

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Perancangan Model Bisnis untuk Validasi Produk pada Usaha Pemula Bidang Hilirisasi Minyak Atsiri *Manner Perfume* “** dengan baik dan tepat waktu.

Tugas akhir ini dibuat sebagai suatu jawaban atau respon terhadap pengolahan minyak atsiri menjadi produk turunannya seperti parfum dengan pemanfaatan teknologi tepat guna yang belum maksimal, sekaligus dalam rangka memenuhi syarat untuk menyelesaikan tugas akhir penulis dengan bidang kajian *Technopreneurship*. Tidak lupa penulis sampaikan terima kasih kepada;

1. Ayah tercinta bernama Yordan dan Ibu tersayang bernama Ahiyusneni serta keluarga yang selalu memberikan dukungan dan do'a terhadap penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Dwi Purnomo, S.TP., M.T selaku ketua komisi pembimbing, selaku pembina dan mentor usaha pemula *Manner Perfume* yang telah memberikan bimbingan serta masukan selama penyusunan tugas akhir ini serta dalam menjalankan usaha *Manner Perfume*.
3. Bapak Anas Bunyamin, S.TP., M.Si selaku anggota komisi pembimbing dan mentor usaha *Manner Perfume* yang telah memberikan bimbingan serta masukan terhadap tugas akhir ini serta memberikan pendampingan selama usaha ini berjalan.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Roni Kastaman, MSIE selaku penelaah dan penguji yang memberikan nasihat serta dukungan kepada penulis.
5. Bapak Irfan Ardiansah, STP., MT selaku dosen wali yang telah memberikan arahan mulai dari masa awal perkuliahan sampai saat ini.
6. Seluruh dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian Universitas Padjadjaran yang selama ini telah mendukung penulis serta mendampingi keseharian penulis dalam menuntut ilmu serta menyelesaikan penulisan tugas akhir penulis.

7. Saudara-saudara seperjuangan dan kakak-kakak terbaik yang ada komunitas bisnis “*The Local Enablers*” yang menjadi keluarga penulis dalam perantauan serta pemberi semangat untuk bangkit di kala sedang terpuruk.
8. Teman-teman angkatan 2015 khususnya dan seluruh angkatan Jurusan Teknologi Industri Pertanian yang selama ini telah mendukung penulis secara total dan penuh dalam perjuangan usaha *Manner Perfume* serta perjuangan menyelesaikan tugas akhir serta teman-teman di kelas yang selalu memberikan keseruan di saat penulis sedang lelah dan jenuh.
9. Kang Andri, Kang Rifki, dan Kang Sammy yang selama ini telah berjuang untuk kemajuan usaha pemula *Manner Perfume* dengan segala susah senang yang dilewati serta keteguhan untuk menjadikan ini perusahaan besar.
10. Teman-teman tercinta di Forum Kreatif Jatinangor (JTN) yang setiap Kamis malam selalu memberikan keceriaan baru, energi baru serta semangat baru untuk lebih berpikir positif dan berkontribusi besar bagi kemajuan lingkungan sekitar.
11. Semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk melaksanakan tugas akhir yang tidak dapat penulis sebutkan seluruhnya.

Penulis sudah berusaha dengan maksimal untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik, namun jika ada kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca, akan penulis terima demi kesempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata, semoga tugas akhir ini mampu memberikan pengetahuan tambahan kepada para pembaca dan semoga gagasan yang penulis sampaikan dapat benar-benar di implementasikan dalam kehidupan nyata.

