



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 mengumbar dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

RINGKASAN

NABILA RAHMA WATI. Pengembangan Promosi melalui Media Sosial Instagram pada Sayur Kendal Sawangan by Nara Kupu Village Depok. *Promotion Development through Instagram Social Media at Sayur Kendal Sawangan by Nara Kupu Village Depok*. Dibimbing oleh LIISA FIRHANI RAHMASARI.

Berkembangnya internet di Indonesia membuat perkembangan media sosial juga bergerak cepat, salah satunya adalah media sosial Instagram. Instagram kini berkembang menjadi media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat tidak hanya untuk sekedar berbagi foto dan video namun juga sebagai media promosi atau *marketing*. Nara Kupu Village merupakan usaha perseorangan yang bergerak di bidang pertanian organik dengan melakukan sistem budidaya sayuran secara hidroponik dan konvensional serta memasarkan produk sayur ke Sayur Kendal Menteng, Sayur Kendal Sawangan dan warung sayur sekitar. Nara Kupu Village Depok membawahi langsung Sayur Kendal Sawangan untuk pemasaran produk sayuran organik yang dibudidayakan. Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan ide pengembangan bisnis melalui analisis lingkungan internal dan eksternal. Menyusun dan mengkaji kelayakan ide pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis non finansial dan finansial. Metode yang digunakan pada analisis non finansial meliputi SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan *Business Model Canvas* (BMC). Metode finansial yang digunakan meliputi analisis laporan laba rugi dan analisis *R/C ratio*.

Rumusan ide pengembangan bisnis ini muncul dari faktor internal *weakness* dan eksternal *opportunity* ($W - O$) yakni promosi yang dilakukan belum maksimal dan kelemahan tersebut diatasi dengan penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi. Hasil dari rancangan pengembangan bisnis yaitu pengembangan promosi melalui media sosial Instagram pada Sayur Kendal Sawangan yang memberikan dampak berupa target konsumen yang meluas pada blok *customer segment*. Produksi selalu dilakukan secara kontinu dan menjaga kualitas produk dengan mengedepankan *packaging* ramah lingkungan pada blok *value proposition*. Sayur Kendal Sawangan selalu menjaga hubungan baik dengan konsumen, hal ini diterapkan pada blok *customer relationship*. Penggunaan media sosial Instagram memberikan dampak berupa meningkatnya pendapatan pada *revenue stream*. Pada blok *key resources* perusahaan melakukan penambahan sumber daya finansial. Blok *key activities* melakukan penambahan aktivitas promosi dengan melakukan pengolahan konten pada Instagram Sayur Kendal Sawangan. Pada blok *key partnership* perusahaan melakukan kerja sama dengan penyedia aplikasi Instagram dan pada blok *cost structure* dilakukan penambahan pada biaya variabel dan biaya tetap.

Berdasarkan analisis finansial ide pengembangan bisnis ini memberikan keuntungan. Dari hasil perhitungan laporan laba rugi, laba bersih yang diterima perusahaan meningkat sebesar Rp 1.040.418,00 per bulan. Analisis *R/C ratio* mengalami peningkatan dari 2,96 menjadi 3,20 yang berarti setiap biaya Rp 1 yang dikeluarkan akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 3,20 karena nilai *R/C ratio* lebih dari 1 maka bisnis ini layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: *business model canvas*, Instagram, media sosial, promosi, *R/C ratio*