

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	4
2.1 Lokasi dan Waktu	4
2.2 Data, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	4
2.3 Metode Kajian	5
2.3.1 <i>Business Model Canvas</i>	5
2.3.2 Analisis SWOT	9
2.3.3 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dengan Analisis SWOT	11
2.3.4 Aspek Keuangan	11
3 KERAGAAN PERUSAHAAN	12
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	12
3.2 Organisasi dan Manajemen Perusahaan	13
3.3 Sumber Daya Perusahaan	14
3.3.1 Sumber Daya Manusia	14
3.3.2 Sumber Daya Fisik	15
3.3.3 Sumber Daya Keuangan	17
3.4 Unit Bisnis	18
3.4.1 Produksi	18
3.4.2 Jasa	20
3.4.3 Mekanisme Pemasaran	20
4 KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	22
4.1 Potensi Usaha (<i>Existing Condition</i>)	22
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	22
4.1.2 Jenis dan Jumlah Produk	22
4.2 <i>Business Model Canvas</i> Perusahaan	24
4.2.1 <i>Customer Segments</i>	24
4.2.2 <i>Value Propositions</i>	25
4.2.3 <i>Channels</i>	25
4.2.4 <i>Customer Relationships</i>	26
4.2.5 <i>Revenue Streams</i>	26
4.2.6 <i>Key Resources</i>	26
4.2.7 <i>Key Activities</i>	27
4.2.8 <i>Key Partnerships</i>	27
4.2.9 <i>Cost Structure</i>	27
4.3 Faktor Eksternal	28



4.3.1	Demografi	28
4.3.2	Sosial dan Budaya	28
4.3.3	Teknologi	29
4.3.4	Politik dan Hukum	29
4.4	Validasi Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i>	30
4.5	Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dan Analisis SWOT	31
4.6	Analisis SWOT	33
4.6.1	Kekuatan (<i>Strength</i>)	34
4.6.2	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	34
4.6.3	Peluang (<i>Opportunity</i>)	34
4.6.4	Ancaman (<i>Threat</i>)	35
4.7	Alternatif Strategi pada <i>Business Model Canvas</i>	35
4.8	Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	36
4.9	Rancangan <i>Business Model Canvas</i>	38
4.9.1	<i>Customer Segments</i>	38
4.9.2	<i>Value Propositions</i>	39
4.9.3	<i>Channels</i>	39
4.9.4	<i>Customer Relationships</i>	43
4.9.5	<i>Revenue Streams</i>	43
4.9.6	<i>Key Resources</i>	44
4.9.7	<i>Key Activities</i>	45
4.9.8	<i>Key Partnerships</i>	49
4.9.9	<i>Cost Structure</i>	50
4.10	Perencanaan Finansial	51
4.11	Tahapan Pengembangan Bisnis	52
5	SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1	Simpulan	55
5.2	Saran	56
	DAFTAR PUSTAKA	56
	LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

1	Permintaan dan penawaran produk PT FSS pada tahun 2019	2
2	Jenis, sumber data, dan teknik pengumpulan data	4
3	Identifikasi SWOT pada sembilan elemen <i>business model canvas</i>	10
4	Matriks SWOT	10
5	Daftar nama karyawan dan divisi pada PT FSS tahun 2020	14
6	Daftar jenis dan jumlah bangunan pada PT FSS tahun 2020	15
7	Daftar jenis dan jumlah mesin pada PT FSS tahun 2020	16
8	Daftar jenis dan jumlah transportasi PT FSS tahun 2020	16
9	Daftar jenis dan jumlah peralatan pada PT FSS tahun 2020	17
10	Persentase peningkatan peluang produk PT FSS	35
11	Penerimaan pada pengembangan bisnis PT FSS tahun 2020	44

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.

12	Peralatan dalam pengembangan bisnis PT FSS tahun 2020	45
13	Jadwal kegiatan pemasaran secara digital pada PT FSS	48
14	Laporan laba rugi PT FSS sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	51
15	Analisis anggaran parsial PT FSS	51
16	Rencana aktivitas pengembangan bisnis pada PT FSS tahun 2020	52
17	Solusi PERT/CPM pengembangan bisnis pada PT FSS tahun 2020	53

DAFTAR GAMBAR

1	Sembilan blok <i>business model canvas</i>	9
2	Struktur organisasi PT FSS	13
3	Sistem NFT (a) Sistem DFT pada PT FSS (b)	18
4	Tanaman <i>pansy</i> setelah pindah tanam	19
5	Kemasan produk primer PT FSS	23
6	Produk olahan pangan (a) Produk olahan non pangan (b)	23
7	Kartu nama PT FSS	25
8	<i>Business model canvas</i> PT FSS	28
9	Alur rumusan ide pengembangan bisnis	37
10	Ulasan produk PT FSS oleh konsumen pada <i>platform</i> Tokopedia	40
11	Akun Instagram PT FSS sebelum pengembangan (a) Akun Instagram PT FSS setelah pengembangan (b)	40
12	Fase saluran pemasaran PT FSS	41
13	Ulasan produk oleh konsumen pada laman <i>direct message</i> Instagram	42
14	Produk yang ditawarkan di Shopee (a) Produk yang ditawarkan di Bukalapak oleh PT FSS (b)	47
15	Konten penawaran produk (a) Konten penawaran jasa pada <i>platform</i> Instagram PT FSS (b)	48
16	Persyaratan pada Shopee (a) Persyaratan pada Bukalapak (b)	49
17	<i>Business model canvas</i> PT FSS setelah pengembangan	50
18	<i>Precedence graph</i> pengembangan bisnis pada PT FSS tahun 2020	53

DAFTAR LAMPIRAN

1	Harga produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT FSS	61
2	<i>Cost structure</i> PT FSS pada tahun 2019	62
3	Kuesioner kepuasan konsumen PT FSS	63
4	Evaluasi <i>business model canvas</i> pada PT FSS	65



5	Matriks SWOT pada PT FSS	67
6	Kuesioner minat masyarakat terhadap produk hidroponik di	68
7	<i>Cost structure</i> PT FSS setelah pengembangan bisnis	69

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.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies