



## RINGKASAN

QORI IDAYU RAMADHANY. Optimalisasi *Digital Marketing* untuk Peningkatan Pendapatan pada Koltivare Farm. *Increased Revenue through Digital Marketing Optimization at Koltivare Farm*. Dibimbing oleh VERALIANTA BR. SEBAYANG.

Metode hidroponik adalah metode penanaman dengan memanfaatkan air tanpa menggunakan media tanah dan menekankan pada pemenuhan kebutuhan hara nutrisi bagi tanaman. Salah satu usaha budi daya sayuran hidroponik adalah Koltivare Farm yang terletak di Kota Bekasi. Penurunan permintaan selama pandemi *Covid-19* menimbulkan selisih antara permintaan dan penawaran pada Koltivare Farm. Tujuan dari penulisan Kajian Pengembangan Bisnis (KPB) ini adalah merumuskan rencana ide pengembangan bisnis dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta mengkaji kelayakan rencana pengembangan bisnis berdasarkan aspek non finansial dan finansial.

Metode analisis yang digunakan dalam penyusunan kajian pengembangan bisnis ini yaitu metode kualitatif dengan pemetaan setiap elemen pada *Business Model Canvas* perusahaan dan metode kuantitatif digunakan dengan menghitung keuntungan finansial setelah pengembangan bisnis melalui analisis *R/C ratio* dan analisis parsial.

Koltivare Farm memiliki sarana dan prasarana yang memadai dalam menunjang aktivitas bisnisnya. Namun kegiatan pemasaran yang dilakukan hanya terfokus pada pemasaran secara langsung. Pandemi *Covid-19* yang menyerang seluruh dunia membuat aktivitas manusia menjadi sangat terbatas. Pemasaran secara langsung dianggap kurang relevan terutama di tengah keadaan pandemi *Covid-19* saat ini.

Elemen-elemen *Business Model Canvas* (BMC) perusahaan yang telah diidentifikasi diketahui memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya masing-masing. Setelah menganalisis kondisi model bisnis Koltivare Farm dan mengelompokkan elemen-elemen BMC ke dalam analisis SWOT didapatkan alternatif strategi baru yaitu optimalisasi *digital marketing*. Setelah mendapatkan alternatif strategi, langkah yang selanjutnya dilakukan yaitu pembuatan rancangan *Business Model Canvas* pengembangan bisnis yang baru.

Elemen-elemen *Business Model Canvas* yang mengalami perubahan setelah optimalisasi *digital marketing* yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key activities*, dan *cost structure*. Analisis finansial dilakukan untuk menilai kelayakan pengembangan bisnis ini. Nilai *R/C ratio* yang didapatkan setelah pengembangan bisnis sebesar 1,52 sesuai dengan standar kelayakan usaha berdasarkan *R/C ratio* yaitu *R/C ratio* >1 artinya usahatani menguntungkan. Berdasarkan hasil analisis parsial, total perolehan tambahan yang didapatkan setelah pengembangan bisnis meningkat sebesar Rp140.446.240.

Kata kunci: digital, hidroponik, pemasaran, sayuran