



## RINGKASAN

DHITA ZAHRANI. Optimalisasi *E-Creative Digital Marketing* melalui TikTok Shop sebagai Strategi Bisnis pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia. *Optimizing E-Creative Digital Marketing through TikTok Shop as a Business Strategy at PT Halwafarm Sinergi Indonesia*. Dibimbing oleh AYUTYAS SAYEKTI.

Agribisnis merupakan salah satu bidang pertanian yang ada dalam strategi pembangunan pertanian di Indonesia. Agribisnis memiliki suatu kesatuan yang terdiri dari hulu hingga hilir. Pemerintah melalui agribisnis dapat menghasilkan suatu pembangunan pertanian yang berkelanjutan. Salah satu usaha tani yang termasuk kedalam bidang agribisnis yaitu usaha budi daya jamur. Salah satu usaha budi daya jamur yang berkembang pesat di daerah Bogor yaitu PT Halwafarm Sinergi Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2018 hingga terus berkembang. Pada tahun 2020 usaha budi daya jamur ini telah mengantongi badan hukum dengan bentuk usaha Perseroan Terbatas (PT). Permintaan jamur tiram pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia terus mengalami peningkatan.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan ide pengembangan bisnis pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia, dan menyusun analisis aspek finansial dan non finansial pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk menganalisis aspek non finansial seperti aspek pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi dan manajemen dan aspek kolaborasi. Metode kuantitatif digunakan untuk menganalisis aspek finansial seperti analisis laporan laba rugi dan analisis *R/C ratio*. Data yang digunakan dalam penulisan kajian pengembangan bisnis ini yaitu data primer dan data sekunder. Ide pengembangan bisnis ini diperoleh dari hasil analisis SWOT perusahaan.

Rencana kajian pengembangan bisnis yang akan dilakukan yaitu optimalisasi *e-creative digital marketing* melalui TikTok shop sebagai strategi bisnis. Pengembangan bisnis ini dilakukan bertujuan untuk memperluas pemasaran barang maupun jasa pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia. Produk yang akan dikembangkan oleh perusahaan adalah aplikasi TikTok. Ide pengembangan bisnis ini didapatkan berdasarkan alternatif strategi W-O (*Weakness – Opportunity*). Kelemahan perusahaan yaitu belum optimalnya promosi dan pemasaran di media sosial, dengan kelemahan tersebut dapat memaksimalkan peluang yang ada yaitu penggunaan internet yang kian meningkat serta diperkuat dengan meningkatnya penggunaan media sosial TikTok yang menduduki urutan keempat pada kategori media sosial paling banyak digunakan pada tahun 2022.

TikTok merupakan media sosial dan *platform* video musik pendek yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan ide secara bebas dalam bentuk video pendek kemudian video tersebut dapat dibagikan kepada seluruh pengguna TikTok di belahan dunia sehingga memudahkan para pelaku usaha untuk melakukan kegiatan pemasaran *online* dan didukung dengan fitur-fitur yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



menarik. Biaya yang relatif kecil yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran *online* juga cenderung mendukung pengembangan bisnis ini. Rencana pengembangan bisnis pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia terdiri atas perencanaan pasar dan pemasaran, perencanaan produksi, perencanaan sumber daya manusia, perencanaan kolaborasi dan perencanaan finansial.

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dari aspek non finansial yaitu, analisis SWOT, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, pengembangan bisnis ini layak untuk dijalankan. Berdasarkan aspek finansial sebelum adanya pengembangan bisnis keuntungan perusahaan sebesar Rp 312.730.000,00 dan setelah adanya pengembangan bisnis keuntungan yang diperoleh perusahaan bertambah sebesar Rp 504.376.000,00 Perubahan R/C *ratio* sebelum adanya pengembangan bisnis sebesar 1,21 dan setelah pengembangan sebesar 1,84 sehingga berdasarkan hasil tersebut pengembangan bisnis ini dikatakan layak karena memiliki besaran R/C *ratio* lebih dari satu.

Berdasarkan hasil identifikasi pengembangan bisnis perusahaan yaitu Optimalisasi *E-creative Digital Marketing* melalui *TikTok Shop* sebagai Strategi Bisnis pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia layak dan menguntungkan. Dalam pengembangan bisnis ini diperlukannya sumber daya manusia dan fasilitas yang mendukung dalam proses pengembangan bisnis ini. Dalam penyusunan ide dan konsep konten video harus kreatif dan menarik serta *update*. Memposting konten video pada akun *TikTok* perusahaan dilakukan sehari minimal dua kali. Karyawan *digital marketing* perlu menyusun *content planning* dan *content calendar*. *Content Creator* perlu lebih memperhatikan daya tarik.

Kata kunci : *digital marketing*, jamur halwa, jamur tiram, pemasaran, *tiktok*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.