



RINGKASAN

NAYLA ANANDA NOORVITA. Perluasan Pasar Sayuran Hidroponik melalui Pemanfaatan *Digital Marketing* pada Hiroto Farm Kota Bogor. *Market Expansion of Hydroponic Vegetables through the use of Digital Marketing at Hiroto Farm Bogor City*. Dibimbing oleh SAFIRA FATHIN.

Hidroponik merupakan sistem pertanian tanpa menggunakan tanah sebagai media tanam, sistem ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan metode pertanian di masyarakat pada umumnya. Adanya produksi sayuran pada Hiroto Farm yang belum terserap oleh pasar serta meningkatnya konsumen rumah tangga di Kabupaten/Kota Bogor menjadi peluang untuk memaksimalkan potensi dalam memasarkan produk guna menjangkau pasar B2C (*Business to Consumer*) di Bogor. Berkembangnya digitalisasi di masyarakat sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat dengan tren yang ada seperti pemasaran melalui digital. Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini yaitu merumuskan ide pengembangan bisnis menggunakan analisis *Business Model Canvas* dan menyusun perencanaan pengembangan bisnis berdasarkan aspek finansial dan non-finansial pada Hiroto Farm.

Metode yang digunakan untuk menganalisis aspek non-finansial yaitu *Business Model Canvas* dengan analisis SWOT, serta analisis finansial menggunakan laporan laba/rugi dan analisis *R/C ratio* untuk menilai efektivitas finansial. Proses identifikasi *Business Model Canvas* dilakukan dengan menganalisis kondisi perusahaan kemudian mengelompokkan ke dalam sembilan elemen untuk dievaluasi dengan analisis SWOT. Selain itu, melakukan wawancara dan membagikan kuisisioner kepada responden sebagai validasi setiap elemen BMC serta merumuskan strategi.

Hiroto Farm merupakan salah satu perusahaan pertanian hidroponik di Kota Bogor yang bergerak pada pasar B2B (*Business to Business*). Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh Hiroto Farm diantaranya penyediaan input seperti benih, media tanam *rockwool*, nutrisi dan peralatan budi daya untuk menunjang proses budi daya. Selanjutnya yaitu kegiatan produksi budi daya sayuran hidroponik serta proses pemasaran yang masih mengandalkan metode konvensional dengan melakukan *canvassing* ke restoran dan swalayan.

Rumusan ide kajian pengembangan bisnis perluasan pasar sayuran hidroponik melalui pemanfaatan *digital marketing* didapatkan dari hasil evaluasi *Business Model Canvas* Hiroto Farm dengan analisis SWOT. Rumusan ide pengembangan bisnis memberikan perbaikan pada setiap elemen *Business Model Canvas* sehingga menciptakan *Business Model Canvas* setelah pengembangan.

Peningkatan laba bersih yang didapatkan sebelum dengan setelah adanya pengembangan bisnis yaitu dari Rp 846.598.711,00 menjadi Rp 1.017.723.134,00 dan *R/C ratio* sebelum dan setelah adanya pengembangan bisnis meningkat dari 3,03 menjadi 3,11. Artinya, sebesar Rp 1,00 yang dikeluarkan akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 3,11. Berdasarkan analisis finansial dan non-finansial, perluasan pasar sayuran hidroponik melalui pemanfaatan *digital marketing* layak untuk dijalankan.

Kata kunci : BMC, *digital marketing*, perluasan pasar, sayuran hidroponik, SWOT