



RINGKASAN

NUR MALIDAH AZKIA. Pemanfaatan Media Sosial Marketing sebagai Media Pemasaran *Online* pada Wanda Strawberry. *Utilization Media Social Marketing as Online Marketing at Wanda Strawberry*. Dibimbing oleh VERALIANTA BR. SEBAYANG.

Indonesia adalah negara agraris sengan sebagian besar penduduk Indonesia bermata pencaharian berada disektor pertanian, sehingga banyak penduduk yang bekerja maupun mempunyai usaha dibidang pertanian. Wanda Strawberry adalah perusahaan yang bergerak pada bidang dan jasa yang menghasilkan komoditas buah dtroberi. Media sosial adalah salah satu media untuk mempromosikan perusahaan agar diketahui oleh konsumen luas. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan banyaknya pengguna media sosial harus dimanfaatkan dengan maksimal. Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan oleh perusahaan bisnis pada Wanda Strawberry. Menyusun dan mengkaji perencanaan pengembangan bisnis pada Wanda Strawberry berdasarkan pendekatan sembilan blok *Business Model Canvas*. menggunakan metode analisis SWOT dan *Business Model Canvas*.

Data yang digunakan pada penulisan kajian pengembangan bisnis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan secara langsung melslui wawancara kepada pemilik dan pekerja pada perusahaan. Data Sekunder dapat diperoleh dari buku, jurnal, internet, Badan Pusat Statistika (BPS) dan lembaga terkait.

Ide pengembangan bisnis diperoleh dari identifikasi analisis SWOT perusahaan. Setelah mengidentifikasi, maka didapatkan alternatif strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) dengan cara memanfaatkan media sosial Instagram dan Youtube untuk memperluas pemasaran perusahaan. Memanfaatkan media sosial sebagai pemasaran *online* dengan cara membuat konten yang dapat menarik konsumen seperti konten edukasi, konten informasi dan konten interaktif. Hasil dari rencana pengembangan bisnis berupa kemudahan bagi konsumen mengakses informasi produk pada *value propositions*. Penggunaan platform media sosial Instagram, Youtube dan Google pada *channels*. Sumber penerimaan berasal dari penjualan buah stroberi produk olahan pada *revenue streams*. Penambahan aktivitas kegiatan pemasaran online pada *key activities*. Menambah pekerjaan karyawan dibidang marketing pada *key resources*. Bekerjasama dengan penyedia *platform* media sosial *adds* dengan mengikuti ketentuan yang berlaku pada *key partnership*. Selanjutnya penambahan biaya tetap dan biaya variabel pada *cost structure*.

Berdasarkan aspek finansial laba bersih yang didapatkan perusahaan setelah ada pengembangan bisnis menjadi Rp 384.433.810,00 dan menurut analisis parsial setelah adanya pengembangan bisnis menghasilkan keuntungan tambahan bagi perusahaan sebesar Rp 89.824.132,00. Pada analissis R/C *ratio* mengalami peningkatan dari 4,7 menjadi 5,2. Karena nilai R/C *ratio* lebih dari 1 maka bisnis ini layak dijalankan

Kata kunci : Instagram, Media Sosial, *online*, Pemasaran. SWOT