	19
6	Panen sayuran dan buah tomat pada IKIFarm 2022	20
7	Skor bobot matriks IE IKIFarm tahun 2022	30
8	Rumusan ide pengembangan bisnis pada IKIFarm	31
9	Perbandingan tomat <i>grade A</i> dan <i>grade B</i>	32
10	Produk permen tomat ceri pada IKIFarm 2022	32
11	Label kemasan tomat ceri pada IKIFarm 2022	33
12	Penggunaan kemasan permen tomat ceri	33



13	Saluran pemasaran permen tomat ceri	36
14	Hasil kuisioner jenis kelamin konsumen	37
15	Hasil kuisioner profesi konsumen	37
16	Hasil kuisioner usia konsumen	38
17	Hasil kuisioner masyarakat mengonsumsi tomat	38
18	Hasil kuisioner jenis tomat ceri yang paling sering dikonsumsi	39
19	Hasil kuisioner cara masyarakat mengonsumsi tomat	39
20	Hasil kuisioner tingkat kesukaan terhadap tomat	39
21	Hasil kuisioner masyarakat yang mengonsumsi tomat ceri	40
22	Hasil kuisioner tempat pembelian tomat ceri	40
23	Hasil kuisioner keutamaan dalam memilih tomat ceri	40
24	Hasil kuisioner responden mengetahui olahan tomat ceri	41
25	Hasil kuisioner responden mengenai ketertarikan masyarakat	41
26	Hasil kuisioner responden mengenai lokasi pembelian permen	41
27	Hasil kuisioner pemilihan kemasan permen tomat ceri	42
28	Alur proses produksi permen tomat ceri	44
29	Struktur organisasi setelah pengembangan bisnis	46
30	<i>Critical path method</i> unit bisnis permen tomat ceri	54

## DAFTAR LAMPIRAN

1	SWOT pada IKIFarm 2022	59
2	Matriks IFE pada IKIFarm 2022	61
3	Matriks EFE pada IKIFarm 2022	62
4	<i>Layout</i> produksi permen tomat ceri “sweet cher” pada IKIFarm 2022	63
5	Rincian biaya investasi pendirian unit bisnis “ <i>sweet cher</i> ”	64
6	Rincian biaya variabel pendirian unit bisnis baru <i>sweet cher</i>	65
7	Rincian biaya laporan laba rugi pendirian unit bisnis baru <i>sweet cher</i>	65
8	Rincian analisis kelayakan arus kas <i>cash flow</i> pendirian unit bisnis baru <i>sweet cher</i>	66
9	Rincian analisis <i>switching value</i> kenaikan harga bahan baku (31,61%)	68
10	Rincian analisis <i>switching value</i> penurunan produksi tomat ceri (8,98%)	70

