



RINGKASAN

SAVIRA RAHMA DEWANTI. Optimalisasi Sosial Media sebagai Sarana Promosi Produk pada PT Bina Usaha Flora-Cianjur. *Optimization of Social Media as a Product Promotion Tool at PT Bina Usaha Flora-Cianjur Regency*. Dibimbing oleh MURDIANTO.

PT Bina Usaha Flora merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dibidang pertanian khususnya budidaya berbagai macam varietas tanaman hias semusim maupun tahunan yang berkelanjutan yang berlokasi di Jl. Mariwati Km 5,5 Pataruman, Cipanas – Cianjur 43254. Jenis tanaman yang diproduksi oleh PT Bina Usaha Flora tersedia dalam bentuk bibit siap tanam dalam tray (*plugs*), tanaman hamparan (*bedding plants*), dan tanaman pot (*potted plants*).

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada PT Bina Usaha Flora. Selanjutnya menyusun perencanaan ide pengembangan bisnis menggunakan aspek finansial dan aspek non finansial. Pada aspek finansial menggunakan analisis laba rugi, analisis R/C *ratio*, dan analisis parsial. Sedangkan analisis non finansial menggunakan aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia dan aspek kolaborasi.

Sistem pemasaran belum maksimal karena PT Bina Usaha Flora masih kurang aktif dalam mempromosikan produk melalui sosial media sehingga masih mempromosikan dengan sistem *word of mouth* dan *whatsapp* bagi konsumen. Oleh karena itu, pengoptimalan sosial media menjadi peluang untuk mempromosikan produk dengan cakupan pasar lebih luas. Persaingan pasar yang sudah *online* menuntut perusahaan lebih kreatif dalam memasarkan produknya seperti membuat konten produk tanaman yang terdapat pada PT Bina Usaha Flora dan informasi seputar wawasan tentang tanaman.

Pada perencanaan produk, pada pengembangan bisnis ini berisi konten-konten berupa foto, video dan informasi pengetahuan seputar tanaman hias pada *instagram*. Konten yang ditampilkan di *instagram* berisi foto produk dari tanaman hias yang dijual pada perusahaan, video, informasi, manfaat produk serta informasi lainnya seputar tanaman hias. Perencanaan pemasaran meliputi segmen, target dan posisi pasar yang lebih luas. Pada perencanaan produksi terdapat penambahan sarana dan peralatan yang menunjang ide pengembangan bisnis seperti handphone, laptop dan aplikasi edit foto dan video. Dalam perencanaan organisasi, manajemen dan sumber daya manusia, pada kajian bisnis ini merekrut satu tenaga kerja bagian pemasaran dengan syarat kualifikasi tertentu yang harus dipenuhi. Pada aspek kolaborasi, perusahaan selain bekerjasama dengan para pemasok bahan baku juga bergabung ke dalam Asosiasi Bunga Indonesia (ASBINDO).

Berdasarkan hasil analisis R/C *ratio* pada kajian ide bisnis optimalisasi sosial media sebagai sarana promosi produk sebesar 1,83 yang artinya R/C *ratio* > 1 sehingga layak untuk dijalankan dengan perolehan tambahan keuntungan yang dikaji pada analisis parsial sebesar Rp49.939.000,00.

Kata Kunci : analisis parsial, instagram, PT Bina Usaha Flora, sosial media, tanaman hias

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang meminumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.