



## RINGKASAN

MOH ERIK RAFINA. Peningkatan Potensi Kunjungan Agrowisata di Hortimart Agro Center melalui Aplikasi *Website*. *Increased Potency Visits of Agro-tourism at Hortimart Agro Center through The Website Application*. Dibimbing oleh ANNISAA SOEYONO.

Agrowisata tanpa pemasaran yang kuat tidak cukup untuk menjadi suatu bisnis yang dapat menarik kunjungan wisatawan. Wisatawan akan tertarik pada suatu hal tercipta adanya penasarannya daya beli terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Penyampaian produk yang ditawarkan dilakukan secara bertatap muka maupun secara digital. Pemasaran digital merupakan pemasaran yang menggunakan media untuk mempromosikan sebuah merek atau produk dan jasa yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Salah satu media yang dapat dilakukan dengan menggunakan *website*. *Website* sebagai media yang ampuh untuk mempromosikan perusahaan pada produk atau jasa yang ditawarkan.

Hortimart Agro Center merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pertanian yang berlokasi di Jl. Gatot Subroto No. 55, Bawen, Gembol, Bawen, Semarang, Jawa Tengah. Jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung untuk melakukan kegiatan wisata pada *Agro Tour Hortimart Agro Center* masih tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Hasil analisis SWOT terhadap elemen *business model canvas* menyatakan perlu adanya strategi baru yang dapat mendorong peningkatan jumlah kunjungan. Penerapan strategi baru dengan melihat adanya peluang dan kelemahan yang ada pada perusahaan. Strategi yang dilakukan dengan peningkatan potensi kunjungan agrowisata Hortimart Agro Center melalui aplikasi *website* yang diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini, menyusun strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan *business model canvas* serta analisis finansial. Berdasarkan metode *business model bisnis* yang baru dinyatakan layak untuk dijalankan. Analisis finansial yang dilakukan menggunakan analisis laba rugi dan analisis *R/C ratio*. Hasil laba rugi pada pengembangan bisnis ini diperoleh peningkatan laba bersih sebesar 16,7% atau Rp 122.299.534,00 dan nilai *R/C ratio* sebesar 2,13 yang berarti *R/C ratio* > 1 sehingga dinyatakan dapat menguntungkan perusahaan.

Kata kunci : agrowisata, pemasaran digital, *website*.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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