



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
II METODE KAJIAN	4
2.1 Lokasi dan Waktu	4
2.2 Data, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
2.3 Metode Kajian Pengembangan Bisnis	5
2.3.1 Analisis <i>Business Model Canvas</i>	5
2.3.2 Analisis SWOT	11
2.3.3 Analisis Pemasaran	12
2.3.4 Analisis Finansial	13
III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	15
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	15
3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	16
3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen Perusahaan	16
3.3 Aspek Sumber Daya Perusahaan	18
3.3.1 Sumber Daya Fisik	18
3.3.2 Sumber Daya Manusia	19
3.3.3 Sumber Daya Keuangan	20
3.4 Unit Bisnis	20
3.4.1 Pengadaan <i>Input</i>	20
3.4.2 Proses Produksi	20
3.4.3 Pemasaran	24
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	26
4.1 Potensi Usaha	26
4.1.1 Analisis Kekuatan dan Kelemahan	26
4.1.2 Persaingan Usaha	27
4.2 <i>Business Model Canvas</i> Kelompok Tani Bangkit Merbabu	28
4.2.1 <i>Customer Segments</i>	28
4.2.2 <i>Value Propositions</i>	28
4.2.3 <i>Channels</i>	29
4.2.4 <i>Customer Relationships</i>	29
4.2.5 <i>Revenue Streams</i>	30
4.2.6 <i>Key Resources</i>	30
4.2.7 <i>Key Activities</i>	31
4.2.8 <i>Key Partnerships</i>	31
4.2.9 <i>Cost Structure</i>	31
4.3 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dan Analisis SWOT	32
4.4 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	32
4.5 Perencanaan Model Bisnis Berdasarkan <i>Business Model Canvas</i>	33
4.5.1 <i>Customer Segments</i>	34

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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.



4.5.2	<i>Value Propositions</i>	34
4.5.3	<i>Channels</i>	35
4.5.4	<i>Customer Relationships</i>	36
4.5.5	<i>Revenue Streams</i>	36
4.5.6	<i>Key Resources</i>	37
4.5.7	<i>Key Activities</i>	38
4.5.8	<i>Key Partnerships</i>	41
4.5.9	<i>Cost Structure</i>	41
4.6	Perencanaan Finansial	43
4.7	Tahapan Pengembangan Bisnis	44
V	SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1	Simpulan	47
5.2	Saran	47
	DAFTAR PUSTAKA	48
	LAMPIRAN	49
	RIWAYAT HIDUP	59



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

DAFTAR TABEL

1	Permintaan dan penawaran sayur organik Kelompok Tani Bangkit Merbabu Tahun 2021	1
2	Pengguna aktif media sosial di Indonesia tahun 2018-2022	2
3	Data dan sumber data	4
4	Analisis SWOT melalui elemen <i>Business Model Canvas</i>	11
5	Matriks SWOT	12
6	Bangunan Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	18
7	Peralatan pada Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	19
8	Sumber pengadaan <i>input</i> Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	20
9	Daftar harga sayur organik Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	25
10	Daftar perusahaan pesaing Kelompok Tani Bangkit Merbabu	28
11	Penerimaan Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang sebelum pengembangan bisnis per tahun	30
12	Biaya tetap sebelum pengembangan bisnis Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	31
13	Biaya variabel sebelum pengembangan bisnis Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	32
14	Penerimaan sesudah pengembangan Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	37
15	Penerimaan sebelum dan sesudah pengembangan Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	37
16	Jadwal kegiatan pemasaran media sosial <i>instagram</i> Kelompok Tani Bangkit Merbabu	40
17	<i>Cost structure</i> Kelompok Tani Bangkit Merbabu sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	41
18	Biaya tetap sesudah pengembangan bisnis Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	42
19	Biaya variabel sesudah pengembangan bisnis Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	42
20	Proyeksi laba rugi dan analisis R/C <i>ratio</i> sebelum dan sesudah pengembangan bisnis pada Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	43
21	Rencana aktivitas pengembangan bisnis pada Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	44
22	Solusi PERT/CPM pengembangan bisnis pada Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	44

DAFTAR GAMBAR

1	Peta lokasi Kelompok Tani Bangkit Merbabu	4
2	Sembilan elemen <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	5
3	Logo Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	16



4	Struktur organisasi Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	17
5	Penyemaian pada <i>tray</i> semai	21
6	Persiapan dan pengolahan lahan	21
7	Pemberian pupuk organik	22
8	Penanaman <i>romaine</i> dengan mulsa	22
9	Penggunaan pestisida nabati	23
10	Kegiatan pascapanen	23
11	Alur rumusan kajian pengembangan ide bisnis pada Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	33
12	Ampilan <i>link</i> pada akun <i>instagram</i> Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	35
13	Akun <i>instagram</i> Kelompok Tani Bangkit Merbabu Kabupaten Semarang	36
14	<i>Caption</i> pada akun <i>instagram</i> Kelompok Tani Bangkit Merbabu	39
15	Konten pada <i>instagram</i> Kelompok Tani Bangkit Merbabu	40
16	<i>Precedence graph</i> pengembangan bisnis Kelompok Tani Bangkit Merbabu	45

DAFTAR LAMPIRAN



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

1	Biaya investasi sebelum pengembangan bisnis	50
2	Biaya investasi sesudah pengembangan bisnis	51
3	<i>Business Model Canvas</i> sebelum pengembangan bisnis	52
4	Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dengan SWOT	53
5	Matriks SWOT	54
6	<i>Business Model Canvas</i> sesudah pengembangan bisnis	55
7	Contoh produk sayuran organik Kelompok Tani Bangkit Merbabu	56
8	Kuesioner penggunaan media sosial terhadap minat pembelian sayur organik secara <i>online</i>	57

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.