

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
II METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	3
2.1 Lokasi dan Waktu PKL	3
2.3 Metode Analisis Kajian	4
2.3.1 Analisis BMC	4
III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	10
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	10
3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen Perusahaan	10
3.3 Sumber Daya Perusahaan	14
3.3.1 Sumberdaya Fisik	14
3.3.2 Sumberdaya Manusia	16
3.3.3 Sumberdaya keuangan	16
3.4 Unit Bisnis	16
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	17
4.1 Visi dan Misi	17
4.1.1 Analisis Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan	17
4.1.2 Jenis dan Jumlah Produk	18
4.1.3 Permintaan dan Penjualan	19
4.2 Analisis Business Model Canvas (BMC)	19
4.2.1 Customer Segments	19
4.2.2 Value Propositions	20
4.2.3 Channels	20
4.2.4 Customer Relationship	20
4.2.5 Revenue Streams	21
4.2.6 Key Resource	21
4.2.7 Key Activities	22
4.2.8 Key Partnership	23
4.2.9 Cost Structure	23
4.3 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	23
4.3.1 Customer Segment	24
4.3.2 Value Propositions	25
4.3.3 Channels	25
4.3.4 Costumer Relationship	27
4.5.5 Revenue Streams	28
4.3.6 Key Resources	28
4.3. Key Activities	29
4.3.8 Key Partnership	29
4.3.9 Cost Structure	29
4.4 Finansial	29
V SIMPULAN DAN SARAN	39



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



5.1	Simpulan	39
5.2	Saran	39
	DAFTAR PUSTAKA	40
	LAMPIRAN	41
	RIWAYAT HIDUP	1

DAFTAR TABEL

1	Jumlah Penduduk Jawa Barat BPS 2020	1
2	Tenis dan sumber data	3
3	Sarana dan prasarana yang dimiliki	15
4	Kategori produk internal dan eksternal Prima Freshmart	18
5	Customer segment setelah pengembangan ide bisnis	25
6	Fase saluran pemasaran (Osterwalder dan Pigneur 2017)	26
7	Analisis peningkatan penjualan	30
8	Analisis R/C rasio sebelum dan sesudah penerapan ide bisnis	30

DAFTAR GAMBAR

1	Sembilan blok <i>Business Model Canvas</i>	4
2	Struktur organisasi sederhana Prima Freshmart	10
3	Standard penampilan karyawan Prima Freshmart	12
4	Kerangka rumusan ide pengembangan bisnis	24

DAFTAR LAMPIRAN

1	<i>Business Model Canvas</i> Prima Freshmart keadaan normal	35
2	<i>Business Model Canvas</i> Prima Freshmart setelah penerapan ide	36
3	layout toko Prima Freshmart Mayor Oking 2	37
4	Analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui blok bangunan <i>Business Model Canva</i>	38
5	Sertifikasi Prima Freshmart Mayor Oking 2	40
6	Mading Prima Freshmart Mayor Oking 2	41

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