

## RINGKASAN

MOHAMMAD ARIEF ARRAHIEM. Upaya Perluasan Pasar Sayuran Hidroponik Dengan Metode Direct Selling Pada Sufi Agrifarm. (*Effort to Expand Hydroponic Vegetable Market Using Direct Selling Method at Sufi Agrifarm*). Dibimbing oleh ALMASRIL SEMBIRING

Sufi Agrifarm merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pertanian yaitu sayuran hidroponik. Saat ini Sufi Agrifarm hanya memasarkan produk sayurannya kepada Supermarket Smarco dan pengepul. Oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk melakukan perluasan pemasarannya. Kajian pengembangan bisnis ini bertujuan untuk mengidentifikasi model bisnis saat ini, mengevaluasi dan merancang perbaikan model bisnis baru yaitu dengan *Business Model Canvas*. Menyusun kelayakan rencana pengembangan bisnis berdasarkan analisis laba rugi dan R/C Ratio.

Tujuan dari Kajian Pengembangan Bisnis ini diantaranya adalah merumuskan ide pengembangan bisnis dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan metode *Business Model Canvas* dengan menguji kelayakan pengembangan bisnis ini melalui metode Laba rugi dan R/C Ratio.

Jumlah hotel dan restoran yang ada disekitar Sufi Agrifarm sebanyak 34 hotel dan 398 restoran dengan radius 10 km. Jarak antara *green house* Sufi Agrifarm ke hotel dan restoran tersebut dapat di tempuh dengan waktu 1 sampai 2 jam. Hal tersebut memungkinkan bagi Sufi Agrifarm untuk menjangkau hotel dan restoran sebagai calon pasar baru guna memasarkan hasil overproduksi dari sayuran yang dihasilkan.

Berdasarkan analisis non finansial menggunakan metode *Business Model Canvas*, pengembangan ide bisnis ini menghasilkan beberapa perubahan pada setiap blok *business model canvas* seperti adanya penambahan pasar baru yaitu hotel dan restoran pada *key partners, channels, dan customer segment*. Adanya perluasan pasar pada *key activities*, memberikan layanan *recall* produk, diskon dan menerima keluhan *customer* pada *value propositions* dan *customer relationships*, penambahan satu orang tenaga kerja pemasaran pada *key resources*, penambahan biaya tetap dan biaya variabel pada *cost structures* serta adanya peningkatan penjualan pada *revenue streams*. Selain itu, analisis finansial yang dilakukan menggunakan laporan laba rugi dan R/C ratio juga menunjukkan perubahan pada laba bersih perusahaan yang sebelumnya sebesar Rp79.369.143 meningkat menjadi Rp108.107,644. Pada analisis R/C ratio juga mengalami peningkatan dari 1,36 menjadi 1,42, yang artinya setiap Rp1 biaya yang dikeluarkan akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp1,42. Berdasarkan analisis non finansial dan finansial, ide pengembangan bisnis ini dikatakan layak untuk dijalankan.

Kata kunci : analisis R/C Ratio, *business model canvas*, *direct selling*, laba rugi, Sufi Agrifarm