

## RINGKASAN

GAEA SAVANNA. Peningkatan Penjualan dengan Optimalisasi Strategi Pemasaran Menggunakan Teknologi Digital pada PT Fajar Sejati Sukses. *The Increase of Sales by Optimizing Marketing Strategies Using Digital Technology at PT Fajar Sejati Sukses*. Dibimbing oleh DONI SAHAT TUA MANALU.

Salah satu metode bercocok tanam yang sedang digemari oleh masyarakat saat ini yaitu hidroponik. Terdapat berbagai kelebihan yang diperoleh dengan budidaya hidroponik, sehingga metode ini digemari baik oleh petani maupun masyarakat umum yang ingin mencoba bercocok tanam sendiri. Permintaan kebutuhan produk hidroponik maupun peralatan hidroponik yang semakin meningkat merupakan peluang bagi PT Fajar Sejati Sukses (FSS) untuk memasarkan produknya.

PT FSS merupakan perusahaan hidroponik yang berada di Kota Bandung, Jawa Barat. Unit bisnis yang dimiliki oleh perusahaan diantaranya yaitu produk primer, produk olahan, sarana produksi hidroponik, hingga jasa berupa pelatihan hidroponik. PT FSS memiliki unit bisnis yang beragam, tetapi dalam proses pemasaran produknya memiliki kelemahan dimana belum dapat dilakukan secara optimal. Adanya kelebihan produksi yang ditawarkan, maka membuat perusahaan harus melakukan peningkatan penjualan dengan mengoptimalkan strategi pemasaran. Dalam rencana pengembangan bisnis ini yang diperoleh berdasarkan strategi WO-1 yaitu optimalisasi pemasaran dengan menggunakan teknologi digital dianggap mampu meningkatkan penjualan produk PT FSS.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini yaitu untuk memetakan *business model canvas* PT FSS dengan melakukan analisis SWOT pada setiap blok, sehingga dapat merumuskan ide pengembangan bisnis optimalisasi strategi pemasaran dengan menggunakan teknologi digital. Adapun metode yang digunakan untuk menganalisis aspek non finansial diantaranya yaitu *business model canvas* dan analisis SWOT. Selain menganalisis aspek non finansial, pengkajian laporan juga dilakukan berdasarkan aspek finansial. Perhitungan finansial dari pengembangan bisnis menggunakan analisis laba rugi, analisis parsial, dan analisis R/C Ratio.

Pengoptimalan kegiatan pemasaran menggunakan teknologi digital membuat penambahan pada sejumlah elemen seperti *channels*, *value propositions*, *revenue streams*, *key activities*, *key resources*, *key partners*, dan *cost structure*. Kegiatan pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan *platform* pada *social media* dan *marketplace*. Berdasarkan analisis pada aspek finansial, perencanaan pengembangan bisnis dikatakan layak. Hal ini dikarenakan terjadi peningkatan keuntungan sebesar Rp 181.450.000,00 dan analisis R/C Ratio yang diperoleh > 1 dari sebelumnya 1,44 menjadi 1,47. Analisis tersebut menunjukkan bahwa pengembangan bisnis pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran untuk meningkatkan penjualan layak untuk dijalankan.

Kata kunci: *business model canvas*, pemasaran, *social media*, *marketplace*

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