



RINGKASAN

NI MADE AYU MAHARANI. Pengembangan Kinerja *Business Model Canvas* Sayuran Pakcoy pada RH Farm Kota Bogor. *Performance Development Business Model Canvas of Pakcoy Vegetables at RH Farm Bogor City*. Dibimbing oleh D. IWAN RISWANDI.

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Namun pada saat ini banyaknya peralihan alih fungsi lahan untuk pembangunan industri. Hal ini menyebabkan berkurangnya lahan untuk pertanian mengakibatkan berkurangnya kekayaan sumber daya alam. Meskipun dalam praktiknya menggunakan lahan sempit tetapi tetap dapat menghasilkan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satunya adalah menanam tanpa menggunakan media tanah. Tanaman pakcoy (*Brassica rapa chinensis* L.) merupakan salah satu tanaman jenis sayur-sayuran yang termasuk ke dalam varietas sawi-sawian dan berasal dari Tiongkok dan Asia Timur. R'Hidroponik Farm atau yang dikenal sebagai RH Farm adalah salah satu perusahaan agribisnis, khususnya dibidang budidaya hortikultura yaitu sayuran hidroponik yang terletak di Kota Bogor.

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide perluasan pemasaran yaitu usaha pakcoy berdasarkan faktor dan faktor eksternal pada RH Farm dengan metode *Business Model Canvas* dan menyusun model bisnis perluasan pasar sayuran pakcoy pada RH Farm dengan metode *Business Model Canvas*. Metode analisis yang digunakan dalam penulisan kajian pengembangan bisnis ini dilakukan berdasarkan analisis SWOT dan analisis *Business Model Canvas* dan perhitungan dengan menggunakan analisis laba rugi dan analisis R/C Ratio.

Hasil analisis BMC yang telah dilakukan yaitu *customer segment* yang dituju adalah pasar *modern* seperti SuperIndo. *Value propositions* berupa kualitas sayuran yang baik serta sayuran yang sudah dikemas dengan baik. *Channels* atau saluran yang digunakan yaitu dengan Instagram dan WhatsApp serta saluran baru yaitu SuperIndo. *Customer relationship*, perusahaan menjalin hubungan dengan SuperIndo. Pada *key resources* terdapat penambahan sumberdaya manusia dan fisik. *Key activities* baru adalah melakukan perluasan pemasaran dengan SuperIndo dan membuat logo kemasan. *Key partnership*, perusahaan melakukan kerja sama dengan SuperIndo. *Cost structures* biaya variabel sesudah pengembangan sebesar Rp6.096.000 dan biaya tetap yang dikeluarkan sebesar Rp85.524.985. Dalam perencanaan pengembangan bisnis ini dapat dikatakan layak karena nilai R/C Ratio yang dihasilkan > 1 yaitu 1,77 Berdasarkan dari hasil proyeksi laba rugi terdapat peningkatan laba bersih dari Rp14.167.646 menjadi Rp69.788.320. Analisis tersebut menunjukkan bahwa kajian pengembangan bisnis ini dapat meningkatkan dan memberi keuntungan bagi perusahaan sehingga dapat dilaksanakan.

Kata kunci: BMC, pakcoy, perluasan pemasaran