



RINGKASAN

INDAH MAULINA UTAMI. Strategi Pemasaran Buah Naga melalui Media *Website* pada PT Trisna Naga Asih Kabupaten Subang. *Marketing Strategy of Dragon Fruit through Website Media at PT Trisna Naga Asih Subang Districts*. Dibimbing oleh DONI SAHAT TUA MANALU.

Komoditas yang di budidayakan oleh PT Trisna Naga Asih diantaranya yaitu buah naga merah (*Hylocereus polyrhizus*) dan buah naga kuning (*Selenicereus megalanthus*). PT Trisna Naga Asih mampu menghasilkan 7–10 ton buah dalam sebulan untuk komoditas buah naga merah dan mencapai 17 kg dalam sebulan untuk komoditas buah naga kuning. PT Trisna Naga Asih memiliki selisih (GAP) sebanyak 855 kg yang merupakan total dari tahun 2020–2021 untuk komoditas buah naga merah dan buah naga kuning. Hasil GAP tersebut merupakan selisih dari permintaan dan penawaran rata-rata per bulan yang dihasilkan pada tahun 2020–2021 untuk komoditas buah naga merah dan buah naga kuning. Adanya GAP pada buah naga merah dan buah naga kuning diakibatkan karena pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan belum optimal, sehingga hal ini menjadi kelemahan bagi perusahaan. Terjadinya buah yang *over supply* dan sedikitnya pesaing budi daya buah naga di Subang, sehingga hal tersebut menjadi peluang bagi perusahaan untuk dapat memenuhi permintaan pelanggan lainnya.

Adapun tujuan dari kajian pengembangan bisnis yaitu menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada PT Trisna Naga Asih, kemudian memetakan *Business Model Canvas (BMC)* PT Trisna Naga Asih dengan melakukan analisis SWOT pada setiap masing-masing sembilan elemen, sehingga dapat merumuskan ide pengembangan bisnis strategi pemasaran melalui media *Website*. Pada perencanaan finansial dilakukan menggunakan analisis laporan laba rugi dan *R/C Ratio*.

Perubahan yang terjadi pada masing-masing sembilan elemen *Business Model Canvas* dalam melakukan pengembangan bisnis strategi pemasaran melalui media *Website* di antaranya *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure* dengan melalui evaluasi dan analisis SWOT pada sembilan elemen BMC.

Berdasarkan analisis finansial, perencanaan pengembangan bisnis layak untuk dijalankan karena terjadi peningkatan pada biaya tetap dan variabel, namun peningkatan pada biaya tersebut dapat meningkatkan pendapatan sebesar Rp1.673.722,00. Pada analisis *R/C Ratio* yang diperoleh terjadi peningkatan dari 1,27 menjadi 1,53. Hasil analisis finansial tersebut menunjukkan bahwa pengembangan bisnis strategi pemasaran buah naga melalui media *Website* untuk meningkatkan penjualan layak untuk dijalankan.

Kata kunci : buah naga, *business model canvas*, pemasaran, SWOT.