



## RINGKASAN

AULIA SEKAR AYU ALFATIKA. Pengembangan Bisnis Pembenuhan Kentang Granola L G-2 pada Kelompok Tani Putra Harapan Ditinjau dari *Customer Segment*, *Customer Relationship*, dan *Channel*. *Business Development of Granola L G-2 Potato Seedling at Kelompok Tani Putra Harapan in View from Customer Segment, Customer Relationship, dan Channel*. Dibimbing oleh PRAMONO D. FEWIDARTO.

Kelompok Tani Putra Harapan merupakan salah satu kelompok tani di Desa Mekarmanik yang bergerak dibidang pertanian khususnya tanaman hortikultura. Kelompok tani berlokasi di desa mekarmanik, Kecamatan Cimendan, Bandung, Jawa Barat. Kelompok tani dalam beberapa tahun ini sudah menggeluti bisnis jual beli benih kentang dengan menjadi pemasok benih kentang dari Pengalengan. Ketersediaan benih kentang bersertifikat yang masih minim dan sulitnya menjangkau harga benih yang murah membuat kelompok tani perlu mengembangkan usahanya menjadi produksi benih kentang Granola L sendiri. Benih kentang yang diproduksi merupakan benih kentang yang memenuhi standar secara kualitas dengan sertifikasi resmi dari balai benih. Pengembangan dilakukan menggunakan metode *Business Model Canvas* yang berfokus pada tiga blok yaitu *customer segment*, *customer relationship*, dan *channel*. Data yang digunakan dalam penulisan ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer yang diperoleh merupakan hasil dari observasi dan wawancara dengan ketua kelompok serta anggota kelompok tani selama proses PKL. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal maupun literatur yang berkaitan dengan penulisan serta internet.

Hasil analisis kekuatan dan kelemahan pada potensi serta peluang dan ancaman pada prospek usaha, ide usaha dipicu oleh aktivitas baru yang ada pada blok *key activity* yaitu produksi benih kentang Granola L maka kelompok tani juga perlu melakukan pengembangan pada blok *customer segment* dengan merambah segmen pasar baru yaitu petani kentang di Sumatera dan Sulawesi. Pengembangan segmen pasar tentu dapat dilakukan jika saluran pemasarannya juga dioptimalkan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Pada blok *channel* kelompok tani dapat membentuk sosial media dan *website* sebagai media dalam memasarkan produk benih kentang serta sebagai wadah komunikasi dua arah antara pelanggan dengan kelompok tani. Dalam rangka menunjang keberlangsungan saluran pemasaran, layanan pelanggan juga perlu ditingkatkan. Kelompok tani perlu merekrut tambahan tenaga kerja baru sebagai admin yang akan menangani dan mengoperasikan sosial media serta *website* kelompok tani.

Kata kunci: *Business model canvas*, perluasan pasar, pemasaran.

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