

## RINGKASAN

MUTIARA RAHMA PURWANTIKA. Pengembangan Pemasaran Secara *Online* Melalui *Social Media* Pada Aer Farm Hidroponik Sukabumi. (*Online Marketing Development Through Social Media At Aer Farm Hidroponik Sukabumi*). Dibimbing oleh HERMAWAN WANA.

Perkembangan teknologi internet yang masif dalam beberapa tahun terakhir memberikan dampak pada berbagai bidang, termasuk bidang perdagangan. Banyak pelaku usaha yang awalnya berjualan dengan sistem konvensional, kini mulai tertarik untuk membuka usaha secara online. Dari sisi pelaku usaha, hadirnya media penjualan *online* menjadi peluang untuk dapat meningkatkan keuntungan dan memperluas target pasar di dunia maya. CV Wisesa Tunas Bumi dengan nama usaha Aer Farm Hidroponik Sukabumi ini adalah usaha yang bergerak di bidang sayuran hidroponik. Pemasaran di Aer Farm Hidroponik Sukabumi masih bisa diperluas dengan mempertimbangkan kekuatan serta peluang yang dimiliki. Salah satu strategi pemasaran untuk memperluas pemasaran Aer Farm Hidroponik Sukabumi adalah dengan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produknya secara *online*. Aer Farm Hidroponik Sukabumi berdiri pada tanggal 28 Desember 2018 di lahan milik Bapak Rocky Poerwinata sebagai pemilik Aer Farm Hidroponik Sukabumi. Terletak di Jl. Mayor Mahmud, Kampung Babakan Kiara, Sukabumi, Jawa Barat. Luas keseluruhan lahan di Aer Farm Hidroponik Sukabumi ini seluas 1000 m<sup>2</sup> dengan luas lahan untuk instalasi hidroponik seluas 700 m<sup>2</sup> dan sisanya untuk mess karyawan seluas 300 m<sup>2</sup>.

Kajian pengembangan bisnis ini bertujuan untuk merumuskan ide pengembangan bisnis serta menyusun dan mengkaji kelayakan ide pengembangan bisnis dengan analisis finansial dan non finansial. Rencana pengembangan bisnis yang akan dijalankan ini muncul dari faktor internal *weakness* dan faktor eksternal *opportunity* (W-O) yakni Pemasaran Aer Farm Hidroponik Sukabumi yang belum luas dan masih bisa diperluas. Metode kajian yang digunakan dalam penulisan kajian pengembangan bisnis ini dilakukan berdasarkan aspek non finansial dan finansial. Aspek non finansial meliputi analisis SWOT dan analisis *business model canvas* (BMC), serta aspek finansial meliputi laporan laba rugi dan analisis *revenue cost ratio* (R/C ratio).

Berdasarkan analisis aspek non finansial yang dilakukan kajian pengembangan bisnis ini layak untuk dijalankan. Berdasarkan aspek finansial yang telah dilakukan dengan perhitungan analisis laba rugi, laba bersih yang diterima perusahaan sebelum dilakukan pengembangan adalah minus Rp2.333.513,00 dan laba bersih setelah pengembangan adalah Rp30.079.094,00 yang berarti mengalami peningkatan. R/C ratio pada perusahaan sebelum dilakukannya pengembangan adalah sebesar 0,98 dan R/C ratio pada perusahaan setelah dilakukannya pengembangan adalah sebesar 1,23 yang berarti mengalami peningkatan. Nilai R/C ratio tersebut dikatakan menguntungkan karena R/C ratio > 1. Artinya setiap Rp1 yang dikeluarkan akan menghasilkan keuntungan sebanyak Rp0,23.

Kata Kunci: pemasaran secara *online*, *business model canvas*, R/C ratio.

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