

RINGKASAN

ROHADATUL ENGRACIA. Pemanfaatan *Website* sebagai Sarana Pemasaran pada Sejahtera Tani *Farm* Kabupaten Bogor. *Website Utilization as Marketing Facility at Sejahtera Tani Farm Bogor Regency*. Dibimbing oleh JUNIAR ATMAKUSUMA.

Indonesia mempunyai potensi sumber daya ternak domba yang beraneka macam, diantaranya adalah domba ekor tipis, domba ekor gemuk, domba garut serta domba lokal lainnya. Sejahtera Tani (ST) *Farm* merupakan usaha yang bergerak dalam bidang peternakan pembibitan dan penggemukan domba. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan mulai dari penyediaan input hingga pemasaran domba kepada konsumen. Pemasaran yang dilakukan oleh ST *Farm* menggunakan media *offline* atau pemasaran secara konvensional. Pemasaran konvensional adalah salah satu jenis pemasaran yang dilakukan secara langsung yaitu pembeli mendatangi langsung calon penjual secara bertatap muka dan begitu pula sebaliknya tetapi kini proses pemasaran secara konvensional bergerak regresif. Kemajuan teknologi mulai menggeser jenis pemasaran ini ke jenis pemasaran baru yang dianggap lebih efektif dan efisien seperti pemasaran *online* dengan memanfaatkan *website*. Pemanfaatan *website* sebagai sarana pemasaran dapat untuk memperluas jangkauan pasar penjualan domba, meningkatkan pendapatan dan memperkenalkan *branding* ke kalangan masyarakat.

Tujuan penyusunan Kajian Pengembangan Bisnis Pemanfaatan *Website* sebagai Sarana Pemasaran ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis pemanfaatan *website* sebagai sarana pemasaran dan menganalisis tingkat analisis non finansial dan finansial. Berdasarkan analisis faktor eksternal dan internal perusahaan melalui matriks SWOT diperoleh alternatif strategi berupa WO (*Weakness-Opportunity*). Kelemahan yang dimiliki perusahaan yaitu belum bisa memenuhi permintaan pelanggan di luar Jabodetabek serta kurangnya penerapan *information technology* pada proses pemasaran perusahaan, sedangkan peluang yang dimiliki perusahaan yaitu memiliki potensi pasar yang besar serta perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.

Metode yang digunakan dalam Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah aspek non finansial dan finansial. Aspek non finansial meliputi aspek produksi, aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, dan aspek kolaborasi. Sedangkan aspek finansial meliputi laporan laba rugi, analisis parsial, dan R/C rasio.

Berdasarkan aspek non finansial, perencanaan produk berupa pemanfaatan *website* sebagai sarana pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran konsumen yang dituju. Perencanaan finansial menunjukkan bahwa bisnis ini dapat meningkatkan pendapatan dan layak untuk dijalankan. Perencanaan finansial meliputi perencanaan biaya, penerimaan dan peningkatan hasil penjualan. Peningkatan hasil penjualan yang didapatkan dari *website* menggunakan analisis parsial dengan jumlah peningkatan sebesar Rp510.239.500,00 per tahun dengan R/C ratio setelah diterapkan adalah 1,8.

Kata kunci : Domba, pemasaran, Sejahtera Tani *Farm*, *website*