



RINGKASAN

RIFA KHAIRUNNISA SUTİYONO. Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran Sayuran Hidroponik pada Agriyaponik. *The use of Instagram as a Marketing Media for Hydroponic Vegetables at Agriyaponik*. Dibimbing oleh UDING SASTRAWAN.

Agriyaponik merupakan salah satu UMKM pertanian berbasis *start up* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan produk konsumsi makanan sehat juga membina pendirian UMKM lainnya di bidang pertanian serta mempunyai fokus pada dampak sosial dari usahanya. Melalui kegiatan pertanian di perkotaan dengan memanfaatkan lahan-lahan terbuka yang ada di sekitar masyarakat (*urban farming*) dengan teknologi dan fasilitas yang baik pada daerah Ciracas, Jakarta Timur. Agriyaponik memiliki kapasitas produksi yang cukup besar. Sistem hidroponik pada Agriyaponik memiliki rata-rata produksi sayuran hidroponik dengan 9.000 lubang yaitu sebanyak 100 – 150 gr per sayuran. Berdasarkan hasil rata-rata panen per bulan yaitu sebanyak 565,4 kg. Namun, sayuran hidroponik yang terjual cukup rendah yaitu hanya \pm 300 pcs. Jumlah penjualan yang masih rendah dikarenakan perusahaan hanya menjual produk sayuran hidroponik ini kepada relasi pemilik dan warga sekitar perusahaan.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan ide pengembangan bisnis dan menyusun perencanaan pengembangan bisnis berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial. Metode analisis yang digunakan dalam penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Ide yang diperoleh pada aspek non finansial berdasarkan alternatif strategi *weakness-opportunities (W-O)* yaitu dengan memanfaatkan peluang dengan meminimalkan kelemahan pada perusahaan. Berdasarkan aspek non finansial seperti aspek produksi, aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi dan manajemen, dan aspek kolaborasi pengembangan bisnis ini dikatakan layak. Pada aspek pasar dan pemasaran dikatakan layak karena sudah memiliki segmentasi pasar yang telah ditetapkan. Aspek produksi layak karena memiliki peralatan serta fasilitas yang dibutuhkan pada kajian pengembangan bisnis ini. Aspek organisasi dan manajemen memiliki tambahan struktur organisasi pada bagian admin media sosial Instagram dan pada aspek sumber daya manusia memiliki kualifikasi karyawan yang dibutuhkan dengan berkualitas.

Berdasarkan aspek finansial dapat diproyeksikan mendapat keuntungan tambahan perusahaan bertambah sebesar Rp 2.100.754,00 selama per bulan dan hasil analisa *R/C ratio* sebelum pengembangan bisnis sebesar Rp 0,63 dan setelah pengembangan sebesar Rp 1,16 yang artinya setiap Rp 1 yang dikeluarkan akan menghasilkan pendapatan sebanyak Rp 1,16. Berdasarkan hasil analisis *R/C ratio* pengembangan bisnis tersebut dapat dijalankan.

Kata kunci : Instagram, media sosial, sayuran hidroponik, *urban farming*