Jatinangor, 10 Februari 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Identifikasi Masalah .....	3
1.3    Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.4    Manfaat Tugas Akhir.....	4
1.5    Kerangka Pemikiran .....	4
1.6    Alur Analisis.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1    Model .....	6
2.2    Kanvas Model Bisnis.....	6
2.2.1 <i>Customer Segments</i> (Segmen Pelanggan).....	7
2.2.2 <i>Value Propositions</i> (Nilai Lebih yang ditawarkan) .....	8
2.2.3 <i>Channels</i> (Saluran Distribusi).....	8
2.2.4 <i>Customer Relationships</i> (Hubungan dengan Konsumen) .....	8
2.2.5 <i>Revenue Streams</i> (Sumber-sumber Pendapatan) .....	9
2.2.6 <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama yang dimiliki) .....	9
2.2.7 <i>Key Activities</i> (Kegiatan Utama yang dilakukan) .....	9
2.2.8 <i>Key Partnerships</i> (Mitra-mitra Kunci).....	9
2.2.9 <i>Cost Structures</i> (Struktur Biaya).....	10
2.3 <i>Minimum Viable Product</i> (MPV) .....	10
2.4    Usaha Pemula .....	11
2.5    Hilirisasi Produk.....	12

	Halaman
2.6	Parfum ..... 12
2.7	Minyak Atsiri ..... 13
2.7.1.	Minyak Nilam .....13
2.7.2.	Komponen Minyak Nilam ..... 14
2.7.3.	<i>Patchouli Alcohol (PA)</i> .....15
2.8	<i>Gas Chromatography- Mass Spectrometry (GC-MS)</i> ..... 15
2.9	Destilasi Fraksinasi Vakum..... 16
2.10	STP ( <i>Segmenting, Targetting dan Positioning</i> ) ..... 17
2.11	<i>Design Thinking</i> ..... 18
2.12	<i>FGD (Focus Grup and Discussion)</i> ..... 19
2.13	Biaya Menurut Sifat dan Hubungannya dengan Produk ..... 19
2.14	Analisis <i>SWOT (Strength, Weakness, Oppotunitiy and Threat)</i> ..... 20
2.15	Evaluasi <i>Blue Ocean Strategy (BOS)</i> ..... 21
2.16	Pembobotan Skala Likert ..... 23
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI TUGAS AKHIR..... 24</b>
3.1	Pendekatan Tugas Akhir ..... 24
3.2.1	Penelitian Terdahulu .....24
3.2.2	Objek Tugas Akhir.....25
3.2.3	Tempat dan Waktu .....25
3.2	Tahapan Tugas Akhir ..... 26
3.2.1	Periode bulan ke-1 hingga ke-2 .....26
3.2.2	Periode bulan ke-3 hingga ke-4 .....26
3.2.3	Periode bulan ke-5 hingga ke-6 .....27
3.3	Tahapan Membangun Kanvas Model Bisnis..... 28
3.4	Instrumen Penelitian ..... 28
3.4.1	Alat Produksi .....29
3.4.2	Alat Dokumentasi .....29
3.4.3	Alat Pemetaan, Evaluasi dan Analisis .....29
3.5	Metode Pengumpulan Data ..... 29
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN..... 30</b>
4.1.	Gambaran Umum Usaha ..... 30

