



DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| 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 Metode Pengumpulan Data | 2 |
| 2.3 Metode Kajian | 3 |
| 2.3.1 Analisis <i>Business Model Canvas</i> | 3 |
| 2.3.2 Analisis SWOT | 6 |
| 2.3.3 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dengan Analisis SWOT | 7 |
| 2.3.4 Aspek Keuangan | 7 |
| 3 KERAGAAN PERUSAHAAN | 10 |
| 3.1 Sejarah dan Pengembangan Perusahaan | 10 |
| 3.2 Organisasi dan Manajemen Perusahaan | 11 |
| 3.2.1 Struktur Organisasi dan Manajemen | 11 |
| 3.3 Sumber Daya Perusahaan | 13 |
| 3.3.1 Sumber Daya Fisik | 13 |
| 3.3.2 Sumber Daya Manusia | 15 |
| 3.3.3 Sumber Daya Keuangan | 15 |
| 3.4 Unit Bisnis | 16 |
| 3.4.1 Agrowisata Organik | 16 |
| 3.4.2 Jasa Konsultasi Pertanian Organik | 16 |
| 3.4.3 Agribisnis Pertanian Organik | 17 |
| 4 KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS | 21 |
| 4.1 Identifikasi Usaha | 21 |
| 4.1.1 Potensi Usaha | 21 |
| 4.2 Analisis Lingkungan Internal | 22 |
| 4.2.1 Visi Misi Perusahaan | 22 |
| 4.2.2 Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan | 22 |
| 4.2.3 Pemetaan <i>Business Model Canvas</i> Saat Ini | 23 |
| 4.2.4 Permintaan dan Penawaran | 30 |
| 4.2.5 Persaingan Usaha | 30 |
| 4.3 Analisis Lingkungan Eksternal | 31 |
| 4.3.1 Peluang dan Ancaman Perusahaan | 31 |
| 4.3.2 Demografi | 32 |
| 4.3.3 Aspek Politik dan Hukum | 32 |
| 4.3.4 Aspek Sosial dan Budaya | 33 |
| 4.3.5 Aspek Teknologi | 33 |
| 4.4 Validasi Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i> | 34 |



| | | |
|-------|--|----|
| 4.5 | Evaluasi Model Bisnis dengan Analisis SWOT | 35 |
| 4.6 | Alternatif Strategi pada <i>Business Model Canvas</i> | 37 |
| 4.7 | Rumusan Ide Pengembangan Bisnis | 38 |
| 4.7.1 | <i>Customer segments</i> (Segmentasi pelanggan) | 39 |
| 4.7.2 | <i>Key partner</i> (Mitra) | 40 |
| 4.7.3 | <i>Key activities</i> (Aktivitas kunci) | 40 |
| 4.7.4 | <i>Customer relationship</i> (Hubungan dengan pelanggan) | 43 |
| 4.7.5 | <i>Value propositions</i> (Proposisi nilai) | 43 |
| 4.7.6 | <i>Key resource</i> (Sumber daya kunci) | 44 |
| 4.7.7 | <i>Channels</i> (Saluran) | 45 |
| 4.7.8 | <i>Revenue stream</i> (Arus pendapatan) | 46 |
| 4.7.9 | <i>Cost structure</i> (Struktur biaya) | 47 |
| 4.8 | Proyeksi Laba Rugi | 47 |
| 4.9 | Metode Tahapan Pengembangan Bisnis | 48 |
| 5 | SIMPULAN DAN SARAN | 51 |
| 5.1 | Simpulan | 51 |
| 5.2 | Saran | 52 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 53 |
| | LAMPIRAN | 56 |



DAFTAR TABEL

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Data wisatawan Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2018 | 1 |
| 2 | Sumber dan metode pengumpulan data | 3 |
| 3 | Identifikasi SWOT pada <i>business model canvas</i> | 7 |
| 4 | Matriks SWOT | 7 |
| 5 | Perbandingan perolehan pendapatan anggaran parsial | 10 |
| 6 | Daftar bangunan CV Tani Organik Merapi | 13 |
| 7 | Daftar alat CV Tani Organik Merapi | 14 |
| 8 | Daftar karyawan CV Tani Organik Merapi | 15 |
| 9 | Segmentasi pelanggan agrowisata CV Tani Organik Merapi | 23 |
| 10 | Akun sosial media CV Tani Organik Merapi | 28 |
| 11 | Jenis paket fasilitas agrowisata pada CV Tani Organik Merapi | 28 |
| 12 | Biaya tetap CV Tani Organik Merapi | 29 |
| 13 | Analisis data permintaan dan penawaran internal perusahaan CV Tani | 30 |
| 14 | Analisis permintaan dan penawaran pesaing | 31 |
| 15 | Akun instagram populer di Daerah Istimewa Yogyakarta | 40 |
| 16 | Penerimaan agrowisata sebelum dan sesudah pengembangan | 47 |
| 17 | Rincian biaya tetap setelah pengembangan | 47 |
| 18 | Laporan laba rugi sebelum dan sesudah pengembangan | 48 |
| 19 | Analisis anggaran parsial agrowisata CV Tani Organik Merapi | 48 |
| 20 | Jadwal aktivitas pengembangan bisnis peningkatan pemasaran | 49 |
| 21 | Aktivitas jalur kritis pada pengembangan bisnis | 50 |

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 merujuk kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.