



RINGKASAN

ATHIRA VIONA IRADITA. Strategi Perluasan Pasar Produk Susu pada Peternakan Sapi Barokah Farm Kota Bogor. *Market Expansion's Strategy for Dairy Product at Cattle Ranch Barokah Farm Bogor City*. Dibimbing oleh HERMAWAN WANA.

Susu dari segi gizi berhubungan dengan kepentingan makanan yaitu suatu zat makanan yang dibutuhkan oleh tubuh untuk pertumbuhan dan mempunyai imbang yang sesuai dengan gizi. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa permintaan susu sapi di Indonesia maupun di Kota Bogor memiliki angka yang tinggi. Maka dari itu, peternakan harus memiliki strateginya sendiri untuk memenuhi permintaan konsumen. Barokah *Farm* merupakan salah satu peternak rakyat yang bergerak di bidang sapi perah yang berlokasi daerah Kebon Pedes, Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat. Barokah *Farm* berencana memperluas pemasaran produk susu guna membantu mengatasi permasalahan yang terjadi.

Penjualan langsung dan melalui media sosial menjadi salah satu cara yang digunakan oleh Barokah *Farm* sebagai upaya memperluas pemasaran produk susu sapi perah. Alasan memilih cara dengan penjualan langsung dan media sosial karena Barokah *Farm* yakin dengan kualitas susu sapi yang mereka produksi. Dalam pengembangan bisnis dengan cara memperluas pemasaran banyak hal yang akan dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Whatsapp secara maksimal dan melakukan penjualan langsung untuk mengetahui bagaimana respon pasar terhadap produk di Barokah *Farm*.

Kajian pengembangan bisnis yang dilakukan di Barokah *Farm* berdasarkan hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berlangsung mulai dari bulan Februari sampai April 2021. Rumusan ide pengembangan bisnis dirumuskan berdasarkan analisis *Business Model Canvas* yang kemudian dievaluasi dengan analisis SWOT dengan strategi alternatif yaitu W-O (*weakness-opportunity*) yaitu perluasan pasar. Kemudian dilakukan pembuatan *Business Model Canvas* setelah pengembangan dan melakukan analisis saluran pemasaran serta analisis margin pemasaran.

Elemen-elemen dalam *Business Model Canvas* yang mengalami perubahan setelah terjadinya perluasan pasar antara lain *key partners*, *key activities*, *cost structure*, *channels*, *customer relationships*, dan *value propositions*. Analisis saluran dan margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui lembaga pemasaran apa saja yang terlibat serta mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran. Margin pemasaran yang terbesar itu adalah susu pasteurisasi *milky land* yang bermitra dengan Gojek yaitu Rp6.000,00 dan margin terkecil susu pasteurisasi dengan konsumen akhir yaitu Rp156,00 yang menunjukkan bahwa bila bermitra dengan Gojek (ojek *online*) akan dikenakan banyak biaya tambahan seperti pajak serta terjadi kenaikan harga sedangkan bila langsung ke konsumen akhir tidak dikenai kedua biaya tersebut. Serta berdasarkan analisis laporan laba rugi terjadi perubahan *R/C Ratio* dari 1,53 menjadi 1,73.

Kata kunci : perluasan pasar, produk susu, analisis margin pemasaran.

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