



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
II METODE KAJIAN	3
2.1 Lokasi dan Waktu PKL	3
2.2 Teknik Pengumpulan Data	3
2.3 Metode Analisis	3
2.3.1 <i>Business Model Canvas</i>	3
2.3.2 Analisis SWOT	6
2.3.3 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> Dengan Analisis SWOT	6
2.3.4 Analisis Saluran Pemasaran	6
2.3.5 Analisis Marjin Pemasaran	7
III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	8
3.1 Sejarah Perusahaan	8
3.2 Struktur Organisasi	8
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 Keuangan	12
3.4 Unit Bisnis	12
3.4.1 Usaha Sapi Perah	12
3.4.2 Usaha Susu Pasteurisasi	13
3.4.3 Usaha Sapi Potong	13
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	14
4.1 Analisis <i>Business Model Canvas</i> Perusahaan	14
4.1.1 <i>Customer Segment</i>	15
4.1.2 <i>Value Propositions</i>	15
4.1.3 <i>Channels</i>	16
4.1.4 <i>Customer Relationship</i>	16
4.1.5 <i>Revenue Streams</i>	16
4.1.6 <i>Key Resources</i>	16
4.1.7 <i>Key Activities</i>	17
4.1.8 <i>Key Partnership</i>	17
4.1.9 <i>Cost Structure</i>	17
4.2 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> dengan Analisis SWOT	17
4.2.1 Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	18

- 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 kritika 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.



4.2.2 Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )	18
4.2.3 Peluang ( <i>Opportunities</i> )	18
4.2.4 Ancaman ( <i>Threats</i> )	18
4.3 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	19
4.4 Penerapan Strategi pada <i>Business Model Canvas</i>	20
4.4.1 <i>Customer Segment</i>	21
4.4.2 <i>Value Propositions</i>	21
4.4.3 <i>Channels</i>	21
4.4.4 <i>Customer Relationship</i>	22
4.4.5 <i>Revenue Streams</i>	23
4.4.6 <i>Key Resources</i>	24
4.4.7 <i>Key Activities</i>	24
4.4.8 <i>Key Partnership</i>	25
4.4.9 <i>Cost Structure</i>	25
4.5 Analisis Saluran Pemasaran	25
4.5.1 Alur Saluran Pemasaran Susu Pasteurisasi	26
4.5.2 Alur Saluran Pemasaran Susu Murni	28
4.6 Analisis Marjin Pemasaran	30
4.7 Tahapan Pengembangan Bisnis	31
V SIMPULAN DAN SARAN	34
5.1 Simpulan	34
5.2 Saran	34
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	36
RIWAYAT HIDUP	46



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.



## DAFTAR TABEL

1	Produksi susu sapi perah di Kota Bogor 2018-2020	1
2	Data pembelian susu murni oleh perusahaan pada KPS Kota Bogor 2021	2
3	Analisis SWOT	6
4	Rincian sumber daya fisik di Barokah <i>Farm</i> tahun 2021	11
5	Sarana produksi ternak di Barokah <i>Farm</i> tahun 2021	11
6	Perbandingan kandungan susu Barokah <i>Farm</i> dan pesaing tahun 2021	15
7	Data penerimaan Barokah <i>Farm</i> tahun 2021	16
8	Data penerimaan setelah pengembangan di Barokah <i>Farm</i> tahun 2021	23
9	Laporan laba rugi Barokah <i>Farm</i> tahun 2021	24
10	Struktur biaya di Barokah <i>Farm</i> tahun 2021	25
11	Marjin pemasaran Barokah <i>Farm</i>	30
12	Jadwal aktivitas pengembangan bisnis perluasan pasar	31
13	<i>Critical path</i> pengembangan bisnis strategi perluasan pasar	32

## DAFTAR GAMBAR

1	Struktur organisasi di Barokah <i>Farm</i> tahun 2021	8
2	<i>Business Model Canvas</i> Barokah <i>Farm</i> sebelum pengembangan	14
3	Kerangka ide pengembangan bisnis	19
4	<i>Business Model Canvas</i> Barokah <i>Farm</i> setelah pengembangan	20
5	Akun <i>go-food</i> , Instagram dan <i>google business Milky Land</i>	22
6	Bentuk promosi <i>Milky Land</i>	23
7	Saluran pemasaran susu pasteurisasi	26
8	Saluran pemasaran susu murni	26
9	Saluran pemasaran susu pasteurisasi 1	26
10	Saluran pemasaran susu pasteurisasi 2	27
11	Saluran pemasaran susu pasteurisasi 3	27
12	Saluran pemasaran susu pasteurisasi 4	28
13	Saluran pemasaran susu murni 1	28
14	Saluran pemasaran susu murni 2	29
15	Saluran pemasaran susu murni 3	29
16	Saluran pemasaran susu murni 4	30
17	<i>Precedence graph</i> pengembangan bisnis	31

- 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.



## DAFTAR LAMPIRAN

1	Tata letak Barokah <i>Farm</i>	36
2	Evaluasi BMC dengan Analisis SWOT	37
3	Matrik SWOT Barokah <i>Farm</i>	38
4	Rincian biaya investasi Barokah <i>Farm</i> sebelum pengembangan	39
5	Rincian biaya investasi Barokah <i>Farm</i> setelah pengembangan	40
6	Rincian biaya tetap sebelum pengembangan	40
7	Rincian biaya <i>common cost</i>	40
8	Rincian biaya tetap setelah pengembangan	41
9	Rincian biaya variabel Barokah <i>Farm</i> sebelum pengembangan	41
10	Rincian biaya variabel setelah pengembangan di Barokah <i>Farm</i>	41
11	Laporan laba rugi sebelum pengembangan di Barokah <i>Farm</i>	42
12	Proyeksi laporan laba rugi setelah pengembangan di Barokah <i>Farm</i>	43
13	Kualitas pesaing	44
14	Kualitas Barokah <i>Farm</i>	44
15	Sapi perah	45
16	Sapi potong	45
17	Tempat pengemasan susu murni	45



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

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.