



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
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 Analisis SWOT	3
2.3.2 Aspek Pasar dan Pemasaran	4
2.3.3 Aspek Produksi	5
2.3.4 Aspek Organisasi dan Manajemen	6
2.3.5 Aspek Sumber Daya Manusia	6
2.3.6 Aspek Kolaborasi	6
2.3.7 Aspek Finansial	6
III KERAGAAN PERUSAHAAN	8
3.1 Sejarah Perusahaan	8
3.2 Aspek Organisasi dan Struktur Perusahaan	9
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 Proses Produksi	14
3.4.3 Pemasaran	14
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	15
4.1 Rumusan Pengembangan Ide Bisnis	15
4.2 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	15
4.2.1 Lingkungan Makro	15
4.2.2 Lingkungan Mikro	18
4.3 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	20
4.4 Analisis SWOT	24
4.5 Penentuan Ide Pengembangan Bisnis	25
4.6 Rencana Pengembangan Bisnis	26
4.6.1 Perencanaan Produk	27
4.6.2 Perencanaan Pemasaran	28
4.6.3 Perencanaan Produksi	35



4.6.4	Perencanaan Organisasi dan Manajemen	38
4.6.5	Perencanaan Sumber Daya Manusia	39
4.6.6	Perencanaan Kolaborasi	40
4.6.7	Perencanaan Finansial	40
4.7	Tahapan Pengembangan Bisnis	42
V	SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1	Simpulan	46
5.2	Saran	46
	DAFTAR PUSTAKA	47
	LAMPIRAN	49
	RIWAYAT HIDUP	65

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:

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	Diagram matriks SWOT	4
2	Tenaga kerja Nabila Farm	12
3	Data inflasi di Indonesia tahun 2018-2021	16
4	Analisis lingkungan makro pada Nabila Farm	18
5	Analisis faktor eksternal mikro pada Nabila Farm	20
6	Analisis faktor internal Nabila Farm	23
7	Kualifikasi tenaga kerja bagian pemasaran dalam pengembangan bisnis pada Nabila Farm Lembang	39
8	Biaya operasional Nabila Farm	41
9	Penerimaan Nabila Farm	41
10	Laporan laba rugi sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	42
11	Analisis R/C <i>ratio</i> sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	42
12	Tahapan pengembangan bisnis pada Nabila Farm	43
13	Hasil PERT CPM pada rencana pengembangan bisnis	45

## DAFTAR GAMBAR

1	Persentase pengguna internet dari total penduduk per Provinsi di Jawa	1
2	<i>Platform</i> media sosial yang banyak digunakan di Indonesia (2022)	1
3	Logo Nabila Farm	9
4	Struktur organisasi Nabila Farm	10
5	Laju pertumbuhan penduduk Indonesia (1961-2020)	16
6	Alur rumusan rencana pengembangan bisnis pada Nabila Farm	26
7	Persentase alasan mengapa seseorang menggunakan internet	26
8	Tampilan halaman Instagram setelah pengembangan bisnis pada Nabila Farm Lembang (2022)	27
9	Tampilan <i>feeds</i> Instagram sebelum dan setelah pengembangan bisnis pada Nabila Farm Lembang	29
10	Fitur <i>Instastory</i> pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	29
11	Sorotan ( <i>highlight</i> ) pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	30
12	<i>Reels</i> pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	30
13	Tampilan fitur siaran langsung ( <i>live</i> ) pada akun Instagram	31
14	Jumlah <i>followers</i> dan <i>following</i> sebelum dan sesudah pengembangan bisnis pada Nabila Farm Lembang	31
15	Tampilan fitur <i>caption</i> pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	32
16	Tampilan fitur <i>direct message</i> pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	32
17	Fitur suka atau <i>like</i> pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	32
18	<i>Section comment</i> pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	33
19	Fitur <i>saved post</i> pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	33
20	Penerapan fitur label foto ( <i>hashtag</i> ) pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	33
21	Fitur <i>geotagging</i> pada akun Instagram Nabila Farm Lembang	34





22	Alur kegiatan peningkatan promosi pemasaran melalui sosial media Instagram Nabila Farm	37
23	Perkembangan <i>traffic</i> akun Instagram pada Nabila Farm	39
24	<i>Precedence graph</i> pengembangan bisnis Nabila Farm (2022)	45

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Matriks SWOT Nabila Farm Lembang	50
2	Aset sumberdaya fisik pada Nabila Farm Lembang	51
3	Tampilan <i>link</i> pada Instagram Nabila Farm Lembang 2022	52
4	Tampilan aplikasi perencanaan edit foto dan video Canva dan VN	52
5	Perencanaan ide desain dan konsep konten pengembangan bisnis	53
6	Konten edukasi pada postingan Instagram Nabila Farm Lembang	53
7	Konten informatif pada postingan Instagram Nabila Farm Lembang	54
8	Konten interaktif pada postingan Instagram Nabila Farm Lembang	54
9	Konten kolaborasi dengan organisasi <i>pre-school @kumbo_bdg</i>	55
10	Biaya investasi	56
11	Biaya tetap sebelum pengembangan bisnis	58
12	Biaya tetap setelah pengembangan bisnis	58
13	Biaya variabel sebelum pengembangan bisnis	59
14	Biaya variabel setelah pengembangan bisnis	60
15	Total penerimaan sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	61
16	Penerimaan sayuran hidroponik sebelum pengembangan bisnis	62
17	Penerimaan sayuran hidroponik setelah pengembangan bisnis	62
18	Penerimaan sayuran konvensional sebelum pengembangan bisnis	62
19	Penerimaan sayuran konvensional setelah pengembangan bisnis	63
20	Penerimaan tanaman buah sebelum pengembangan bisnis	63
21	Penerimaan tanaman buah setelah pengembangan bisnis	63
22	Penerimaan tanaman hias sebelum pengembangan bisnis	64
23	Penerimaan tanaman hias setelah pengembangan bisnis	64