



RINGKASAN

LIDIA PARSAULIAN. Perluasan Pasar Ayam Kampung Beku pada PT Biomagg Sinergi Internasional Kota Depok. *Market Expansion of Frozen Kampung Chicken at PT Biomagg Sinergi Internasional Depok City*. Dibimbing oleh MUH. FATUROKHMAN dan PRIMA GANDHI.

Perilaku pembelian konsumen di Indonesia mengalami perubahan semenjak masa pandemi virus Covid-19. Adanya pembatasan sosial pada masa pandemi mengakibatkan berkurangnya mobilitas dalam segala aspek. Hal ini memaksa masyarakat melakukan segala sesuatunya dari rumah, termasuk dalam kegiatan pembelian makanan terutama makanan jenis *frozen food*.

Sumber protein yang umum dikonsumsi masyarakat salah satunya adalah daging ayam kampung. Beberapa metode budi daya berkembang pesat dilakukan masyarakat, salah satunya adalah metode budi daya secara organik. Daging ayam kampung organik memiliki peluang usaha yang baik. Salah satu usaha budi daya ayam yang memanfaatkan peluang tersebut adalah PT Biomagg Sinergi Internasional yang terletak di Kota Depok.

PT Biomagg Sinergi Internasional merupakan salah satu perusahaan yang mengalami dampak dari pandemi Covid-19. Penurunan permintaan selama pandemi Covid-19 menimbulkan selisih antara permintaan dan penawaran sehingga perusahaan menurunkan jumlah produksi. Tujuan dari penulisan Kajian Pengembangan Bisnis (KPB) ini adalah merumuskan rencana ide pengembangan bisnis dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan serta mengkaji kelayakan rencana pengembangan bisnis berdasarkan aspek finansial dan non finansial.

Kajian pengembangan bisnis ini disusun berdasarkan hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada PT Biomagg Sinergi Internasional yang terletak di Komplek Koperasi, Curug, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok, Jawa Barat. Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan selama 12 minggu mulai dari tanggal 1 Februari 2021 sampai dengan 30 April 2021 dengan mengikuti aturan perusahaan.

Kajian pengembangan bisnis yang dilakukan di PT Biomagg Sinergi Internasional diperoleh dari pengindentifikasian elemen-elemen *Business Model Canvas* (BMC) perusahaan. Setelah menganalisis kondisi model bisnis PT Biomagg Sinergi Internasional dan mengelompokkan elemen-elemen BMC ke dalam analisis SWOT didapatkan alternatif strategi baru. Strategi yang dimaksud adalah strategi W-O (*weakness* dan *opportunity*) yaitu perluasan pasar. Setelah mendapatkan alternatif strategi, langkah yang selanjutnya dilakukan yaitu pembuatan rancangan *Business Model Canvas* pengembangan bisnis yang baru.

Elemen-elemen *Business Model Canvas* yang mengalami perubahan setelah perluasan pasar yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *key resources*, *key partners*, *revenue streams*, *key activities*, dan *cost structure*. Analisis finansial dilakukan untuk menilai kelayakan pengembangan bisnis perluasan pasar. Nilai *R/C ratio* yang didapatkan setelah pengembangan bisnis sebesar 1,38 sesuai dengan standar kelayakan usaha berdasarkan *R/C ratio* yaitu *R/C ratio* >1 artinya rencana pengembangan bisnis tersebut layak untuk dijalankan.

Kata kunci: Ayam, *Frozen food*, Perluasan, Pasar