

RINGKASAN

ARINA KHOIRONNISA. Pengembangan *Instagram* Jamur *Crispy* sebagai Media Pemasaran *Online* pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia. *Instagram Development of Crispy Mushroom as Online Marketing Media at PT Halwafarm Sinergi Indonesia*. Dibimbing oleh DAHRI.

Jamur tiram (*Pleurotus Ostreatus*) merupakan komoditas yang menjanjikan, baik untuk pasar domestik yang sedang berkembang maupun untuk ekspor, karena nilai gizi jamur tiram mulai dipahami. PT Halwafarm Sinergi Indonesia merupakan salah satu perusahaan penghasil jamur tiram di daerah Kabupaten Bogor tepatnya di Ciawi. Perusahaan ini sudah menjadi salah satu pemasok jamur tiram di Bogor.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia dan menggunakan *Business Model Canvas* yang akan dievaluasi menggunakan analisis SWOT pada setiap elemen yang ada pada *Business Model Canvas*. Mengkaji rencana pengembangan bisnis *instagram* Jamur *Crispy* sebagai media pemasaran *online* pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia dengan aspek non finansial dan aspek finansial menggunakan analisis laporan laba rugi dan analisis *R/C ratio*.

Dalam merumuskan pengembangan bisnis berupa pengembangan *instagram* jamur *crispy* sebagai pemasaran *online* pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia berdasarkan analisis SWOT dengan menggunakan strategi W-O (*Weakness – Opportunity*) atau terdapat kelemahan dan juga peluang yang dapat digunakan oleh perusahaan. Kelemahan yang dimiliki PT Halwafarm Sinergi Indonesia yaitu jangkauan pasar pada produk olahan jamur *crispy* yang tergolong kecil jangkauannya, serta kurang optimalnya penggunaan media sosial *instagram* pada produk olahan jamur *crispy*. Kelemahan tersebut dapat diatasi dengan peluang penggunaan media sosial sebagai media pemasaran *online* seiring dengan berkembangnya teknologi di era sekarang dikarenakan mudahnya informasi yang masuk melalui media sosial. Salah satu media sosial yang memiliki banyak peminat yaitu *instagram* berdasarkan survei *we are social* (2022) yang berada pada urutan kedua dengan persentase 84,8% dari total populasi masyarakat di Indonesia. Saat ini *instagram* berkembang sebagai media bagi para pelaku bisnis untuk mengkomunikasikan aktivitas bisnis melalui konten dan promosi yang menarik dan informatif.

Hasil dari rencana pengembangan bisnis yaitu pada *customer segments* perusahaan bertambah yaitu masyarakat dari Tangerang, Bekasi, Bandung, Batam, Solo, Kalimantan, dan Bali. Kemudian konsumen mendapatkan kemudahan mengakses informasi dan juga kemasan dengan *zip lock* yang praktis pada *value proposition*. Pada *channels* terdapat penambahan informasi pada *instagram* jamur *crispy*. Fitur *direct message* dan terdapat promo harga merupakan penambahan pada *customer relationship*. Penambahan sumber pendapatan perusahaan pada *revenue streams*. Sumber daya yang bertambah yaitu terdapat admin untuk memegang akun *instagram* jamur *crispy* pada *key resources*. Penambahan aktivitas perusahaan yaitu pra *publishing*, *publishing*, dan pasca *publishing* pada *key activities*. Bekerjasama dengan penyedia stiker pada *key partners* dan penambahan biaya tetap dan biaya variabel pada *cost structure*.



Berdasarkan hasil analisis finansial dengan menggunakan laporan laba rugi dan R/C *ratio*. Pada laporan laba rugi didapatkan laba bersih yang diterima perusahaan meningkat sebesar Rp 7.199.870,00 setiap tahunnya. pada R/C *ratio* setelah pengembangan mengalami peningkatan. Nilai R/C *ratio* sebelum pengembangan sebesar 1,04 artinya setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan maka akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 1,04 sedangkan nilai R/C *ratio* setelah pengembangan sebesar 1,14 artinya setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan maka akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 1,14. Nilai R/C *ratio* tersebut dikatakan menguntungkan karena $R/C > 1$.

Kata kunci: *instagram*, *jamur crispy*, *pemasaran online*

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.

