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.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Bogor Agricultural University

RINGKASAN

ALMA SHOPIA YULIANTI. Optimalisasi *Digital Marketing* pada Produk *Frozen Food* di PT XYZ Kota Bogor. *Digital Marketing Optimization for Frozen Food at PT XYZ in Bogor City*. Dibimbing oleh PRIMA GANDHI

PT XYZ merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan daging sapi, daging ayam, dan daging ikan yang berlokasi di Bukit Panorama Blok M No. 9 Kota Bogor, 16136. Indonesia. PT XYZ dirikan taun 2015 oleh Ibu Wulandari dan Bapak Darwadi. PT XYZ memproduksi berbagai macam *nugget*, bento, dan sosis. Jumlah produksi PT XYZ perhari mencapai 500 – 600 *pack* dengan berbagai macam produk. Dalam keseluruhan proses produksi sudah sesuai dengan SOP yang telah ditentukan. Produk dari PT XYZ tidak menggunakan MSG, pengawet, dan menggunakan bahan-bahan yang sehat dan premium. Permintaan pada PT XYZ sudah mencapai *overload capacity*, hanya saha PT XYZ masih terkendala di perluasan pasar melalui *digital marketing* di khususkan pada *platform tiktok* yang belum mencapai optimal. Pemanfaatan *digital marketing* melalui *platform tiktok* ini dapat memperluas pasar dari produk PT XYZ dan memperkenalkan produk-produk yang dijual oleh PT XZY.

Penjualan dan memperkenalkan produk secara *online* dapat memperluas pemasaran pada PT XYZ secara global. Diera sekarang internet menjadi bagian utama dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Oleh karena itu, dengan mengoptimalisasikan perluasan pasar melalui *digital marketing* sangat penting untuk jalannya usaha dari PT XYZ. Ketersediaan internet perusahaan bisa digunakan dengan bebas untuk berkreasi mempromosikan produknya agar dikenal lebih luas oleh masyarakat.

Tujuan penulisan Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis pada usaha produk PT XYZ yaitu penjualan produk melalui *digital marketing* dan menyusun pengembangan penjualan *online* melalui *digital marketing*. Metode analisis yang akan digunakan dalam penyusunan kajian pengembangan bisnis menggunakan dua metode secara kuantitatif dan kualitatif. Metode kualitatif menggunakan analisis SWOT dan *Business Model Canvas* yang mencakup Sembilan elemen yaitu *customer segment, customer relationship, value proposition, channels, key activities, key partnership, key resource, revenue stream*, dan *cost structure*. Metode kuantitatif menggunakan analisis laporan laba rugi dan R/C *ratio*.

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal melalui SWOT pada PT XYZ terdapat kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan yaitu pemasaran melalui *platform tiktok* belum optimal. Kelemahan yang dimiliki perusahaan dapat diminimalisir dengan memanfaatkan peluang yaitu tingkat loyalitas konsumen tinggi terhadap produk *frozen food*, perkembangan teknologi *digital marketing* yang semakin pesat, dan tingginya minat masyarakat untuk menjadi agen. Alternatif strategi yang diperoleh yaitu W-O pengoptimalisasian penjualan melalui *digital marketing*.

Berdasarkan hasil analisis finansial analisis laba rugi laba bersih yang diterima perusahaan meningkat sebesar EP 29.178.800 dengan nilai R/C *ratio* sebesar 2,6 yang artinya setiap biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 1 akan mendapatkan penerimaan sebesar 2,6. Dilihat dari perluasan pasar dengan

mengoptimalkan *digital marketing* perusahaan mengalami kenaikan laba bersih dan membuktikan bahwa strategi tersebut dapat dijalankan. Dilihat dari R/C *ratio* walaupun adanya peningkatan pada biaya variabel dan biaya tetap tetapi pendapatan perusahaan ikut meningkat. Maka dari itu analisis finansial pengembangan bisnis ini berupa perluasan pasar mengoptimalkan media *digital marketing* layak untuk dijalankan.

Kata kunci : *Digital marketing, online, Business Model Canvas, frozen food*, SWOT, laba rugi dan R/C *ratio*

Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

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.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University