



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
METODE KAJIAN	4
2.1 Lokasi dan Waktu	4
2.2 Data, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	4
2.3 Metode Analisis	5
2.3.1 <i>Business Model Canvas</i>	5
2.3.2 Analisis SWOT	10
2.3.3 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dengan Analisis SWOT	11
2.3.4 Aspek Keuangan	11
KERAGAAN PERUSAHAAN	13
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	13
3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen Perusahaan	13
3.3 Aspek Sumber Daya Perusahaan	16
3.3.1 Sumber Daya Fisik	16
3.3.2 Sumber Daya Manusia	19
3.3.3 Sumber Daya Keuangan	20
3.4 Unit Bisnis	20
3.4.1 Pemesanan Barang ( <i>Order</i> )	22
3.4.2 Penerimaan Barang ( <i>Receiving</i> )	22
3.4.3 Penataan Barang ( <i>Display</i> )	23
3.4.4 Penjualan Barang ( <i>Sales</i> )	23
3.4.5 Pengembalian Barang ( <i>Return</i> )	24
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	25
4.1 Potensi Usaha	25
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	25
4.1.2 Jenis dan Jumlah Produk	25
4.1.3 Penawaran dan Permintaan	28
4.1.4 Persaingan Usaha	29
4.2 <i>Business Model Canvas</i> Perusahaan	30
4.2.1 <i>Customer Segments</i>	30
4.2.2 <i>Value Propositions</i>	30
4.2.3 <i>Channels</i>	31
4.2.4 <i>Customer Relationships</i>	33
4.2.5 <i>Revenue Streams</i>	33
4.2.6 <i>Key Resources</i>	33
4.2.7 <i>Key Activities</i>	34
4.2.8 <i>Key partnerships</i>	35
4.2.9 <i>Cost Structure</i>	36
4.3 Validasi Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i>	36
4.4 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dan Analisis SWOT	39

- 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.

4.5 Analisis SWOT	41
4.5.1 Kekuatan ( <i>Strength</i> )	42
4.5.2 Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	42
4.5.3 Peluang ( <i>Opportunity</i> )	42
4.5.4 Ancaman ( <i>Threat</i> )	43
4.6 Alternatif Strategi pada <i>Business Model Canvas</i>	43
4.7 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	44
4.8 Perencanaan <i>Business Model Canvas</i> Ide Pengembangan Bisnis	46
4.8.1 <i>Customer Segments</i>	46
4.8.2 <i>Value Propositions</i>	47
4.8.3 <i>Channels</i>	48
4.8.4 <i>Customer Relationships</i>	48
4.8.5 <i>Revenue Streams</i>	49
4.8.6 <i>Key Resources</i>	49
4.8.7 <i>Key Activities</i>	49
4.8.8 <i>Key Partnerships</i>	55
4.8.9 <i>Cost Structure</i>	56
4.9 Perencanaan Finansial	57
4.10 Tahapan Pengembangan Bisnis	58
V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

**DAFTAR TABEL**

1	Produksi daging ayam ras pedaging (broiler) tahun 2009 hingga 2020	1
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	Jumlah mesin dan peralatan pada Prima Freshmart Mayor Oking 2	18
6	Produk internal yang dijual di Prima Freshmart	21
7	Produk eksternal yang dijual di Prima Freshmart	21
8	<i>Size</i> karkas ayam pada Prima Freshmart	26
9	Pesaing usaha Prima Freshmart Mayor Oking 2	29
10	Perbandingan harga karkas ayam PFM dengan para kompetitor	31
11	Daftar kerja sama perusahaan dengan PFM Mayor Oking 2	35
12	Peralatan dalam pengembangan bisnis PFM Mayor Oking 2	49
13	Daftar harga-harga produk <i>Chick Bites</i>	53
14	Perencanaan <i>partners</i> Prima Freshmart Mayor Oking 2	55
15	Laporan laba rugi Prima Freshmart Mayor Oking 2 sebelum - sesudah	57
16	Analisis anggaran parsial Prima Freshmart Mayor Oking 2	58
17	Rencana aktivitas pengembangan bisnis pada PFM Mayor Oking 2	59
18	Solusi PERT/CPM pengembangan bisnis pada PFM Mayor Oking 2	59

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

## DAFTAR GAMBAR

1	Penjualan produk di Prima Freshmart Mayor Oking 2	2
2	Sembilan blok <i>business model canvas</i>	9
3	Struktur organisasi operasional Prima Freshmart Mayor Oking 2	14
4	Standar penampilan karyawan Prima Freshmart	16
5	Bangunan PFM Mayor Oking 2 dan tata letak dalam toko	17
6	Kegiatan unit bisnis toko Prima Freshmart	22
7	Alur alokasi produk kosong di Prima Freshmart	22
8	Alur retur produk <i>dry groceries</i>	24
9	Contoh produk WET Prima Freshmart	26
10	Contoh produk DRY internal Prima Freshmart	27
11	Contoh produk DRY eksternal Prima Freshmart	27
12	Contoh produk DTS <i>groceries</i> Prima Freshmart	28
13	Rata-rata penjualan Prima Freshmart Mayor Oking 2	28
14	Rata-rata penjualan karkas ayam Prima Freshmart Mayor Oking 2	29
15	Saluran pemasaran produk PFM Mayor Oking 2 secara langsung	32
16	Saluran pemasaran produk PFM Mayor Oking 2 secara tidak langsung	32
17	<i>Business model canvas</i> Prima Freshmart Mayor Oking 2	36
18	Peminatan konsumen terhadap varian bumbu ayam	38
19	Alur rumusan ide pengembangan bisnis	45
20	Persentase peminatan konsumen terhadap produk <i>Chick Bites</i>	47
21	Akun PFM Mayor Oking 2 dan pemasaran produk <i>Chick Bites</i>	48
22	Persentase dalam indikator kualitas produk <i>Chick Bites</i>	50
23	Produk Fiesta <i>ready to serve</i> Prima Freshmart	51
24	Persentase konsumen dalam pembelian produk <i>Chick Bites</i>	51
25	Aktivitas penjualan secara langsung pada produk <i>Chick Bites</i>	52
26	Aktivitas penjualan secara tidak langsung produk <i>Chick Bites</i>	53
27	Persentase kepuasan konsumen penjualan produk <i>Chick Bites</i>	54
28	Aktivitas-aktivitas pemasaran produk <i>Chick Bites</i>	55
29	<i>Business model canvas</i> PFM Mayor Oking 2 setelah pengembangan	56
30	<i>Precedence graph</i> pengembangan bisnis pada PFM Mayor Oking 2	60

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Mesin dan peralatan pada Prima Freshmart Mayor Oking 2	66
2	Rincian harga-harga karkas ayam broiler PFM Mayor Oking 2	68
3	<i>Cost structure</i> PFM Mayor Oking 2 sebelum pengembangan bisnis	69
4	Kuesioner analisis keputusan pembelian produk PFM Mayor Oking 2	69
5	Evaluasi <i>business model canvas</i> pada PFM Mayor Oking 2	73
6	Matriks SWOT pada Prima Freshmart Mayor Oking 2	74
7	Hasil kuesioner minat konsumen terhadap produk <i>Chick Bites</i>	75
8	<i>Cost structure</i> PFM Mayor Oking 2 setelah pengembangan bisnis	79