

## RINGKASAN

SAPTI NURLATIFAH. Optimalisasi Pemasaran Bunga Mawar Potong melalui *Marketplace* pada Kariksa Kebunku di Kecamatan Lembang Bandung Barat. *Marketing Optimization of Cut Roses through Marketplace at Kariksa Kebunku in Lembang District, West Bandung*. Dibimbing oleh DONI SAHAT TUA MANALU.

Bisnis utama yang dijalankan oleh Kariksa Kebunku adalah budi daya dan penjualan bunga mawar potong. Pada tahun 2020 penjualan bunga mawar potong pada Kariksa mengalami penurunan penjualan dikarenakan pandemi *Covid-19*. Biasanya bunga mawar potong banyak digunakan untuk acara-acara tertentu seperti acara pernikahan, wisuda, atau hari *valentine*. Kariksa biasanya dapat menjual semua hasil produksinya, penjualan bunga mawar potong setiap tahun sebelum adanya pandemi yaitu 57.600 kodi dan setelah adanya pandemi Kariksa hanya dapat menjual 52.800 kodi bunga mawar sehingga ada 4.800 kodi bunga mawar potong yang tidak terjual pada tahun 2020. Hal tersebut dikarenakan jasa-jasa dekorasi yang sudah bekerja sama dengan Kariksa tidak ada pemesanan yang mengakibatkan bunga mawar banyak yang tidak terjual sehingga Kariksa perlu mencari pasar baru dengan menjangkau pasar yang lebih luas.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal pada Kariksa Kebunku dan menyusun serta mengkaji rencana kelayakan pengembangan bisnis berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial. Metode yang digunakan dalam menyusun kajian pengembangan bisnis ini yaitu analisis SWOT, analisis aspek non finansial, dan aspek finansial. Hasil alternatif strategi dari SWOT perusahaan yaitu strategi *weakness* (kelemahan) dan *opportunities* (peluang) yang disusun sesuai keadaan perusahaan. Strategi W-O dapat dilakukan perusahaan dengan memanfaatkan faktor peluang untuk mengatasi kelemahan yang ada pada Kariksa. Kelemahan yang dimiliki oleh Kariksa yaitu sistem pemasaran yang kurang maksimal, belum memanfaatkan teknologi informasi dengan maksimal, dan adanya penurunan penjualan. Peluang yang dimiliki Kariksa yaitu adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih dan masyarakat yang gemar berbelanja *online* salah satunya menggunakan *digital marketing* seperti *e-commerce* untuk mengoptimalkan kembali penjualan bunga mawar potong sehingga sisa bunga yang tidak terjual sebelumnya dapat terjual melalui *e-commerce*.

Hasil analisis rencana pengembangan bisnis ini layak untuk dijalankan berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial. Aspek non finansial yang dianalisis meliputi aspek produksi, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, dan aspek kolaborasi. Aspek finansial yang ditunjukkan dari hasil perhitungan nilai *R/C ratio* yang diperoleh setelah pengembangan bisnis yaitu 1,10. Hal tersebut dapat dikatakan layak dengan kriteria kelayakan  $>1$ . Pengembangan bisnis ini menghasilkan keuntungan tambahan sebesar Rp71.932.000,00 berdasarkan hasil analisis anggaran parsial.

Kata kunci: Analisis SWOT, bunga mawar, *e-commerce*, Kariksa Kebunku