	Halaman
4.2. <i>Minimum Viable Product</i> (MVP) Pertama .....	32
4.2.1. Kanvas Model Bisnis Parfum Aroma Rempah .....	32
4.2.2. Elemen Kanvas Model Bisnis Pertama .....	33
4.2.3. Produk MPV I <i>Manner Perfume</i> .....	38
4.2.4. Pendapatan MPV I <i>Manner Perfume</i> .....	40
4.2.5. Analisis SWOT MVP I <i>Manner Perfume</i> .....	42
4.2.6. Evaluasi <i>Blue Ocean Strategy</i> MVP I <i>Manner Perfume</i> .....	43
4.3. <i>Minimum Viable Product</i> (MVP) Kedua .....	45
4.3.1. Kanvas Model Bisnis Parfum Atsiri Kotak Kayu .....	45
4.3.2. Elemen Kanvas Model Bisnis MVP II .....	45
4.3.3. Produk MPV 2 <i>Manner Perfume</i> .....	52
4.3.4. Pendapatan <i>Manner Perfume</i> MVP II .....	53
4.3.5. Analisis SWOT MVP II <i>Manner Perfume</i> .....	55
4.3.6. Evaluasi <i>Blue Ocean Strategy</i> MVP II <i>Manner Perfume</i> .....	56
4.4. <i>Minimum Viable Product</i> (MVP) Ketiga .....	57
4.4.1. Kanvas Model Bisnis Parfum Atsiri Kotak Kayu dilapisi Batu .....	57
4.4.2. Elemen Kanvas Model Bisnis MVP III .....	57
4.4.3. Produk MPV III <i>Manner Perfume</i> .....	80
4.4.4. Pendapatan MPV III <i>Manner Perfume</i> .....	81
4.4.5. Analisis SWOT MVP III <i>Manner Perfume</i> .....	84
4.4.6. Evaluasi <i>Blue Ocean Strategy</i> MVP III .....	85
4.5. Hasil Validasi .....	87
4.5.1. Indikator Peningkatan <i>Minimum Viable Product</i> (MVP) .....	87
4.5.2. Preferensi Terhadap Setiap MVP ( <i>Minimum Viable Product</i> ) .....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>97</b>
5.1. Kesimpulan .....	97
5.2. Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Ekspor Komoditi Nonmigas Periode 2011-2015 .....	2
Tabel 2. Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. Harga Pokok Produksi .....	40
Tabel 4. Laporan Penjualan MVP I Manner Perfume.....	41
Tabel 5. Analisis SWOT MVP I Manner Perfume .....	42
Tabel 6. Strategi Evaluasi <i>Blue Ocean Strategy</i> .....	43
Tabel 7. Harga Pokok Produksi .....	53
Tabel 8. Laporan Laba Rugi MVP II .....	54
Tabel 9. Analisis SWOT MVP II Manner Perfume .....	55
Tabel 10. Evaluasi <i>Blue Ocean Strategy</i> .....	56
Tabel 11. Harga Pokok Produksi MVP III.....	82
Tabel 12. Laporan Penjualan MVP III.....	83
Tabel 13. Analisis SWOT MVP III .....	84
Tabel 14. Evaluasi <i>Blue Ocean Strategy</i> .....	85
Tabel 15. Indikator Kemajuan Setiap <i>Minimum Viable Product (MVP)</i> .....	87
Tabel 16. Aset Terlihat dan tidak Terlihat .....	89
Tabel 17. Keterampilan Membangun Jejaring oleh Manner Perfume .....	91
Tabel 18. Kondisi Proses Destilasi Fraksinasi pada Penelitian Utama .....	109
Tabel 19. Daftar Pertanyaan yang diajukan kepada Responden .....	118

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Diagram Data Ekspor-Impor Non Migas .....	3
Gambar 2. Kerangka Pemikiran .....	4
Gambar 3. Sembilan Elemen Kanvas Model Bisnis .....	7
Gambar 4. Minyak Nilam Hasil Penyulingan .....	14
Gambar 5. Struktur Molekul <i>Patchouli Alcohol</i> .....	15
Gambar 6. Skema Kerja GC-MS .....	16
Gambar 7. Analisis SWOT dalam Kanvas Model Bisnis .....	21
Gambar 8. Inovasi Nilai .....	22
Gambar 9. Kerangka Kerja <i>Blue Ocean Strategy</i> .....	22
Gambar 10. Tahapan Tugas Akhir .....	26
Gambar 11. Tahapan Membangun Kanvas Model Bisnis .....	28
Gambar 12. Struktur Organisasi Manner Perfume .....	31
Gambar 13. Kanvas Model Bisnis Iterasi Pertama .....	32
Gambar 14. Hasil <i>Minimum Viable Product</i> (MVP) I .....	38
Gambar 15. Kanvas Model Bisnis Iterasi Kedua .....	45
Gambar 16. Hasil <i>Minimum Viable Product</i> (MVP) I .....	52
Gambar 17. Kanvas Model Bisnis MVP Iterasi Ketiga .....	57
Gambar 18. Penjualan kepada Profesional Muda .....	58
Gambar 19. Segmen Pecinta Parfum .....	59
Gambar 20. Segmen PNS dari Sekretaris Rektor dan Pejabat Perbankan .....	60
Gambar 21. Senyawa <i>Patchouli Alcohol</i> yang ditambahkan .....	61
Gambar 22. Tampilan Kemasan Tradisional .....	61
Gambar 23. Kartu Ucapan Terima Kasih .....	62
Gambar 24. Peracikan Secara Kustomisasi oleh Konsumen .....	63
Gambar 25. Halaman Iklan di <i>Facebook</i> .....	64
Gambar 26. Halaman Instagram Manner Perfume .....	64
Gambar 27. Penjualan Secara Personal .....	66
Gambar 28. Pengenalan Produk kepada Direktur Bank BJB .....	67
Gambar 29. Edukasi Keunggulan Produk kepada Direktur P.U.P.U.K .....	68
Gambar 30. Pengiriman Parfum ke RS Karya Medika, Tambun, Bekasi .....	70

