



## RINGKASAN

SALVINA RAMADHANI CAROLINE PRIMSA PELAWI. Efektivitas Pemasaran Komoditas Pakcoy melalui Media Sosial Instagram pada Kelompok Tani Cemerlang Kabupaten Cianjur. *Marketing Effectiveness of Pakcoy Commodity through Social Media Instagram at Cemerlang Farmers Group Cianjur Regency*. Dibimbing oleh KHOIRUL AZIZ HUSYAIRI.

Indonesia merupakan salah satu negara yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di bidang pertanian. Salah satu kegiatan pertanian yang ada di Indonesia adalah budi daya tanaman hortikultura. Kelompok Tani Cemerlang merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang budi daya tanaman hortikultura di wilayah Cianjur. Kelompok Tani Cemerlang menyediakan banyak komoditas hortikultura, dengan komoditas terbesar adalah seledri dan pakcoy.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan ide pengembangan bisnis perluasan pemasaran pada Kelompok Tani Cemerlang dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau SWOT dan menggunakan *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* kemudian akan dievaluasi menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) pada setiap elemen yang ada pada *Business Model Canvas*. Menganalisis dan Menyusun aspek finansial dan non finansial kajian pengembangan pada Kelompok Tani Cemerlang dengan menggunakan analisis laporan laba rugi dan juga analisis *R/C ratio*.

Rumusan ide pengembangan bisnis pada Kelompok Tani Cemerlang diperoleh dari analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan dan analisis SWOT, maka diambil strategi W-O (*Weakness – Opportunities*) yaitu efektivitas pemasaran komoditas pakcoy melalui media sosial Instagram untuk dapat memperkenalkan dan memperluas pasar pada perusahaan. Kelompok Tani Cemerlang sudah menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya. Perusahaan telah memiliki akun sosial media Instagram tetapi belum optimal dalam penggunaannya. Perusahaan belum dapat melakukan manajemen yang baik dalam mengelola Instagram perusahaan. Instagram perusahaan sebelumnya mencantumkan sedikit informasi dan tidak aktif dalam melakukan pengunggahan konten sehingga belum dapat menjangkau pengguna lainnya untuk mengetahui Kelompok Tani Cemerlang. Instagram Kelompok Tani Cemerlang sudah tidak aktif dalam jangka waktu dua tahun, hal ini menyebabkan pemasaran menggunakan media sosial Instagram pada Kelompok Tani Cemerlang belum efektif. Media dalam memperluas pasar pada Kelompok Tani Cemerlang didasarkan pada Kemajuan teknologi khususnya teknologi komunikasi dan informasi dapat menjadi wadah dalam memperluas pemasaran dan memperkenalkan suatu produk pada masyarakat luas. Salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah Instagram.

Berdasarkan data *we are social* (2022) aplikasi Instagram berada pada urutan kedua sebagai media sosial yang paling sering digunakan, dengan persentase 84,8% dari total populasi masyarakat di Indonesia. Hasil dari rencana pengembangan bisnis yaitu *customer segments* perusahaan yang bertambah menjadi masyarakat JABODETABEK dengan skala rumah tangga atau skala kecil. Kemudahan bagi konsumen dalam mendapat informasi dan melakukan



transaksi pada *value propositions*. Kegiatan bazar dan penambahan informasi pada Instagram Kelompok Tani Cemerlang pada elemen *channels*. Fitur *Direct Messages* yang dapat digunakan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan pada *customer relationships*. Penambahan sumber pendapatan perusahaan pada *revenue streams*. Sumber daya yang bertambah yaitu adanya admin, *handphone*, dan biaya intensif karyawan dan kuota internet pada *key resources*. Penambahan aktivitas pada perusahaan yaitu pra *publishing*, *publishing*, dan pasca *publishing* pada *key activities*. Bekerja sama dengan penyedia media sosial pada *key partnership*. Penambahan biaya tetap dan biaya variabel pada *cost structure*.

Berdasarkan hasil analisis finansial yaitu laporan laba rugi, laba bersih yang diterima perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp8.000.428 setiap tahunnya. pada analisis R/C *ratio* perusahaan meningkat dari 2,75 dimana setiap Rp1 yang dikeluarkan oleh perusahaan akan menghasilkan Rp2,75 dan setelah dilakukannya pengembangan bisnis R/C *ratio* perusahaan menjadi 2,76 dimana setiap Rp1 yang dikeluarkan oleh perusahaan akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp2,76. Pengembangan bisnis dikatakan layak karena R/C *ratio* lebih besar dari pada satu dan juga terjadi peningkatan pada pendapatan dan juga R/C *ratio* perusahaan.

Kata Kunci: *business model canvas*, instagram, pemasaran



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies