

RINGKASAN

ADELLIA RAMADANU UTAMI. Pengembangan *Digital Marketing Business Model Canvas* Sayuran Hidroponik pada RH Farm Bogor. *Development of Digital Marketing Business Model Canvas Hydroponic Vegetables at RH Farm Bogor*. Dibimbing oleh D. IWAN RISWANDI.

Indonesia merupakan negara yang sebagian lahannya pertanian. Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan negara akan kebutuhan pemukiman dan industrialisasi berakibat pada lahan pertanian yang semakin tergusur sehingga berpengaruh pada hasil produk pertanian. Dalam mengatasi hal tersebut dikembangkan metode hidroponik. RH Farm merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang budidaya tanaman sayuran hidroponik. Perusahaan sejauh ini hanya fokus memasarkan hasil produk pada mitra yang sudah menjalin kerja sama, salah satunya TaniHub. Faktor eksternal menjadi peluang bagi perusahaan yaitu dengan berkembangnya teknologi di bidang informasi dan komunikasi. Pemanfaatan ini akan memperoleh hasil yang maksimal jika ada yang dapat berkompeten untuk membuat *website* sehingga jangkauan masyarakat untuk memperoleh sayuran hidroponik dengan kualitas yang baik semakin mudah dan terbuka.

Tujuan dari dilakukannya perencanaan pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan *digital marketing* menggunakan media sosial dengan menambah alamat *website* sebagai media pemesanan pada profil instagram berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal pada RH Farm dengan *business model canvas* dan menyusun pengembangan bisnis menggunakan metode *business model canvas* pada RH Farm. Metode analisis yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini dilakukan berdasarkan analisis SWOT dan analisis *business model canvas* dan perhitungan laporan laba rugi dan *R/C ratio*.

Hasil analisis *business model canvas* yang telah dilakukan yaitu *channels* yang digunakan yaitu *wordpress*. *Key activities* baru adalah kegiatan merancang isi dan *hosting* dari *website*. *Value propositions* berupa informasi produk di *website*, *service* dan pelayanan. *Customer segments* yang dituju lebih luas. *Customer relationships*, perusahaan memberikan *icon chat* pada *website* untuk dihubungkan dengan *customer service*. *Key resources*, perusahaan memanfaatkan 1 unit laptop yang sudah tersedia di perusahaan untuk melakukan kegiatan aktivitas penjualan. *Key partners* perusahaan jasa kirim barang dan bank untuk melakukan transaksi pembayaran. *Cost structures* biaya variabel sesudah pengembangan sebesar Rp 19.210.000,00 dan biaya tetap yang dikeluarkan sesudah pengembangan sebesar Rp 48.257.082,00 *Revenue streams* pendapatan perusahaan meningkat setelah pengembangan bisnis menjadi Rp 91.588.913,00 perusahaan dapat meningkatkan laba bersih dari Rp 7.227.215,00 menjadi Rp 24.001.222,00 dan peningkatan *R/C ratio* sebesar 0,12. *R/C ratio* yang didapat setelah pengembangan bisnis adalah sebesar 1,358 yang berarti setiap Rp 1 yang dikeluarkan perusahaan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 1,358. Berdasarkan analisis tersebut pendapatan kajian pengembangan bisnis ini meningkat dan menguntungkan bagi perusahaan.

Kata kunci: *business model canvas*, *digital marketing*, hidroponik, *website*