



RINGKASAN

BAGASKORO SANTOSO PUTRA. Perluasan Pasar Produk Sayur melalui *Online Grocery* pada M-Tani Fresh Kabupaten Bogor. *Market Expansion of Vegetable Products through Online Grocery at M-Tani Fresh Bogor Regency*. Dibimbing oleh ALMASRIL SEMBIRING.

Hortikultura merupakan salah satu sub-sektor pertanian Indonesia yang memiliki peran penting dalam pembangunan nasional. Secara garis besar, komoditas hortikultura terdiri dari kelompok tanaman sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias dan tanaman khasiat obat. Salah satu komoditi hortikultura yang memiliki prospek dan nilai komersial yang cukup baik yaitu sayur-sayuran. Berbagai jenis sayur dapat tumbuh di berbagai wilayah Indonesia, salah satunya Jawa Barat. M-Tani Fresh merupakan perusahaan yang membudidayakan sayur-sayuran hingga buah-buahan konvensional. Terletak di Kabupaten Bogor, tepatnya di Cisarua yang merupakan daerah penghasil sayuran karena memiliki keanekaragaman sumber daya alam yang sangat potensial. Pendapatan M-Tani Fresh pada penjualan produk belum memenuhi target, karena tingkat penjualan yang masih rendah dan perluasan pasar yang belum optimal. Untuk meningkatkan pendapatan M-Tani Fresh dalam penjualan produk, maka perusahaan perlu memperluas pasar dengan melakukan kerjasama mitra pada target pasar yang telah ditentukan.

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan ide pengembangan bisnis pada M-Tani Fresh melalui aspek non finansial seperti analisis SWOT dan *Business Model Canvas*, serta aspek finansial seperti laporan laba rugi dan *R/C ratio* dalam merumuskan ide pengembangan bisnis pada M-Tani Fresh.

Berdasarkan analisis non finansial menggunakan metode analisis SWOT dan *Business Model Canvas*, pengembangan ide bisnis ini menghasilkan beberapa perubahan pada setiap elemen *Business Model Canvas* seperti adanya target pasar baru pada *customer segments*, memberikan kualitas sayur sesuai pesanan dan tepat waktu pada *value propositions*, melakukan pemasaran dengan cara pendekatan langsung dan optimalisasi media sosial pada *channels*, memberikan pelayanan yang baik seperti memberikan harga murah atau memberikan sampel sayuran secara gratis ke konsumen pada *customer relationships*, terjadinya peningkatan penjualan pada *revenue streams*, adanya penambahan tenaga kerja dibidang pemasaran pada *key resources*, melakukan pemasaran secara langsung kepada konsumen pada *key activities*, adanya penambahan mitra bahan baku packing pada *key partners* serta adanya perubahan biaya tetap dan biaya variabel pada *cost structures*. Selain itu, analisis finansial yang dilakukan menggunakan laporan laba rugi dan *R/C ratio* juga menunjukkan adanya peningkatan laba bersih pada perusahaan sebesar 47% dari Rp 681.983.120 menjadi Rp 1.002.388.762. Pada analisis *R/C ratio* juga mengalami peningkatan 15% dari 1,63 menjadi 1,88. Berdasarkan analisis non finansial dan finansial, ide pengembangan bisnis ini dikatakan layak untuk dijalankan.

Kata kunci : *Business Model Canvas*, Mitra Kerjasama, Perluasan Pasar

