

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Pertanian Organik	11
2.2. Pertanian Kota	12
2.3. Akuaponik	12
2.4. Teori Perilaku Konsumen	14
2.5. Importance-Performance Analysis	15
2.6. Peta Empati	18
2.7. Kanvas Model Bisnis	20
2.8. Rencana Bisnis	21
2.8.1. Visi, Misi dan Tujuan	22
2.8.2. Rencana Pemasaran	22



2.8.3.	Rencana Operasional.....	23
2.8.4.	Rencana Sumber Daya Manusia	24
2.8.5.	Rencana Keuangan.....	24
2.8.6.	Strategi Keluar	25
2.9.	Analisis Kelaikan Bisnis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1.	Desain Penelitian.....	28
3.2.	Partisipan (Sumber Data) dan Metode Pengumpulan Data	29
3.3.	Metode Analisis	32
BAB IV DATA DAN ANALISIS		34
4.1.	Gambaran Bisnis Pertanian Kota	34
4.2.	Hasil Survei dan Diskusi Kelompok Terarah	37
4.3.	Peta Empati.....	44
4.3.1.	Pelanggan Lihat (<i>See</i>).....	45
4.3.2.	Pelanggan Dengar (<i>Hear</i>).....	52
4.3.3.	Pelanggan Katakan dan Lakukan (<i>Say dan Do</i>)	53
4.3.4.	Pelanggan Pikirkan dan Rasakan (<i>Think dan Feel</i>)	54
4.3.5.	Rasa Sakit Pelanggan (<i>Pain</i>)	61
4.3.6.	Keuntungan Pelanggan (<i>Gain</i>).....	63
4.4.	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	65
4.5.	Matrix Peta Empati	69
4.6.	Kanvas Model Bisnis POKA Bilafam.....	70
4.6.1.	Segmen Pelanggan	71
4.6.2.	Proposisi Nilai.....	71
4.6.3.	Saluran.....	74
4.6.4.	Hubungan Dengan Pelanggan.....	75
4.6.5.	Arus Pemasukan.....	76
4.6.6.	Sumber Daya Kunci	76
4.6.7.	Aktivitas Kunci	77
4.6.8.	Mitra Kunci.....	78
4.6.9.	Struktur Biaya	79
BAB V RENCANA BISNIS		81

