



## RINGKASAN

SHAFI PUTRI CHAERUNNISA. Pemanfaatan Media *Online* dalam Memperluas Pemasaran Susu pada Bahro Milk Jakarta Timur. *Online Media Utilization for Expanding Milk Market at Bahro Milk East Jakarta*. Dibimbing oleh DWI SADONO.

Peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian yang dapat mendukung perekonomian menjadi salah satu mata pencarian penduduk Indonesia. Bahro Milk menjadi usaha yang berkembang pesat khususnya di Jakarta Timur memiliki produk susu pasteurisasi dan susu murni. Produksi susu Bahro Milk memiliki ketersediaan bahan baku susu sangat melimpah namun permintaan terhadap produk tersebut masih sangat rendah sehingga menyebabkan penumpukan produk pada perusahaan sehingga tidak stabil dikarenakan tidak adanya pasar yaitu kurangnya kegiatan pemasaran hanya dilakukan langsung dengan pembeli datang ke tempat Bahro Milk untuk melakukan pembelian serta menggunakan media sosial Instagram dengan mengupload foto produk tanpa *caption* dan kurang menarik perhatian konsumen sehingga belum adanya pembelian yang dilakukan secara *online* dan pemasaran belum terlaksana secara optimal. Dengan adanya pengembangan bisnis menggunakan media *online* dengan media sosial dan *marketplace* sebagai media pemasaran baru untuk meningkatkan penjualan produk.

Metode yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini adalah aspek non finansial dan aspek finansial. Aspek non finansial terdiri aspek produk, aspek pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumberdaya manusia dan aspek kolaborasi, sedangkan aspek finansial meliputi analisis laba rugi, analisis *R/C ratio*, dan analisis anggaran parsial. Data yang didapat merupakan data primer dan data sekunder.

Berdasarkan analisis aspek finansial yang telah dilakukan dengan *R/C ratio* setelah dilakukan pengembangan adalah 1,23. Kajian ide bisnis ini layak untuk dilaksanakan. Keuntungan tambahan yang akan didapatkan perusahaan adalah sebesar Rp41.915.280 per tahun. Perencanaan tahapan pengembangan bisnis ini menggunakan metode CPM. Aktivitas yang dilakukan pada pengembangan bisnis ini meliputi identifikasi masalah, perencanaan konsep media *online*, perencanaan finansial, perencanaan tenaga kerja, perencanaan sarana dan peralatan, pembuatan akun, pelaksanaan pemasaran menggunakan media *online*, dan evaluasi. Tahapan pengembangan bisnis ini berlangsung selama 75 hari.

Kata kunci : Bahro Milk, pemasaran media *online*, *marketplace*.