



RINGKASAN

© Hak Cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

SAKINAH ZAHRA. Optimalisasi *Digital Marketing* Menggunakan Media Sosial pada Sufi Agrifarm Kabupaten Deli Serdang. *Optimalization Digital Marketing Using Social Media at Sufi Agrifarm Deli Serdang Regency*. Dibimbing oleh ALMASRIL SEMBIRING

Tanaman hortikultura merupakan salah satu sektor agribisnis pertanian Indonesia yang memiliki peran dan kontribusi penting dalam pembangunan nasional. Jenis tanaman yang dibudidayakan dalam hortikultura meliputi buah-buahan, sayur-sayuran, serta bunga dan tanaman hias. Salah satu komoditi hortikultura yang memiliki prospek dan nilai komersial yang cukup baik yaitu sayur-sayuran. Berbagai jenis sayuran dapat tumbuh subur di berbagai wilayah Indonesia, salah satunya Sumatera Utara. Sufi Agrifarm terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang pertanian khususnya tanaman hidroponik. Produk Sufi Agrifarm belum begitu dikenal masyarakat, salah satunya dikarenakan promosi belum dilakukan secara rutin. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merk produk tersebut, maka perusahaan perlu melakukan promosi dengan optimal, salah satunya melalui media sosial.

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan ide pengembangan bisnis pada Sufi Agrifarm melalui analisis SWOT, menyusun perencanaan pengembangan bisnis menggunakan Business Model Canvas, serta menganalisis laporan laba rugi dan R/C ratio ide pengembangan bisnis pada Sufi Agrifarm. Metode kajian yang akan digunakan pada aspek non finansial adalah analisis *Business Model Canvas* dan analisis SWOT, sedangkan pada aspek finansial menggunakan analisis laba rugi dan R/C ratio.

Berdasarkan analisis non finansial menggunakan metode *Business Model Canvas*, pengembangan ide bisnis ini menghasilkan beberapa perubahan pada setiap blok *business model canvas* seperti adanya penambahan reseller pada *key partners* dan *channels*, adanya perbaikan profil media sosial dan konten pada *key activities*, memberikan tampilan media sosial yang menarik dan kemudahan akses informasi pada *value propositions*, adanya *customer service* pada *customer relationships*, penambahan konsumen baru pada *customer segments*, penambahan satu orang admin pada *key resources*, penambahan biaya tetap dan biaya variabel pada *cost structures* serta adanya peningkatan penjualan pada *revenue streams*. Selain itu, analisis finansial yang dilakukan menggunakan laporan laba rugi dan R/C ratio juga menunjukkan perubahan pada laba bersih perusahaan yang sebelumnya sebesar Rp83.128.734,00 meningkat menjadi Rp138.193.573,00. Pada analisis R/C ratio juga mengalami peningkatan dari 1,36 menjadi 1,48, yang artinya setiap Rp1 biaya yang dikeluarkan akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp1,48. Berdasarkan analisis non finansial dan finansial, ide pengembangan bisnis ini dikatakan layak untuk dijalankan.

Kata kunci : *Business Model Canvas, digital marketing, media sosial, optimalisasi*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.