

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan meliputi Bisnis Model Canvas PT Kebun Sayur Indonesia

No	Elemen Bisnis	Pertanyaan
1	<i>Customer Segment</i>	<i>Customer segmen</i> atau segmentasi pasar dari sayur selada ini ditargetkan untuk siapa?
2	<i>Value proposition</i>	<i>Value proposition</i> atau nilai yang diberikan kepada konsumen seperti apa?
3	<i>Channel</i>	Untuk <i>channel</i> atau saluran sayur selada sudah didaftarkan kemana saja serta untuk marketplace yang tersedia apa saja untuk mengetahui sasaran dari konsumen.
4	<i>Customer relationship</i>	Apa yang dilakukan terhadap sayur selada dalam terkait <i>customer relationship</i> dalam memperlakukan customer.
5	<i>Revenue Stream</i>	Terkait pendapatan atau pemasukan dalam produksi sayur selada bersumber dari mana saja.
6	<i>Key Activities</i>	Untuk <i>key activities</i> atau kegiatan utama yang dilakukan dalam menjalankan bisnis sayur selada.
7	<i>Key Partners</i>	Siapa saja <i>key partner</i> atau pihak yang menjalin hubungan dengan sayur selada PT Kebun Sayur Indonesia.
8	<i>Key resources</i>	Sumber daya yang dimiliki selada PT Kebun Sayur Indonesia untuk melakukan <i>key activities</i> atau kegiatan Utama.
9	<i>Cost Structure</i>	Sumber biaya selada PT Kebun Sayur Indonesia yang dikeluarkan untuk apa saja.

Lampiran 2. Pemberian Rating Faktor Internal

No	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Pembobotan nilai setiap variabel			
1	Kualitas sayur selada baik	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat
2	Sayur selada hidroponik bebas pestisida	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat
3	Pelayanan baik terhadap konsumen	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat
4	Manajemen usaha yang efektif	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat
5	Tingkat penjualan cukup Tinggi	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat
6	Tersedianya jasa kurir antar sayur ke konsumen	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat
7	Jaringan pemasaran cukup baik	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat
8	Harga Stabil	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat

No	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Pembobotan nilai setiap variabel			
1	Kurangnya konsistensi anggota dalam bekerja	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah
2	Keterbatasan angkutan sayur panen	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah
3	Kurangnya komunikasi antar tim	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah
4	Umur simpan sayur selada tidak tahan lama	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah
5	Pengemasan produk kurang menarik	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah

Lampiran 3. Pemberian Rating Faktor Eksternal

No	Opportunity (Peluang)	Pembobotan nilai setiap variabel			
1	Segmentasi pasar dapat diperluas	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat
2	Perubahan pola konsumsi masyarakat	1 = sangat lemah	2 = lemah	3 = kuat	4 = sangat kuat

No	Threats (Ancaman)	Pembobotan nilai setiap variabel			
1	Banyak pesaing baru	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah
2	Harga pesaing lebih murah	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah
3	Pameran hidroponik kurang tersedia	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah
4	Kenaikan harga bahan baku	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah
5	Munculnya produk turunan dari usaha lain	1 = sangat kuat	2 = kuat	3 = lemah	4 = sangat lemah

Lampiran 4. Dokumentasi Penentuan Faktor SWOT dengan *staff* PT kebun Sayur Indonesia.

