



RINGKASAN

FINOLA AMANDA HANDRITARTHA. Penggunaan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk PT Tanikota Agribudaya Edulestari di Kota Bandung. *The Use of Digital Marketing to Increase Product Sales at PT Tanikota Agribudaya Edulestari in Bandung City*. Dibimbing oleh ANDRI LATIF.

PT Tanikota Agribudaya Edulestari merupakan usaha yang bergerak dibidang pertanian organik dan agroedukasi yang berlokasi di Kota Bandung. Pemberlakuan PSBB akibat adanya pandemi Covid-19 menyebabkan perubahan perilaku konsumen. Perubahan gaya hidup yang berubah yaitu dengan beralihnya kegiatan belanja menjadi secara *online*. Selain perubahan gaya hidup, adanya perkembangan teknologi membuat konsumen menjadi lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk melalui internet. Digital marketing digunakan sebagai sarana pemasaran secara *online*. Pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan digital marketing yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk mengunggah konten, dan *marketplace* sebagai platform untuk transaksi secara *online*.

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis pada PT Tanikota Agribudaya Edulestari ini untuk merumuskan ide pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis SWOT dan mengkaji apakah ide bisnis ini layak atau tidak untuk diterapkan pada perusahaan. Aspek yang dianalisis yaitu aspek nonfinansial dan finansial. Aspek finansial dianalisis berdasarkan analisis perencanaan biaya dan penerimaan, laporan laba rugi, analisis *R/C ratio*, dan analisis anggaran parsial. Aspek nonfinansial dianalisis berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek sumber daya manusia, aspek organisasi dan manajemen, serta aspek kolaborasi.

Berdasarkan analisis aspek finansial yang telah dilakukan dengan *R/C ratio* setelah dilakukan pengembangan bisnis ini sebesar 2,25. Kajian ide bisnis ini layak untuk dilaksanakan. Keuntungan tambahan yang akan didapatkan perusahaan adalah sebesar Rp34.226.357. Tahapan pengembangan bisnis meliputi identifikasi pengembangan bisnis, pengadaan tenaga kerja, pembuatan akun, perencanaan *content planner*, melayani konsumen, dan evaluasi.

Kata kunci: analisis SWOT, digital marketing, media sosial