



RINGKASAN

RAHMAYANTI. Pemanfaatan *Digital Marketing* pada Penjualan Saprotan di P4S Maura Farm. *Utilization of Digital Marketing in Marketing Agriculture Production Facilities at P4S Maura Farm*. Dibimbing oleh HERMAWAN WANA.

P4S Maura Farm berlokasi di Jl. Bawang Tengah RT.002/RW.006, Padurenan, Kecamatan Mustika Jaya, Kota Bekasi merupakan usaha yang bergerak di bidang pertanian khususnya sebagai penyedia sayuran segar dan perlengkapan keperluan budidaya hidroponik yang terbesar di Kota Bekasi. P4S Maura Farm telah berdiri sejak tahun 2015 dan terus berkembang hingga sekarang. Perusahaan ini telah melakukan pemasaran dengan baik, namun belum menerapkan pemasaran *digital*.

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis SWOT dan mengkaji kelayakan usaha pengembangan bisnis dari aspek non finansial dan finansial. Aspek non finansial terdiri dari aspek produksi, aspek pemasaran, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, dan aspek kolaborasi. Aspek finansial terdiri dari asumsi dasar, perencanaan biaya, perencanaan penerimaan, proyeksi laba rugi, analisis R/C *ratio* dan analisis parsial.

Tahapan pengembangan bisnis terdiri dari perencanaan pengembangan bisnis, perencanaan finansial, pendaftaran akun pada media *digital*, pemasaran produk, dan evaluasi pengembangan ide bisnis. Waktu yang diperlukan P4S Maura Farm untuk melakukan tahapan pengembangan bisnis ini berdasarkan metode CPM adalah 48 hari. Berdasarkan analisis non finansial pengembangan bisnis berupa pemanfaatan *digital marketing* pada penjualan saprotan layak untuk dilaksanakan. Secara aspek produksi saprotan akan dipasarkan melalui aplikasi Shopee, Tokopedia dan aplikasi Tokko. tersebut memiliki target pasar, strategi pemasaran yang direncanakan sesuai dengan keadaan pasar. Secara aspek organisasi manajemen sudah sesuai dengan perencanaan didukung dengan penambahan sumber daya manusia, berkolaborasi dengan Kementerian Pertanian dan Badan Penyuluhan Pertanian (BPP), toko sayuran, pemasok input produksi, dan kelompok wanita tani. Berdasarkan analisis finansial, pengembangan bisnis ini menggunakan metode analisis parsial menghasilkan selisih EAT dan setelah pengembangan sebesar Rp9.197.246,66. Kenaikan R/C *ratio* sebesar 0,010 dan keuntungan tambahan sebesar Rp7.443.463,98. Hasil analisis finansial menyatakan bahwa pengembangan bisnis berupa pemanfaatan *digital marketing* layak untuk dijalankan karena telah memenuhi kriteria kelayakan bisnis.

Kata Kunci: analisis SWOT, *digital marketing*, saprotan.

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