



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
II METODE KAJIAN	4
2.1 Lokasi dan Waktu	4
2.2 Metode Pengumpulan Data	4
2.3 Metode Analisis	4
2.3.1 Analisis SWOT	5
2.3.2 Analisis <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	6
2.3.3 Analisis Finansial	8
III KERAGAAN PERUSAHAAN	10
3.1 Sejarah Perusahaan	10
3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen Perusahaan	10
3.3 Aspek Sumber Daya Perusahaan	12
3.3.1 Sumber Daya Fisik	12
3.3.2 Sumber Daya Manusia	13
3.3.3 Sumber Daya Keuangan	14
3.4 Unit Bisnis	14
3.4.1 Pengadaan Input	14
3.4.2 Proses Produksi	16
3.4.3 Mekanisme Pemasaran	17
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	18
4.1 Visi dan Misi Perusahaan	18
4.2 Analisis Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan	18
4.3.1 Aspek Keuangan	18
4.3.2 Aspek Produksi	18
4.3.3 Aspek Sumber Daya Manusia	19
4.3.4 Aspek Pemasaran	19
4.3.5 Aspek Kolaborasi	19
4.3 <i>Business Model Canvas</i> Sebelum Pengembangan Bisnis	19
4.3.1 <i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)	19
4.3.2 <i>Value Proposition</i> (Proporsi Nilai)	19
4.3.3 <i>Channels</i> (Saluran)	20
4.3.4 <i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan)	20
4.3.5 <i>Revenue Stream</i> (Aliran Pendapatan)	20
4.3.6 <i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama)	21
4.3.7 <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	21
4.3.8 <i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)	21
4.3.9 <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	22
4.4 Penentuan Ide Pengembangan Bisnis	24
4.5 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	24
4.6 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dan Analisis SWOT	25





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	43
5.2	Saran	43
DAFTAR PUSTAKA		44
LAMPIRAN		45
RIWAYAT HIDUP		53

4.6.1	<i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)	26
4.6.2	<i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai)	26
4.6.3	<i>Channels</i> (Saluran)	26
4.6.4	<i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan)	26
4.6.5	<i>Revenue Stream</i> (Sumber Pendapatan)	27
4.6.6	<i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama)	27
4.6.7	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	27
4.6.8	<i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)	27
4.6.9	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	28
4.7	Penerapan <i>Business Model Canvas</i> Setelah Pengembangan Bisnis	28
4.7.1	<i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)	29
4.7.2	<i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai)	29
4.7.3	<i>Channels</i> (Saluran)	30
4.7.4	<i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan)	30
4.7.5	<i>Revenue Streams</i> (Aliran Pendapatan)	31
4.7.6	<i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama)	31
4.7.7	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	31
4.7.8	<i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)	31
4.7.9	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	35

4.8 Tahapan Pengembangan Bisnis



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

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



DAFTAR TABEL

1	Data produksi baglog dan jamur tiram di PT Halwafarm Sinergi Indonesia 2021	2
2	Indonesia 2021	3
3	Media sosial paling populer di Indonesia tahun 2022	4
4	Sumber data pengembangan bisnis	5
5	Matriks SWOT	13
6	Karyawan PT Halwafarm Sinergi Indonesia	14
7	Unit bisnis PT Halwafarm Sinergi Indonesia	20
8	Pendapatan PT Halwafarm Sinergi Indonesia sebelum pengembangan bisnis	22
9	Biaya tetap PT Halwafarm Sinergi Indonesia sebelum pengembangan bisnis	23
10	Biaya variabel PT Halwafarm Sinergi Indonesia sebelum pengembangan bisnis	31
11	Pendapatan PT Halwafarm Sinergi Indonesia setelah pengembangan bisnis	35
12	Jadwal kegiatan PT Halwafarm Sinergi Indonesia	36
13	Biaya tetap PT Halwafarm Sinergi Indonesia setelah pengembangan bisnis	36
14	Biaya variabel PT Halwafarm Sinergi Indonesia setelah pengembangan bisnis	38
15	Laporan laba rugi PT Halwafarm Sinergi Indonesia sebelum dan setelah pengembangan bisnis	38
16	Analisis R/C Ratio PT Halwafarm Sinergi Indonesia sebelum dan setelah pengembangan bisnis	38
17	Tahapan pengembangan bisnis PT Halwafarm Sinergi Indonesia tahun 2020	40
18	Perkiraan waktu moderat tahapan pengembangan bisnis	41

DAFTAR GAMBAR

1	Produksi jamur di Indonesia tahun 2018-2021	1
2	<i>Business Model Canvas</i>	6
3	Struktur organisasi PT Halwafarm Sinergi Indonesia	11
4	Logo PT Halwafarm Sinergi Indonesia	18
5	Tampilan kemasan jamur <i>crispy</i> sebelum pengembangan bisnis	20
6	Alur pembuatan jamur <i>crispy</i>	21
7	<i>Business Model Canvas</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia pengembangan bisnis.	23
8	Alur rumusan ide pengembangan bisnis	25
9	<i>Business Model Canvas</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia pengembangan bisnis	28
10	Kemasan jamur <i>crispy</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	29
11	Kemasan jamur <i>crispy</i> pesaing	30
12	Tampilan <i>instagram</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	30

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:

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.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



15	Dokumentasi produk sebelum diedit	32
16	Dokumentasi produk setelah diedit	32
17	Postingan <i>instagram</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	33
18	<i>Instastory instagram</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	33
19	<i>Reels instagram</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	34
20	Sorotan <i>instagram</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	34
21	<i>Direct message instagram</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	34
22	Pengikut dan mengikuti PT Halwafarm Sinergi Indonesia	35
23	<i>Precedence graph</i> pengembangan bisnis PT Halwafarm Sinergi	
24	tahun 2022	41

DAFTAR LAMPIRAN

1	Analisis SWOT PT Halwafarm Sinergi Indonesia 2022	47
2	Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> pada PT Halwafarm Sinergi	
3	Indonesia	48
4	Biaya Investasi PT Halwafarm Sinergi Indonesia sebelum	
5	pengembangan bisnis	50
6	Tampilan <i>linktree</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	51
7	Tampilan <i>website</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	51
8	Tampilan akun <i>shopee</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	51
9	Ulasan pelanggan pada <i>market place shopee</i>	52
10	<i>Caption instagram</i> PT Halwafarm Sinergi Indonesia	52
11	Penggunaan <i>hashtag</i> pada <i>instagram</i>	52

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

