



RINGKASAN

AZKA HUMAM MUSYAFFA'. Perluasan Pemasaran Olahan Keripik Pangsit dengan Pemanfaatan Sosial Media pada Okiagaru Farm Kabupaten Cianjur. *Marketing Expansion of Processed Dumpling Chips by Utilizing Social Media at Okiagaru Farm Cianjur Regency*. Dibimbing oleh MURDIANTO.

Okiagaru Farm salah satu usaha yang bergerak dibidang pertanian yaitu sayuran organik beserta olahannya. Berlokasi di Kampung Tunggilis, Kabupaten Cianjur. Okiagaru Farm telah menghasilkan produk olahan dari sayuran organik yaitu keripik pangsit. Narasi ditulis dalam satu spasi, disusun dalam beberapa paragraf, dan tidak lebih dari satu halaman. Saat ini Okiagaru Farm memasarkan olahan keripik pangsit ke wilayah Kabupaten Cianjur dan Kota Cianjur. Sistem yang digunakan adalah konsinyasi atau sistem titip jual kepada Toserba dan toko oleh-oleh. Datangnya wabah pandemi Covid-19 ini penjualan sangat menurun, karena adanya pemberlakuan PSBB dan berbagai kebijakan lain yang dikeluarkan oleh pemerintah. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju mengakibatkan konsumen lebih suka mencari informasi mengenai produk atau jasa melalui internet. Maka dari itu banyak pemasar yang menggunakan sosial media sebagai wadah promosi. Pemasaran secara online memberikan peluang dalam pemasaran produk dan jasa karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Tujuan penulisan Kajian Pengembangan Bisnis pada Okiagaru Farm ini pertama merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal pada Okiagaru Farm. Kemudian yang kedua adalah menyusun dan mengkaji kelayakan rencana pengembangan bisnis berdasarkan aspek finansial dan aspek non finansial. Aspek finansial dianalisis berdasarkan analisis biaya, perencanaan penerimaan, proyeksi laba rugi, analisis R/C *ratio* dan analisis parsial. Sedangkan aspek non finansial dianalisis berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, serta aspek kolaborasi.

Pada perencanaan pengembangan bisnis berdasarkan aspek dan pemasaran tidak ada perbedaan harga produk sebelum dan setelah pengembangan bisnis, selain itu cakupan pasar menjadi lebih luas. Berdasarkan aspek produksi, perusahaan akan melakukan *update* konten pada media sosial *Facebook* secara terjadwal pada laman perusahaan. Berdasarkan aspek organisasi, manajemen, dan sumber daya manusia, perusahaan akan merekrut satu orang tenaga kerja sebagai tenaga kerja bagian pemasaran yang berperan sebagai admin sosial media. Terdapat kualifikasi khusus pada perekrutan tenaga kerja tersebut. Lalu berdasarkan aspek kolaborasi, perusahaan akan melakukan iklan berbayar kepada pihak *Facebook*.

Perluasan pemasaran melalui sosial media ini juga dianalisis menggunakan aspek finansial. Pada pengembangan bisnis ini dapat dikatakan layak karena R/C *ratio* lebih dari 1, serta menghasilkan keuntungan yang dihitung dari analisis parsial. Pengembangan bisnis ini dilihat dari aspek finansial dan aspek non finansial dikatakan layak.

Kata kunci: keripik pangsit, parsial, sosial media