



## RINGKASAN

SANDI HAIKAL MUSTHOFA. Pengembangan *Digital Marketing* pada PT Sayuran Siap Saji dengan Pendekatan *Business Model Canvas*. *Digital Marketing Development at PT Sayuran Siap Saji with a Business Model Canvas Approach*. Dibimbing oleh HERMAWAN WANA.

PT Sayuran Siap Saji merupakan salah satu perusahaan sayuran *fresh cut* (potong) yang mengolah sayuran dan mengirim hasil produksinya ke restoran-restoran besar khususnya daerah Jabodetabek. Saat ini perusahaan hanya terpaku pada segmen *business to business* (produk dijual dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya). Pada tahun 2020 ini, PT Sayuran Siap Saji mencoba memperluas pemasarannya dengan target konsumen akhir. PT Sayuran Siap Saji mencoba memasarkan produknya lewat salahsatu *e-commerce* (perdagangan elektronik) yaitu Blibli.com. Namun, sampai saat ini belum dilaksanakan secara maksimal, karena *e-commerce* yang digunakan hanya di Blibli.com, serta belum ada promosi terkait pemasaran ini. Oleh karena itu perusahaan berupaya untuk melakukan pengembangan pemasarannya.

Kajian pengembangan bisnis ini bertujuan untuk mengidentifikasi model saat ini, mengevaluasi dan merancang perbaikan model bisnis baru yaitu dengan memperluas pemasaran *digital marketing*. Menyusun dan mengkaji kelayakan rencana pengembangan bisnis berdasarkan analisis *business model canvas* dan analisis pengembangan berupa analisis GAP antara potensi usaha dan prospek usaha dan analisis akar masalah. Analisis GAP menjelaskan mengenai kesenjangan antara kondisi potensi dan prospek perusahaan. Analisis akar masalah menjelaskan mengenai faktor penyebab yang terjadi pada perusahaan untuk melakukan perbaikan atau pengembangan bisnis.

Perencanaan pengembangan bisnis yang akan dibuat yaitu perluasan pasar dengan *digital marketing* dengan menggunakan *e-commerce* selain Blibli.com yang mempunyai jumlah pengunjung lebih banyak, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan Lazada. Perencanaan finansial yang direncanakan meliputi perencanaan biaya, penerimaan, dan peningkatan hasil penjualan. Peningkatan hasil penjualan yang didapatkan dengan *digital marketing* menggunakan analisis parsial dengan jumlah peningkatan sebesar Rp.1.299.688.088, dan R/C *ratio* sebesar 2,13.

Kata kunci: analisis GAP, *business model canvas*, *digital marketing*, PT Sayuran Siap Saji.

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