

RINGKASAN

NAILA SYIFA. Optimalisasi *Website* Unit Bisnis Salamah Aqiqah Melalui Pendekatan *Business Model Canvas* pada CV Mitra Tani Farm. *Optimization of Salamah Aqiqah Business Unit Website through Business Model Canvas Approach at CV Mitra Tani Farm*. Dibimbing oleh AYUTYAS SAYEKTI

Perkembangan informasi teknologi, terutama internet dan berbagai kemajuan teknologi *gadget* telah merubah praktik pemasaran yang konvensional menjadi lebih mudah, murah, cepat dan akurat. Salah satu teknologi informasi yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat adalah internet. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat menyebabkan munculnya berbagai *platform* bisnis yang berbasis internet. Pengaruh perkembangan teknologi tersebut menyebabkan praktik pemasar dituntut untuk menawarkan sebuah konsep pemasaran baru melalui jaringan internet yang disebut dengan istilah *digital marketing/online marketing*. Adanya perkembangan penggunaan internet, menyebabkan penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat. Hal lain yang mempengaruhi adalah adanya wabah Covid-19 sehingga diberlakukannya *social distancing* dengan penerapan *work from home* (WFH) oleh pemerintah dengan tujuan memutus rantai penyebaran. Masyarakat dituntut untuk bergantung pada internet, sehingga penggunaan internet di rumah meningkat untuk melakukan rutinitas baik untuk pekerjaan, pendidikan, maupun berbelanja kebutuhan sehari-hari. Dampak Covid-19 terhadap CV Mitra Tani Farm menguntungkan untuk unit bisnis olahan kaleng karena permintaan dan penjualan meningkat sebesar tiga kali lipat, biasanya permintaan olahan kaleng sebanyak 1000 kaleng/bulan namun permintaan saat ini dapat mencapai 3000 kaleng/bulan. Permintaan unit bisnis lain seperti aqiqah, penggemukan hewan dan penjualan kotoran segar cukup stabil, sedangkan unit bisnis penjualan produk kulit dan pelatihan mengalami penurunan.

CV Mitra Tani Farm merupakan usaha pada sub sektor peternakan yang memiliki banyak unit bisnis seperti penggemukan hewan domba, kambing dan sapi, aqiqah dan catering, pelatihan, pengalengan, pupuk dan produk kulit. Salah satu unit bisnis yang dimilikinya yaitu Salamah Aqiqah dan Catering sudah menerapkan *digital marketing/online marketing* dalam teknis pemasarannya melalui sosial media seperti *Instagram, Facebook, Youtube* dan *website*. Penerapan *online marketing* pada Salamah Aqiqah melalui *website* kurang optimal dikarenakan tidak adanya tenaga kerja yang ahli pada bidang tersebut.

Tujuan dari Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah merumuskan ide bisnis berupa strategi optimalisasi *website* unit bisnis Salamah Aqiqah pada CV Mitra Tani Farm, Ciampea, Kabupaten Bogor serta menganalisis kelayakan rencana pengembangan bisnis secara finansial dan non finansial. Metode analisis finansial adalah dengan menggunakan analisis laba rugi dan R/C ratio, sedangkan analisis non finansial yang digunakan adalah *business model canvas* dan analisis SWOT. Kajian pengembangan bisnis ini dibuat berdasarkan studi literatur, wawancara dan observasi yang dilakukan ketika Praktik Kerja Lapangan (PKL) di CV Mitra Tani Farm.

Waktu pelaksanaan PKL adalah selama 9 minggu mulai dari tanggal 20 Januari 2020 hingga 22 Maret 2020. Untuk mengoptimalkan pemanfaatan *website*

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 sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



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

upaya yang dilakukan adalah dengan *Search Engine Optimization* (SEO) atau optimasi mesin pencari. Penerapan SEO pada strategi pengembangan bisnis ini dapat memberikan hasil jangka panjang dan permanen. Pada kajian pengembangan bisnis ini diharapkan *website* Salamah Aqiqah dapat menjadi peringkat satu pada hasil pencarian sehingga dapat meningkatkan *awareness* dan dapat mendatangkan pendapatan tambahan. Proses penerapan SEO antara lain adalah riset kata kunci, *on page optimization*, *off page optimization*, dan analisis data. Optimalisasi *website* dilakukan ketika PKL selama 2 minggu yaitu dari tanggal 19 Maret 2020-30 Maret 2020. Penulis hanya dapat melakukan penerapan SEO selama 2 minggu dikarenakan penulis baru dapat mengelola *website* 2 minggu sebelum dipulangkan karena adanya wabah Covid-19.

Optimalisasi *website* yang dilakukan penulis telah menjadikan Salamah Aqiqah berada pada posisi ke enam dengan kata kunci “jasa aqiqah” dalam waktu 2 minggu. Tujuan SEO untuk menjadikan Salamah Aqiqah posisi pertama belum tercapai karena waktu optimal penerapan SEO adalah 3 bulan, sedangkan penulis hanya diberi waktu 2 minggu untuk penerapan SEO.

Pengembangan bisnis ini dapat meningkatkan profit dengan keuntungan tambahan sebesar Rp115.358.7633,00 atau selisih R/C ratio sebesar 0,02 dari model bisnis sebelumnya. Analisis laba rugi setelah pengembangan menghasilkan laba bersih sebesar Rp324.504.948,00 dengan R/C ratio 1,11 yang berarti setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp1,11,00.

Kata kunci: *business model canvas*, optimalisasi, Salamah Aqiqah, SEO, *website*



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies