



## RINGKASAN

PUTRI ALYA PRADISNA. Perluasan Pasar Sayuran melalui Media Sosial pada Sun Farm Kabupaten Bogor. *The Expansion of the Vegetable Market through Social Media at Sun Farm Bogor Regency*. Dibimbing oleh ANDRI LATIF.

Hortikultura merupakan cabang dari agronomi yang fokus utamanya yaitu pada budidaya tanaman buah (pomologi/frutikultur), tanaman bunga (florikultura), tanaman sayuran (olerikultura), tanaman obat-obatan (biofarmaka), dan taman (lansekap). Sun Farm memiliki unit bisnis yang bergerak di bidang pertanian yaitu budidaya tanaman hias dan budidaya sayuran yang berkualitas. Sun Farm berlokasi di dalam Rahayu Sentosa Jl. Raya Jakarta Bogor, Nanggewer, Cibinong, Kabupaten Bogor. Kendala yang dihadapi Sun Farm yaitu mengalami *over supply* pada sebagian besar komoditas sayuran yang dihasilkan. Maka dari itu, diperlukan adanya perluasan pasar untuk meningkatkan pendapatan dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini yaitu untuk merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis SWOT (faktor eksternal dan faktor internal) pada Sun Farm serta menyusun dan mengkaji kelayakan ide pengembangan bisnis berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial. Aspek non finansial yang terdiri atas aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi manajemen, aspek sumber daya manusia, dan kolaborasi. Aspek finansial terdiri atas analisis laba rugi, analisis kriteria investasi, analisis resiko dalam bisnis yaitu *switching value* dan analisis parsial.

Ide pengembangan bisnis ini muncul dari faktor internal (*Weaknesses*) yaitu produk yang belum dikenal oleh masyarakat luas, promosi dan pemasaran yang kurang maksimal dan juga adanya produk yang belum terserap pasar karena produk yang dihasilkan mengalami *over supply*, faktor eksternal *Opportunities* yaitu berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan, banyak pengguna media sosial dan banyaknya masyarakat yang mengonsumsi sayuran. Maka dari itu muncul ide pengembangan bisnis dengan judul yaitu perluasan pasar melalui media sosial pada Sun Farm Kabupaten Bogor. Penggunaan media sosial akan mempercepat penyampaian informasi mengenai produk yang akan dijual dan biaya promosi yang tergolong murah. Media sosial yang akan digunakan oleh Sun Farm yaitu *Whatsapp*, *Instagram*, *Tiktok* dan *Facebook*.

Berdasarkan analisis kajian pengembangan bisnis pada aspek non finansial yang dilakukan ini layak dijalankan. Berdasarkan aspek finansial yang telah dilakukan diperoleh hasil kriteria investasi NPV yang lebih besar dari 0 yaitu sebesar Rp657.949.633,00. Nilai IRR yang dihasilkan lebih besar dari rata-rata suku bunga deposito bank yaitu sebesar 15%. *Net B/C* lebih besar dari satu yaitu sebesar 1,78 yang artinya setiap pengeluaran Rp1,00 akan menghasilkan manfaat bersih sebesar Rp1,78. *Gross B/C* lebih dari satu yaitu sebesar 1,13 yang artinya setiap pengeluaran yang dikeluarkan sebesar Rp1,00 akan menghasilkan manfaat kotor sebesar Rp1,13. *Payback period* dalam melakukan perluasan pasar ini menghasilkan pengembalian 6 tahun 2 bulan, hal ini dikatakan layak karena periode pengembalian kurang dari umur bisnis yaitu 10 tahun.

Kata kunci : analisis SWOT, media sosial, sayuran hidroponik, Sun Farm