



RINGKASAN

LARAS NIRMALA SARI. Perluasan Pemasaran Media Tanam melalui Aplikasi Instagram di CV Mitra Agro Sangkuriang Kabupaten Cianjur. *Expansion of Planting Media Marketing Through the Instagram Platform at CV Mitra Agro Sangkuriang Regency Cianjur*. Dibimbing oleh WAWAN OKTARIZA.

Populasi sapi potong di CV Mitra Agro Sangkuriang sebanyak 6000 ekor, jumlah tersebut memberi peluang kepada perusahaan, tidak hanya penjualan sapi potong tetapi pemanfaatan kotoran sapi sebagai media tanam juga menjadi peluang usaha untuk membuat suatu produk baru. Media tanam merupakan salah satu faktor utama yang harus diperhatikan saat bercocok tanam, media tanam ini harus sesuai dengan tanamannya. CV Mitra Agro Sangkuriang memiliki produk yang dihasilkan dari limbah kotoran sapi menjadi media tanam, namun pemasaran tersebut masih konvensional belum menggunakan *digital marketing* hanya dengan cara pembelian melalui telepon atau mendatangi langsung ke perusahaan. Pemasaran media tanam melalui sosial media Instagram memiliki tingkat peluang yang tinggi antara pihak pemasar dan konsumen dalam proses jual beli.

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis ini 1) Merumuskan ide rencana pengembangan pemasaran media tanam melalui *platform* Instagram di CV Mitra Agro Sangkuriang, 2) Menyusun dan mengkaji kelayakan pengembangan bisnis media tanam berdasarkan aspek non finansial dan finansial.

Perusahaan CV Mitra Agro Sangkuriang merupakan perusahaan sapi potong. Awalnya perusahaan ini hanya memiliki 1 kandang dengan jumlah sapi sebanyak 4 ekor jenis sapi Simental. Pada tiap tahunnya perusahaan berkembang dan jumlah sapi bertambah, di tahun 2001 perusahaan mulai melakukan penggemukan pada sapi impor BX (Brahman Cross) lalu menambah kandang hingga menampung kapasitas sapi 100 ekor. Pada tahun 2010 kandang di perusahaan bertambah menjadi 50 kandang dan menampung kapasitas sapi hingga 2000 ekor. Pada tahun 2014-2017 kandang di perusahaan bertambah lagi sebanyak 50 dan terus bertambah hingga kapasitas *maximal* di perusahaan adalah 6000 ekor sapi.

Rumusan ide pengembangan bisnis yang digunakan yaitu perluasan pemasaran melalui *platform* Instagram agar dapat meningkatkan penjualan. Alternatif strategi yang mendasari ide pengembangan bisnis ini adalah alternatif strategi S (*Strength*) – O (*Opportunity*) memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan peluang perusahaan. Rumusan ide pengembangan bisnis ini dimulai dengan permasalahan yang ada di perusahaan yaitu belum adanya penggunaan *digital marketing*, masih menggunakan promosi dengan melakukan *personal selling*. Dalam bisnis media tanam ini perusahaan masih memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan *digital marketing* secara efektif dan efisien. Berdasarkan analisis finansial penerimaan yang didapat perusahaan mengalami peningkatan pendapatan karena adanya kenaikan penjualan media tanam sebesar 750 bks. Hal ini disebabkan karena setelah adanya penjualan melalui aplikasi Instagram produk lebih dikenal oleh masyarakat dan harga yang ditawarkan naik sebesar Rp 1.000. Keuntungan yang akan didapat perusahaan setelah adanya pengembangan bisnis sebesar Rp 14.413.767, analisis *R/C Ratio* mengalami peningkatan pendapatan sebesar 0,1 dari 1,1 menjadi 1,2 sehingga usaha

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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.



ini dapat dikatakan layak karena *R/C Ratio* lebih dari 1. Laba bersih yang diterima perusahaan setelah adanya pengembangan bisnis sebesar Rp 14.341.698. Tahapan pengembangan bisnis yang dilakukan dimulai dengan tahapan identifikasi pengembangan bisnis dan diakhiri dengan tahapan evaluasi. Waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk melakukan tahapan pengembangan bisnis ini berdasarkan CPM/PERT adalah 60 hari. Perusahaan diharapkan dapat menerapkan pengembangan bisnis ini karena memiliki peluang yang baik yang dapat mengoptimalkan kegiatan promosi. Karena berdasarkan hasil kajian aspek finansial dan non finansial, ide pengembangan bisnis ini dapat dijalankan.

Kata kunci: CV Mitra Agro Sangkuriang, Instagram, media tanam, pemasaran, SWOT

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.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies