

## RINGKASAN

LUVITA MUTIA. Peningkatan Pemasaran melalui *Digital Marketing* pada Moo Nyusu Dairy Farm Kabupaten Bekasi. *The Enhancement Marketing Through Digital Marketing at Moo Nyusu Dairy Farm Bekasi Regency*. Dibimbing oleh BAGUS PRIYO PURWANTO dan KHOIRUL AZIZ HUSYAIRI.

Moo Nyusu Dairy Farm merupakan peternakan sapi potong dan sapi perah yang terletak di Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. Sapi potong yang diproduksi setiap tahunnya yaitu 20 hingga 25 ekor sapi potong dengan kapasitas produksi bisa mencapai 40 ekor sapi potong. Selain itu, dalam sehari Moo Nyusu Dairy Farm mampu memproduksi susu murni sebanyak 385 liter, namun susu yang terjual hanya 350 liter saja per harinya. Hal ini dikarenakan sistem promosi Moo Nyusu Dairy Farm yang kurang maksimal hanya mengandalkan *word of mouth* dan *whatsapp* dimana hanya mencakup wilayah pasar di sekitar peternakan. Adanya perkembangan teknologi yang semakin maju mengakibatkan konsumen lebih suka mencari informasi mengenai produk atau jasa melalui internet. Maka dari itu, banyak pemasar yang menggunakan *digital marketing* sebagai media promosi. *Digital marketing* memberikan peluang dalam pemasaran produk atau jasa karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Tujuan penulisan Kajian Pengembangan Bisnis pada Moo Nyusu Dairy Farm ini yang pertama adalah merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal pada Moo Nyusu Dairy Farm. Lalu yang kedua adalah menyusun dan mengkaji perencanaan pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis finansial dan non finansial. Aspek non finansial dianalisis berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, dan aspek kolaborasi. Sedangkan analisis finansial berdasarkan analisis biaya, perencanaan penerimaan, proyeksi laba rugi, analisis R/C *ratio* dan analisis parsial.

Perencanaan pengembangan bisnis berdasarkan aspek pasar dan pemasaran yaitu tidak ada perbedaan harga produk sebelum dan sesudah pengembangan bisnis selain itu cakupan pasar menjadi lebih luas. Berdasarkan aspek produksi yaitu perusahaan akan melakukan kegiatan *update* konten pada media sosial *instagram* dan *facebook* secara terjadwal dan menampilkan konten yang menarik. Berdasarkan aspek organisasi manajemen dan sumber daya manusia, perusahaan akan merekrut satu orang tenaga kerja sebagai tenaga kerja bagian pemasaran dengan kualifikasi tertentu, serta berdasarkan aspek kolaborasi perusahaan akan berkolaborasi dengan jasa angkutan dan pemasok bahan baku.

Peningkatan pemasaran melalui *digital marketing* ini juga dianalisis menggunakan aspek finansial. Analisis kriteria kelayakan yang digunakan adalah analisis biaya, perencanaan penerimaan, proyeksi laba rugi, analisis R/C *ratio* dan analisis parsial. Dalam perencanaan pengembangan bisnis ini dapat dikatakan layak karena R/C *rationya*  $> 1$ , dan menghasilkan tambahan keuntungan yang dinilai dari analisis parsial. Pengembangan bisnis ini dari aspek finansial maupun non finansial dinyatakan layak.

Kata kunci: *Digital marketing*, pengembangan bisnis, parsial

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