



RINGKASAN

NURINDA UTAMI PADOMA. Implementasi *Digital Marketing* dalam Rangka Perluasan Pasar Jamur Tiram pada CV Assalam Kabupaten Cianjur. *Digital Marketing Implementation in the Context of Expansion the Oyster Mushroom Market at CV Assalam Cianjur Regency*. Dibimbing oleh DONI SAHAT TUA MANALU.

Jamur tiram merupakan salah satu tanaman pangan yang dibudidayakan di Indonesia, bahkan beberapa daerah di Cianjur menjadi sentra produksi jamur tiram putih. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam budi daya dan produksi jamur tiram dari hulu hingga hilir di Kabupaten Cianjur yaitu CV Assalam. Kendala yang dihadapi oleh perusahaan yaitu CV Assalam mengalami kesulitan dalam memasarkan produk, sehingga perusahaan hanya mengandalkan pengepul untuk menjual jamur tiram segar. Selain itu, perusahaan juga mengalami penurunan produksi selama pandemi karena sedikitnya jamur tiram yang diserap oleh pasar serta pendanaan yang belum mencukupi. Hal ini yang melatar belakangi kajian pengembangan bisnis mengenai implementasi *digital marketing*.

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis ini yaitu untuk merumuskan ide rencana pengembangan bisnis pada perusahaan jamur tiram putih CV Assalam Kabupaten Cianjur berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan serta melakukan pengkajian rencana bisnis pada CV Assalam berdasarkan aspek finansial dan aspek non finansial. Metode yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis yaitu metode analisis SWOT dan *Business Model Canvas* untuk non finansial serta menggunakan analisis laba rugi, *R/C Ratio*, dan metode analisis parsial untuk aspek finansial.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan/analisis SWOT dan evaluasi SWOT terhadap elemen pada *Business Model Canvas* yang dilakukan, diketahui bahwa kajian pengembangan bisnis diperoleh alternatif strategi, yaitu kelemahan yang dimiliki perusahaan dalam hal pemasaran dan jangkauan pasar dapat diminimalkan dengan memanfaatkan peluang yang ada seperti perkembangan teknologi, permintaan pasar yang tinggi serta pelanggan tetap melalui implementasi *digital marketing*. Platform yang digunakan dalam pengembangan bisnis yaitu *website, shopee, facebook, Instagram* dan Tokopedia. Pengembangan bisnis dilakukan selama 43 hari dengan berdasarkan metode PERT/CPM terdapat waktu luang selama 3 hari. Setelah dilakukan analisis finansial terhadap kajian bisnis tersebut, diperoleh hasil bahwa *R/C Ratio* menunjukkan angka 2,1 yang berarti setiap Rp1 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan Rp2,1 pendapatan yang diterima. Analisis laba rugi juga menunjukkan bahwa setelah pengembangan ide bisnis dilakukan maka akan terjadi peningkatan laba atau keuntungan perusahaan yang berdasarkan analisis parsial mengalami peningkatan keuntungan sebesar Rp911.912.500,00 dalam satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa rencana kajian pengembangan bisnis berupa implementasi *digital marketing* pada CV Assalam dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Kata kunci: *Business model canvas, digital marketing, jamur tiram*