Gambar 31. Proses Destilasi Fraksinasi Minyak Nilam.....	72
Gambar 32. Kegiatan Riset Pengembangan Produk di Lab Sentral Unpad.....	73
Gambar 33. Proses Branding Produk Khas Lokal .....	75
Gambar 34. Jejaring Komunitas <i>The Local Enablers</i> .....	76
Gambar 35. Penguatan Kapasitas SDM untuk Formulasi Parfum.....	77
Gambar 36. Hasil <i>Minimum Viable Product</i> (MVP) I.....	81
Gambar 37. Grafik Pemasukan dari Penjualan .....	89
Gambar 38. Grafik Preferensi Konsumen.....	93
Gambar 39. Kondisi Saat ini Petani Minyak Atsiri di Palembang.....	104
Gambar 40. Konsep <i>Minimum Viable Product</i> .....	104
Gambar 41. Hasil Analisis GC-MS.....	106
Gambar 42. <i>Value Proposition Canvas</i> MVP I.....	110
Gambar 43. <i>Segmenting, Targetting and Positioning</i> MVP I.....	111
Gambar 44. Proses <i>Design Thinking</i> MVP I.....	112
Gambar 45 . Analisis SWOT MVP I .....	114
Gambar 46. Analsis SWOT MVP II .....	115
Gambar 47. Analisis SWOT MVP III.....	116
Gambar 48. Evaluasi <i>Blue Ocean Strategy</i> (BOS) MVP I, II, III.....	117
Gambar 49. <i>Curricullum Vitae</i> CEO, COO dan CFO.....	120



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Latar Belakang dan Kondisi Saat ini Minyak Atsiri.....	104
Lampiran 2. Konsep Umum Pendekatan <i>Minimum Viable Product</i> (MVP) .....	104
Lampiran 3. Analisis GC-MS Hasil Destilasi Fraksinasi.....	105
Lampiran 4. Cara Kerja Alat Destilasi Fraksinasi Vakum.....	107
Lampiran 5. Proses Produksi Senyawa <i>Patchouli Alcohol</i> .....	108
Lampiran 6 <i>Value Proposition Canvas</i> MVP I, Kanvas Model Bisnis .....	110
Lampiran 7. STP ( <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i> ) MVP I, II dan III .....	111
Lampiran 8. <i>Design Thinking</i> MVP 1, Kanvas Model Bisnis.....	112
Lampiran 9. <i>Focus Group and Discussion</i> MVP I, Kanvas Model Bisni.....	113
Lampiran 10. Analisis SWOT MVP I, II dan III Kanvas Model Bisnis.....	114
Lampiran 11. Evaluasi <i>Blue Ocean Strategy</i> MVP I, II dan III.....	117
Lampiran 12. Daftar Pertanyaan yang diajukan kepada Responden.....	118
Lampiran 13. <i>Curriculum Vitae</i> CEO, COO dan CFO .....	120
Lampiran 14. Tabulasi Rata-rata Kuesioner Skala Likert MVP I, II dan III .....	121