



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
II METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	4
2.1 Lokasi dan Waktu PKL	4
2.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	4
2.3 Metode Analisis	4
III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	12
3.1 Sejarah	12
3.2 Aspek Sumber Daya	12
3.3 Unit Bisnis	14
3.4 Struktur Organisasi	23
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	26
4.1 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	26
4.2 Rencana Pengembangan Bisnis	31
4.3 Tahapan Pengembangan Bisnis	38
V SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	43
RIWAYAT HIDUP	52



DAFTAR TABEL

1	Populasi sapi potong di Cianjur	1
2	Matriks SWOT	5
3	Format anggaran dan keuntungan parsial	10
4	Bangunan pada perusahaan tahun 2022	13
5	Peralatan CV Mitra Agro Sangkuriang tahun 2022	13
6	Alat dan mesin pabrik kulit CV Mitra Agro Sangkuriang tahun 2022	18
7	Peralatan produksi pupuk organik dan media tanam CV Mitra Agro	21
8	Pesaing CV Mitra Agro Sangkuriang di Jawa Barat tahun 2022	28
9	Pelanggan tetap CV Mitra Agro Sangkuriang tahun 2022	28
10	Nama konsumen media tanam tahun 2022	33
11	Spesifikasi tenaga kerja CV Mitra Agro Sangkuriang	35
12	Proyeksi laba rugi sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	37
13	R/C ratio sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	37
14	Analisis anggaran parsial	37
15	Kegiatan pengembangan bisnis pemasaran media tanam melalui aplikasi Instagram	38
16	Solusi <i>project</i> PERT/CPM pemasaran media tanam melalui aplikasi Instagram.	39



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

DAFTAR GAMBAR

1	<i>Digital Marketing channels' effectiveness</i> (B2B & B2C)	2
2	<i>Most-used social media platforms in Indonesia</i>	2
3	Kandang sapi	14
4	Pakan sapi	15
5	Vitamin	15
6	Proses produksi <i>fattening</i> CV Mitra Agro Sangkuriang	16
7	Proses produksi <i>trading</i> CV Mitra Agro Sangkuriang tahun	17
8	Proses produksi kerupuk kulit sapi CV Mitra Agro Sangkuriang	19
9	Proses penyamakan kulit sapi CV Mitra Agro Sangkuriang tahun 2022	20
10	Proses produksi pupuk organik CV Mitra Agro Sangkuriang tahun	22
11	Proses produksi media tanam CV Mitra Agro Sangkuriang tahun	22
12	Struktur organisasi CV Mitra Agro Sangkuriang tahun 2022	24
13	Penentuan alternatif strategi	30
14	Produk media tanam	32
15	Alur kegiatan perencanaan <i>online</i>	33
16	Struktur organisasi CV Mitra Agro Sangkuriang	34
17	<i>Precedence graph</i> pengembangan bisnis	40

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 LAMPIRAN

1	Matriks SWOT	44
2	Biaya investasi sebelum pengembangan bisnis	46
3	Biaya investasi sesudah pengembangan bisnis	47
4	Biaya tetap sebelum dan sesudah adanya <i>digital marketing</i>	48
5	Total biaya variabel sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	49
6	Penerimaan CV Mitra Agro Sangkuriang.	50
7	Digital marketing setelah pengembangan bisnis	51

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Bogor Agricultural University

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.