



RINGKASAN

KHOLISA SYANIA NIRMALA. Pengembangan Pasar Produk Bunga Telang Kering melalui *Digital Marketing* pada UD Bumiaji Sejahtera Kota Batu. *Market Development of Dried Butterfly Pea Product through Digital Marketing at UD Bumiaji Sejahtera Batu City*. Dibimbing oleh MAYA DEWI DYAH MAHARANI.

Pandemi *Covid-19* memberikan dampak buruk terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Di balik dampak tersebut, telah terjadi peningkatan transaksi belanja digital selama pandemi yang dinilai pemerintah dapat menjadi solusi mengatasi dampak dari pandemi. Persentase jumlah pengguna internet juga turut meningkat mengingat semakin canggih dan beragamnya teknologi serta platform digital. Selain faktor ekonomi, pandemi *Covid-19* mengubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih *aware* terhadap kesehatan dan imunitas tubuh. UD Bumiaji Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian dengan salah satu produknya yaitu bunga telang kering. Menurut beberapa penelitian, kandungan siklotida dan glikosida pada bunga telang dapat mengatur dan meningkatkan imunitas tubuh. Hal ini dapat menjadi peluang bagi UD Bumiaji Sejahtera untuk memperluas produk bunga telang kering yang dapat meningkatkan imunitas tubuh dengan memanfaatkan pemasaran digital.

Kajian pengembangan bisnis ini ditulis dengan tujuan merumuskan ide pengembangan pasar pada produk bunga telang kering melalui *digital marketing* dan menganalisis kelayakan rencana pengembangan dengan metode analisis SWOT pada UD Bumiaji Sejahtera. Analisis tersebut terbagi menjadi aspek non finansial dan finansial yang mencakup aspek produksi, aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, aspek kolaborasi, serta aspek finansial berupa laporan laba rugi, analisis *R/C ratio*, dan anggaran parsial.

Metode analisis dalam perumusan kajian pengembangan ini berupa analisis SWOT dengan hasil strategi *weakness-opportunity* yaitu meminimalkan kelemahan dalam internal perusahaan untuk merebut peluang pada eksternal perusahaan. Kelemahan tersebut adalah belum dapat menggunakan pemasaran digital dan promosi secara maksimal serta peluang berupa perkembangan teknologi digital dan internet yang semakin canggih, peningkatan pengguna internet, masyarakat yang gemar berbelanja *online*, dan perubahan kebiasaan masyarakat akan gaya hidup sehat. Analisis tersebut menghasilkan ide berupa strategi dalam pengembangan pasar melalui *digital marketing* pada produk bunga telang kering.

Hasil analisis dari aspek non finansial pada pengembangan bisnis terdapat beberapa penambahan pada aspek pemasaran dan produksi. Pada aspek pemasaran dilakukan perbaikan dan pengembangan konten pada platform Tik Tok dan Tokopedia serta iklan. Harga penjualan produk bunga telang kering kemasan 10 gram sebesar Rp18.000,00 dan kemasan 30 gram sebesar Rp50.000,00 per unit. Pada aspek produksi terjadi penambahan volume produksi dan pengemasan untuk produk yang dipesan *online*. Berdasarkan aspek finansial kajian pengembangan bisnis ini dikatakan layak karena nilai *R/C ratio* >1 yaitu 1,23 menjadi 1,38.

Kata kunci: analisis SWOT, bunga telang kering, pengembangan pasar

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