



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
METODE KAJIAN	4
2.1 Lokasi dan Waktu	4
2.2 Data dan Sumber Data	4
2.3 Metode Analisis	4
2.3.1 Analisis SWOT	4
2.3.2 <i>Business Model Canvass</i>	5
2.3.3 Aspek Finansial	12
II KERAGAAN PERUSAHAAN	14
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	14
3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen	14
3.3 Aspek Sumber Daya Perusahaan	15
3.3.1 Sumber Daya Fisik	15
3.3.2 Sumber Daya Manusia	17
3.3.3 Sumber Daya Keuangan	17
3.4 Unit Bisnis	18
3.4.1 Pengadaan Input	18
3.4.2 Proses Produksi	19
3.4.3 Mekanisme Pemasaran	22
IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	23
4.1 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	23
4.1.1 Visi dan Misi PT Masada Organik Indonesia	23
4.1.2 Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan	23
4.1.3 Jenis dan Jumlah Produk	23
4.1.4 Persaingan Usaha	24
4.1.5 Penentuan Alternatif Strategi	24
4.1.6 Penentuan Ide Pengembangan Bisnis	25
4.2 Pemetaan Business Model Canvas	27
4.2.1 Perencanaan <i>Business Model Canvas</i> Ide Bisnis	34
4.2.2 Perencanaan Finansial	39
4.3 Tahapan Pengembangan Bisnis	41
SIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Simpulan	43
5.2 Saran	43

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 PUSTAKA	44
LAMPIRAN	45

DAFTAR TABEL

1	Produksi komoditas hortikultura di Indonesia tahun 2018-2020	1
2	Perkembangan konsumsi produk organik 2019	1
3	Aktivitas <i>e-commerce</i> di Indonesia Januari 2021	2
4	Matriks SWOT	5
5	Daftar peralatan pada PT Masada Organik Indonesia	16
6	Tenaga kerja pada PT Masada Organik Indonesia pada tahun 2021	17
7	Kekuatan dan kelemahan perusahaan	23
8	<i>Customer segments</i> sebelum pengembangan bisnis	27
9	Key partner PT Masada Organik Indonesia	32
10	Biaya Operasional sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	38
11	Laporan laba rugi sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	39
12	Aktivitas pengembangan bisnis	41
13	Solusi penjadwalan pengembangan bisnis dengan metode PERT/CPM	41



DAFTAR GAMBAR

Sekolah Vokasi
Vocational Studies

1	Sembilan elemen <i>Business Model Canvas</i>	11
2	Struktur organisasi PT Masada Organik Indonesia	14
3	Pros produksi	19
4	Alur mekanisme pemasaran pada PT Masada Organik Indonesia	22
5	Alur pengembangan bisnis	26
6	Logo organik PT Masada Organik Indonesia	28
7	BMC sebelum pengembangan bisnis	33
8	<i>Website Barada Fresh</i>	36
9	Backup data Barada <i>Fresh</i>	38
10	BMC setelah pengembangan bisnis	40
11	<i>Precedence graph</i> pengembangan bisnis	42

DAFTAR LAMPIRAN

1	Daftar produk dan harga pelanggan pada PT Masada Organik Indonesia	46
2	Matriks SWOT pada PT Masada Organik Indonesia	48
3	Sertifikasi organik pada PT Masada Organik Indonesia	50
4	Tampilan <i>website</i> halaman <i>home</i>	51
5	Tampilan <i>website</i> halaman <i>shop</i>	52
6	Rincian biaya investasi sebelum pengembangan bisnis	53
7	Biaya investasi setelah pengembangan bisnis	54
8	Rincian biaya tetap sebelum pengembangan bisnis	55



9	Rincian biaya tetap setelah pengembangan bisnis	55
10	Rincian biaya variabel sebelum dan setelah pengembangan	56
11	Rincian analisis anggaran parsial	57

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies