

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Tujuan | 2 |
| 2. METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS | 2 |
| 2.1 Lokasi dan Waktu | 2 |
| 2.2 Data, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data | 2 |
| 2.3 Metode Kajian | 2 |
| 2.3.1 <i>Business Model Canvas</i> | 2 |
| 2.3.2 Analisis SWOT | 4 |
| 2.3.3 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> | 5 |
| 2.3.4 Analisis Finansial | 5 |
| 3. PERAGAAN PERUSAHAAN | 8 |
| 3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan | 8 |
| 3.2 Organisasi dan Manajemen | 9 |
| 3.3 Sumber Daya Perusahaan | 10 |
| 3.3.1 Sumber Daya Fisik | 10 |
| 3.3.2 Sumber Daya Manusia | 12 |
| 3.3.3 Sumber Daya Finansial | 13 |
| 3.4 Unit Bisnis | 13 |
| 3.4.1 Penggemukan Domba, Kambing dan Sapi (qurban) | 13 |
| 3.4.2 Salamah Aqiqah dan <i>Catering</i> | 14 |
| 3.4.3 Pengalengan | 14 |
| 3.4.4 <i>Workshop</i> | 14 |
| 3.4.5 Penjualan Produk Olahan Kulit | 14 |
| 3.4.6 Penjualan Kotoran (Domba, Kambing dan Sapi) | 15 |
| 4. IDENTIFIKASI USAHA | 15 |
| 4.1 Potensi | 15 |
| 4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan | 15 |
| 4.1.2 Analisis Kekuatan dan Kelemahan | 15 |
| 4.1.3 Jenis dan Jumlah Produk | 16 |
| 4.1.4 Permintaan dan Penjualan | 17 |
| 4.1.5 Persaingan Usaha | 18 |
| 4.2 Pemetaan <i>Business Model Canvas</i> Perusahaan | 19 |
| 4.3 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dengan Analisis SWOT | 24 |
| 4.4 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis | 24 |
| 4.5 Perencanaan <i>Business Model Canvas</i> setelah Pengembangan | 25 |
| 4.5.1 <i>Customer Segments</i> | 25 |
| 4.5.2 <i>Value Propositions</i> | 28 |
| 4.5.3 <i>Revenue Streams</i> | 29 |
| 4.5.4 <i>Key Resources</i> | 30 |

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 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

| | |
|---------------------------------|----|
| 4.5.5 <i>Key Activities</i> | 30 |
| 4.5.6 <i>Key Partners</i> | 34 |
| 4.5.7 <i>Cost Structure</i> | 35 |
| 4.6 Perencanaan Finansial | 35 |
| 4.7 Tahapan Pengembangan Bisnis | 37 |
| 5. SIMPULAN DAN SARAN | 40 |
| 5.1 Simpulan | 40 |
| 5.2 Saran | 40 |
| DAFTAR PUSTAKA | 41 |
| LAMPIRAN | 42 |



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 1. Identifikasi SWOT melalui blok bangunan atau elemen pada <i>business model canvas</i> | 4 |
| 2. Matriks SWOT | 5 |
| 3. Daftar peralatan kantor CV Mitra Tani Farm | 11 |
| 4. Daftar peralatan pengalengan CV Mitra Tani Farm | 11 |
| 5. Daftar peralatan kandang CV Mitra Tani Farm | 11 |
| 6. Daftar alat transportasi CV Mitra Tani Farm | 12 |
| 7. Sumber daya manusia CV Mitra Tani Farm | 13 |
| 8. Analisis kekuatan dan kelemahan CV Mitra Tani Farm | 16 |
| 9. Jumlah permintaan aqiqah CV Mitra Tani Farm | 18 |
| 10. Pesaing usaha CV Mitra Tani Farm | 19 |
| 11. Target terhadap produk yang ditawarkan CV Mitra Tani Farm | 20 |
| 12. Sumber penerimaan CV Mitra Tani Farm | 21 |
| 13. Partner bisnis CV Mitra Tani Farm | 23 |
| 14. Data pengunjung agrowisata Waru Farm Land bulan September 2019 - Desember 2019 | 26 |
| 15. Perhitungan perkiraan jumlah pengunjung agrowisata Waru Farm Land | 26 |
| 16. Hasil perhitungan perkiraan jumlah pengunjung agrowisata Waru Farm Land bulan Januari 2020 - Desember 2020 | 27 |
| 17. Hasil perhitungan perkiraan jumlah pengunjung agrowisata Waru Farm Land bulan Januari 2021- Desember 2021 | 27 |
| 18. Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual produk | 28 |
| 19. Sumber penerimaan tambahan CV Mitra Tani Farm | 29 |
| 20. Ringkasan laporan laba rugi penjualan boneka gantungan kunci | 30 |
| 21. Kebutuhan tenaga kerja dan <i>job specification</i> | 30 |
| 22. Penjadwalan pembuatan boneka gantungan kunci | 33 |
| 23. Partner bisnis setelah adanya pengembangan bisnis CV Mitra Tani Farm | 34 |
| 24. Kriteria kelayakan bisnis | 36 |
| 25. Analisis <i>switching value</i> | 36 |
| 26. Tahapan pengembangan bisnis | 38 |
| 27. Hasil <i>critical path method</i> (CPM) | 39 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| 1. Struktur organisasi CV Mitra Tani Farm | 10 |
| 2. Pemetaan <i>bussiness model canvas</i> CV Mitra Tani Farm | 19 |
| 3. Alur pengembangan bisnis | 24 |
| 4. <i>Business model canvas</i> setelah pengembangan bisnis CV Mitra Tani Farm | 25 |
| 5. Penimbangan dan penyortiran bulu domba lokal | 31 |
| 6. Pencucian dan penjemuran bulu domba lokal | 32 |
| 7. Bahan dan alat | 32 |
| 8. Proses pembuatan boneka gantungan kunci | 32 |
| 9. Pengemasan boneka gantungan kunci | 33 |
| 10. <i>Precedence graph</i> tahapan pengembangan bisnis | 39 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| 1. Biaya investasi CV Mitra Tani Farm | 43 |
| 2. Biaya tetap CV Mitra Tani Farm | 44 |
| 3. Biaya variabel CV Mitra Tani Farm | 45 |
| 4. Penerimaan CV Mitra Tani Farm | 45 |
| 5. Biaya investasi pengembangan bisnis boneka gantungan kunci | 46 |
| 6. Biaya tetap pengembangan bisnis boneka gantungan kunci | 46 |
| 7. Biaya variabel pengembangan bisnis boneka gantungan kunci | 46 |
| 8. Persentase responden terhadap produk boneka gantungan kunci | 47 |
| 9. Persentase responden terhadap produk boneka gantungan kunci | 47 |
| 10. <i>Cashflow</i> pengembangan bisnis boneka gantungan kunci | 48 |
| 11. Laporan laba rugi pengembangan bisnis boneka gantungan kunci | 50 |
| 12. <i>Switching value</i> penurunan produksi boneka gantungan kunci | 51 |
| 13. <i>Switching value</i> kenaikan harga input produksi kain flanel | 53 |
| 14. Evaluasi SWOT dengan <i>business model canvas</i> | 55 |
| 15. Matriks SWOT | 57 |
| 16. <i>Layout</i> produksi pengembangan bisnis pembuatan boneka gantungan kunci | 58 |

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies