

RINGKASAN

ANNISA SYAFIRA. Perluasan Pasar untuk Meningkatkan Pendapatan pada Nabila Farm (*Market Expansion to Increase Revenue at Nabila Farm*). Dibimbing oleh WIEN KUNTARI

Perusahaan di Kabupaten Bandung Barat yang bergerak pada sektor tanaman hortikultura salah satunya Nabila Farm. Nabila Farm merupakan perusahaan yang bergerak di bidang sayuran, terutama sayuran hidroponik. Akan tetapi, saat ini *brand* Nabila Farm sendiri belum dikenal masyarakat untuk produk sayuran hidroponiknya dikarenakan pada saat berdiri Nabila Farm hanya fokus kepada mitra dan produksi saja dan kondisi pemasaran perusahaan masih belum optimal dikarenakan pemasarannya yang masih terbatas sehingga konsumen sulit untuk memperoleh produk. Berdasarkan kondisi tersebut perkembangan internet dapat menjadi sebuah peluang bagi perusahaan untuk memperluas pasar agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Kegiatan perluasan pemasaran ini dilakukan menggunakan media sosial Instagram, Whatsapp, dan TikTok. Oleh karena itu diperlukannya *branding* agar dapat memudahkan pelanggan mengenal Nabila Farm dikarenakan selama ini produk sayur yang dijual Nabila Farm menggunakan *brand* mitra bukan *brand* Nabila Farm. Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan pengembangan bisnis dan mengkaji ide bisnis perluasan pasar dengan menggunakan BMC dan analisis *non* finansial di Nabila Farm.

Kajian pengembangan bisnis ini dianalisis menggunakan analisis metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif yaitu menganalisis aspek *non*-finansial dengan menggunakan analisis SWOT, kemudian dilakukan pendekatan dengan merancang *Business Model Canvas* (BMC), serta metode kuantitatif yang digunakan yaitu analisis laba rugi dan analisis R/C *ratio* untuk menganalisis aspek finansial, dan CPM/PERT untuk perencanaan dan pengendalian kegiatan bisnis.

Nabila Farm didirikan oleh Dr. Ir. H. Wahyu M.M. dengan lokasi utama di Lembang, Jawa Barat. Tujuan didirikannya yaitu ingin menghasilkan produk sayuran yang berkualitas tinggi, oleh karena itu dibangunlah *greenhouse* dengan sistem budidaya sayuran hidroponik. Nabila Farm sendiri memiliki berbagai macam jenis sayuran hidroponik, diantaranya ada bayam merah, caisim, kangkung, selada keriting hijau, dan pakcoy. Selain menggunakan *greenhouse* untuk sayuran hidroponik, Nabila Farm juga melakukan budidaya sayuran lahan terbuka atau *open field*.

Rumusan ide pengembangan bisnis perusahaan berasal dari hasil identifikasi faktor internal dan eksternal pada Nabila Farm menggunakan matriks SWOT yaitu strategi W-O perluasan pasar untuk meningkatkan pendapatan pada Nabila Farm dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi untuk menciptakan *brand awareness* masyarakat terhadap Nabila Farm. Kelemahan pada perusahaan Nabila Farm sendiri yaitu dalam hal promosi yang belum maksimal karena belum menggunakan *e-commerce*, proses pemasaran belum optimal dan belum menjual produk menggunakan *brand* sendiri. Di sisi lain terdapat faktor peluang yang ada pada lingkungan eksternal perusahaan yaitu gaya hidup masyarakat yang menerapkan pola hidup sehat, perkembangan teknologi informasi, dan adanya pendatang baru. Oleh karena itu dilakukanlah perbaikan dan



penambahan pada elemen BMC sesuai dengan kebutuhan perusahaan setelah pengembangan bisnis.

Berdasarkan hasil analisis BMC pada Nabila Farm terdapat beberapa elemen yang mengalami perubahan. Elemen tersebut diantaranya *value proposition* terdapat penambahan jasa layanan seperti memberikan informasi tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan melalui media sosial TikTok dan Instagram, *customer relationship* perusahaan memberikan layanan tambahan berupa tempat penyampaian saran, *revenue stream* berupa peningkatan pendapatan perusahaan menjadi Rp957.720.000, *key resources* terdapat penambahan tenaga kerja di bidang admin sosial media, *key activities* terdapat penambahan aktivitas dalam kegiatan periklanan melalui TikTok dan Instagram mulai dari penetapan tujuan hingga evaluasi, *key partnership* perusahaan melibatkan jasa *digital printing* untuk membuat logo *sticker* dan jasa ekspedisi, dan *cost structure* perusahaan mengalami perubahan pada biaya tetap dan biaya variabel. Setelah melakukan pengembangan bisnis, selanjutnya dilakukan analisis finansial menggunakan laporan laba rugi dan *R/C ratio*. Terdapat peningkatan laba bersih dan peningkatan permintaan setelah pengembangan bisnis sebesar Rp55.673.832 keuntungan per-tahun dengan *R/C ratio* setelah pengembangan menjadi 1,7 yang dapat diartikan dengan Rp1.000 yang dikeluarkan maka akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp1.700. Berdasarkan hasil pembahasan *Business Model Canvas* Nabila Farm, dalam pengoperasian media promosi periklanan dibutuhkan tenaga kerja yang memahami penggunaan teknologi digital. Oleh karena itu, salah satu usaha yang dapat dilakukan perusahaan adalah merekrut tenaga kerja baru dan memberikan pelatihan kepada tenaga kerja di bidang admin untuk menangani sosial media Nabila Farm dan membuat penjadwalan unggahan konten agar lebih terstruktur sehingga tujuan perluasan pemasaran melalui *branding* perusahaan yang telah direncanakan dapat tercapai dan dapat meningkatkan penerimaan perusahaan.

Kata kunci : *brand awareness*, *digital marketing*, perluasan pasar.

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.