5.1. Rencana Fungsional	81
5.1.1. Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan.....	81
5.1.2. Rencana Pemasaran.....	83
5.1.2.1. Deskripsi Sektor Industri.....	83
5.1.2.2. Analisis Potensi Pasar, Konsumen dan Kompetitor	84
5.1.2.3. Bauran Pemasaran.....	85
5.1.3. Rencana Operasional.....	88
5.1.3.1. Penentuan Lokasi Kegiatan	89
5.1.3.2. Produksi dan Operasional.....	90
5.1.3.3. Prosedur Kualitas Kontrol pada Toko POKA Bilafam.....	93
5.1.3.4. Legalitas Usaha.....	93
5.1.4. Rencana Sumber Daya Manusia	94
5.1.4.1. Kesepakatan Kerja	96
5.1.5. Rencana Keuangan.....	96
5.1.5.1. Biaya Operasional.....	97
5.1.5.2. Pendapatan.....	98
5.1.6. Strategi Keluar	99
5.2. Analisis Kelaikan Bisnis.....	101
5.3. Analisis Risiko	103
5.4. Rencana Aksi	104
5.4.1. Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	105
5.4.2. Penanggung Jawab.....	105
5.4.3. Ukuran Kinerja.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Metode Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	32
Tabel 3.2 Skala Deskriptif Sederhana	33
Tabel 4.1 Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Sayur Secara Umum.....	66
Tabel 4.2 Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Ikan Organik Di Pasaran	67
Tabel 4.3 Pemetaan Peta Empati untuk Kanvas model bisnis Bilafam.....	69
Tabel 5.1 Daftar Harga Produk Sayur dan Ikan Organik POKA Bilafam	85
Tabel 5.2 Sumber Daya Manusia	94
Tabel 5.3 Modal Awal.....	97
Tabel 5.4 Biaya Operasional Dalam Satu Tahun.....	97
Tabel 5.5 Asumsi Jumlah Pengunjung Rerata Per Hari Berdasarkan Skenario Optimis, Moderat Dan Pesimis	98
Tabel 5.6 Proyeksi Penjualan Sayur dan Ikan Organik Dalam Satu Hari	99
Tabel 5.7 Hasil Analisis Kelaikan Keuangan POKA Bilafam 5 tahun.....	101
Tabel 5.8 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan Bisnis POKA Bilafam	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produksi sayuran di Indonesia 2010-2014	1
Gambar 1.2 Rerata Konsumsi Sayur Masyarakat Di Indonesia Per Kapita/Tahun	2
Gambar 1.3 Pendapatan Perkapita Masyarakat Surabaya	3
Gambar 2.1 Ilustrasi Sistem Akuaponik.....	13
Gambar 2.2 Kuadran Pada Model <i>Importance Performance Analysis</i>	16
Gambar 2.3 Templat Peta Empati	19
Gambar 2.4 Templat Kanvas Model Bisnis.....	20
Gambar 4.1 Proses Pengamatan dan Wawancara	36
Gambar 4.2 Profil Responden Yang Pernah Mengonsumsi Ikan-Sayur Organik Berdasarkan Status Pernikahan dan Gender	38
Gambar 4.3 Profil Responden Ikan-Sayur Organik Berdasarkan Usia Responden	39
Gambar 4.4 Profil Responden Ikan-Sayur Organik Berdasarkan Pendidikan.....	40
Gambar 4.5 Profil Responden Ikan-Sayur Organik Berdasarkan Profesi	41
Gambar 4.6 Profil Pengeluaran Responden.....	41
Gambar 4.7 Profil Frekuensi Konsumsi Sayur Organik Dalam Seminggu Berdasarkan Pengeluaran Responden	42
Gambar 4.8 Profil Frekuensi Konsumsi Ikan Organik Dalam Seminggu Berdasarkan Pengeluaran Responden	43
Gambar 4.9 Profil Domisili Tetap dan Konsumsi Sayur-Ikan Organik Responden	43
Gambar 4.10 Peta Empati POKA Bilafam	45
Gambar 4.11 Atribut Kinerja Penawaran Produk Sayur Organik di Pasaran.....	48
Gambar 4.12. Atribut Kinerja Penawaran Produk Ikan Organik di Pasaran.....	50
Gambar 4.13 Sumber Informasi Produk Sayur dan Ikan Organik.....	52
Gambar 4.14 Kesukaan Terhadap Sayur – Ikan Secara Umum dan Pernah/Tidak Mengonsumsi Sayur – Ikan Organik.....	53



Gambar 4.15 Jenis Sayur yang Disukai Responden.....	55
Gambar 4.16 Atribut Produk Sayur Organik Yang Dianggap Penting Oleh Responden.....	56
Gambar 4.17 Jenis Ikan Yang Disukai Oleh Responden.....	58
Gambar 4.18 Atribut Produk Ikan Yang Dianggap Penting Oleh Responden	59
Gambar 4.19 Grafik Kepentingan dan Kinerja Atribut Sayur Organik Di Pasaran	66
Gambar 4.20 Grafik Kepentingan dan Kinerja Atribut Ikan Organik Di Pasaran.....	67
Gambar 4.21 Kanvas Model Bisnis POKA Bilafam.....	70
Gambar 5.1 Peta Lokasi Pertanian Organik Kota dengan Metode Akuaponik (POKA) Bilafam	89
Gambar 5.2 <i>Layout</i> POKA Bilafam	90
Gambar 5.3 Ilustrasi Rangka Bentuk ‘A’	90
Gambar 5.4 Rencana Struktur Organisasi	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	112
Lampiran 2 Hasil Pengamatan Harga Produk Organik	118
Lampiran 3 Perhitungan Keuangan.....	119