



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
II METODE KAJIAN	3
2.1 Lokasi dan Waktu PKL	3
2.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	3
2.3 Metode Analisis	3
2.3.1 <i>Business Model Canvas</i>	3
2.3.2 Analisis SWOT	5
2.3.3 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dengan Analisis SWOT	7
2.3.4 Laporan Laba Rugi	7
2.3.5 Analisis <i>R/C Ratio</i>	8
III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	9
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	9
3.2 Organisasi dan Manajemen	10
3.3 Sumber Daya Perusahaan	11
3.3.1 Sumber Daya Fisik	11
3.3.2 Sumber Daya Manusia	12
3.3.3 Sumber Daya Keuangan	13
3.4 Unit Bisnis	13
3.4.1 Pengadaan Input	13
3.4.2 Produksi dan Penjualan Sayuran	14
3.4.3 Penjualan Pupuk dan Peralatan	14
3.5 Mekanisme Pemasaran	14
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	15
4.1 Visi dan Misi Perusahaan	15
4.2 Analisis <i>Business Model Canvas</i> Perusahaan	15
4.2.1 <i>Customer Segments</i>	15
4.2.2 <i>Value Propositions</i>	16
4.2.3 <i>Channels</i>	16
4.2.4 <i>Customer Relationships</i>	17
4.2.5 <i>Revenue Streams</i>	17
4.2.6 <i>Key Resources</i>	17
4.2.7 <i>Key Activities</i>	18
4.2.8 <i>Key Partnerships</i>	21
4.2.9 <i>Cost Structure</i>	22





4.3	Analisis SWOT	23
4.3.1	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	23
4.3.2	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	23
4.3.3	Peluang ( <i>Opportunity</i> )	24
4.3.4	Ancaman ( <i>Threats</i> )	24
4.4	Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dengan Analisis SWOT	24
4.4.1	<i>Customer Segments</i>	24
4.4.2	<i>Value Propositions</i>	25
4.4.3	<i>Channels</i>	25
4.4.4	<i>Customer Relationships</i>	25
4.4.5	<i>Revenue Streams</i>	25
4.4.6	<i>Key Resources</i>	25
4.4.7	<i>Key Activities</i>	26
4.4.8	<i>Key Partnerships</i>	26
4.4.9	<i>Cost Structure</i>	26
4.5	Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	26
4.6	Penerapan Strategi pada <i>Business Model Canvas</i>	28
4.6.1	<i>Customer Segments</i>	28
4.6.2	<i>Value Propositions</i>	29
4.6.3	<i>Channels</i>	30
4.6.4	<i>Customer Relationships</i>	31
4.6.5	<i>Revenue Stream</i>	31
4.6.6	<i>Key Resources</i>	31
4.6.7	<i>Key Activities</i>	31
4.6.8	<i>Key Partnerships</i>	39
4.6.9	<i>Cost Structure</i>	39
4.7	Perencanaan Finansial	41
4.7.1	Laporan Laba Rugi	41
4.7.2	Analisis R/C Ratio	41
4.8	Tahapan Pengembangan Bisnis	42
V	SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1	Simpulan	45
5.2	Saran	45
	DAFTAR PUSTAKA	46
	LAMPIRAN	47
	REWAYAT HIDUP	57



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## DAFTAR TABEL

1	Data permintaan pakcoy pada Kelompok Tani Cemerlang	1
2	Diagram matriks SWOT	7
3	Daftar bangunan Kelompok Tani Cemerlang	11
4	Daftar mesin dan alat pertanian	12
5	Daftar alat transportasi Kelompok Tani Cemerlang	12
6	Daftar tenaga kerja pada Kelompok Tani Cemerlang	13
7	Biaya investasi pada Kelompok Tani Cemerlang	22
8	Biaya operasional pada Kelompok Tani Cemerlang	22
9	Penerimaan penjualan pakcoy pada Kelompok Tani Cemerlang	31
10	Jadwal pemasaran dengan <i>google business</i> Kelompok Tani Cemerlang	36
11	Biaya tetap pada Kelompok Tani Cemerlang setelah adanya pengembangan bisnis	40
12	Biaya variabel Kelompok Tani Cemerlang setelah adanya pengembangan bisnis	40
13	Laporan laba rugi Kelompok Tani Cemerlang	41
14	Analisis R/C <i>ratio</i> Kelompok Tani Cemerlang	41
15	Tahapan pengembangan bisnis pada Kelompok Tani Cemerlang	42
16	Hasil PERT/CPM pengembangan bisnis	43



## DAFTAR GAMBAR

1	Kanvas sembilan elemen BMC	4
2	Struktur organisasi Kelompok Tani Cemerlang 2022	10
3	Saluran distribusi Kelompok Tani Cemerlang	14
4	Logo Kelompok Tani Cemerlang 2022	15
5	Pembuatan bedengan	18
6	Pemupukan dasar tanah	19
7	Pemasangan plastik sungkupan	19
8	Penyemaian benih	19
9	Penanaman bibit pakcoy	20
10	Pemeliharaan tanaman	20
11	Pemanenan pakcoy	21
12	Proses penanganan pasca panen	21
13	BMC Kelompok Tani Cemerlang sebelum pengembangan bisnis	23
14	Alur rumusan ide pengembangan bisnis	27
15	BMC Kelompok Tani Cemerlang setelah pengembangan	28
16	Kemasan produk pakcoy pada Kelompok Tani Cemerlang (1) pakcoy super, (2) <i>baby</i> pakcoy, (3) pakcoy konsumen akhir	29
17	<i>Google business</i> pada Kelompok Tani Cemerlang	30
18	Proses melengkapi informasi nama dan kategori bisnis	32
19	Proses melengkapi alamat bisnis pada <i>google business</i>	33
20	Proses melengkapi informasi kontak pada <i>google business</i>	33
21	Proses verifikasi pada <i>google business</i>	34



22	Postingan kegiatan perusahaan	34
23	Foto mengenai bisnis	35
24	Informasi produk	35
25	Ulasan pada Kelompok Tani Cemerlang	36
26	<i>Insight</i> awal (kiri) dan <i>insight</i> setelah pengembangan bisnis (kanan)	37
27	Pencarian pada <i>google business</i>	37
28	Tempat pelanggan melihat bisnis	38
29	Tindakan pelanggan pada Kelompok Tani Cemerlang	38
30	Tampilan foto pada Kelompok Tani Cemerlang	39
31	<i>Precedence graph</i> Kelompok Tani Cemerlang	44

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Lokasi Praktik Kerja Lapangan (PKL)	48
2	Aktivitas <i>meeting</i> dengan konsumen baru dari <i>google business</i>	48
3	Analisis SWOT pada Kelompok Tani Cemerlang	49
4	Evaluasi BMC dengan SWOT pada Kelompok Tani Cemerlang	50
5	Biaya investasi Kelompok Tani Cemerlang sebelum pengembangan bisnis	52
6	Biaya investasi Kelompok Tani Cemerlang setelah pengembangan bisnis	54



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.