



RINGKASAN

NURUL FAHMI. Perluasan Pemasaran Tanaman Hias melalui Media Sosial pada CV Putri Hijau Kabupaten Lebak. *Marketing Expansion of Ornamental Plant through Social Media at CV Putri Hijau Lebak Regency*. Dibimbing oleh ANITA RISTIANINGRUM.

Sektor pertanian adalah salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pembangunan di Indonesia, baik dalam menyediakan lapangan pekerjaan maupun untuk kebutuhan pangan sehari-hari. Keadaan alam Indonesia yang sangat kaya akan sumber daya alam, salah satunya kenapa Indonesia bisa memiliki banyak sekali sumber daya alam, karena Indonesia memiliki dua musim yaitu musim kemarau dan musim hujan yang dapat menyebabkan pertanian di Indonesia menjadi sangat beragam, salah satunya tanaman hias.

Indonesia dikenal dengan julukan *center of origin* atau pusat keanekaragaman tanaman berbunga karena Indonesia sebagai negeri yang beriklim tropis dengan kekayaan flora yang beraneka ragam. Berbagai jenis tanaman tumbuh dengan baik termasuk tanaman bunga dan tanaman hias yang mempunyai keunikan dan arti sendiri.

CV Putri Hijau merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang tanaman hias. Kelemahan yang sedang dihadapi CV Putri Hijau saat ini adalah pemasaran yang dilakukan masih kurang baik dan juga masih melakukan pemasaran secara mulut ke mulut yang sudah maju teknologinya seperti sekarang ini.

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah: (1) Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan identifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada perusahaan CV Putri Hijau; dan (2) Menyusun perencanaan pengembangan bisnis perluasan pemasaran tanaman hias melalui media sosial melalui aspek non finansial dan finansial.

Metode yang digunakan dalam penyusunan kajian pengembangan bisnis ini yaitu analisis SWOT, analisis aspek non finansial, dan aspek finansial. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk menganalisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang ada pada perusahaan. Aspek non finansial meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi, manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek kolaborasi. Aspek finansial meliputi analisis biaya operasional, analisis laba rugi, dan analisis R/C *ratio*.

Hasil dari analisis non finansial untuk pengembangan bisnis dikatakan layak karena adanya target pasar, produksi yang kontinu, memiliki struktur manajemen sendiri, dan adanya kerjasama antara perusahaan dengan pemasok input.

Hasil dari analisis finansial untuk pengembangan bisnis ini menggunakan perhitungan analisis laba rugi sebesar Rp222.432.295/tahun. Selanjutnya pengembangan bisnis dikatakan layak berdasarkan hasil analisis R/C *ratio*, nilai yang didapatkan setelah adanya pengembangan bisnis adalah 1,8 yang artinya setiap Rp1 yang dikeluarkan akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp1,8.

Kata kunci: pemasaran, tanaman hias, media sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University