



RINGKASAN

DERIO AKIRAFANA AMRU. Pengembangan Pemasaran Talas Pratama di Waaida Farm Kabupaten Sumedang. *The Development of Taro Pratama at Waaida Farm Sumedang District*. Dibimbing oleh MURDIANTO.

Tanaman Talas Pratama jarang di budidayakan karena masyarakat belum mengerti khasiat dan kandungan pada komoditas Talas Pratama. Tanaman Talas Pratama belum banyak di budidayakan di Indonesia karena dianggap sebagai tanaman pengganggu dan tidak memiliki nilai ekonomis. Selain itu kurangnya wawasan masyarakat bagaimana budidaya Talas Pratama yang tepat sehingga menjadi alternatif sumber pemasukan ekonomi keluarga.

Waaida Farm adalah lembaga usaha agribisnis yang menanam talas yang berjenis Talas Pratama. Waaida farm mulai fokus untuk mengembangkan budidaya Talas Pratama karena melihat besarnya peluang pasar di Indonesia. Produk yang dibudidayakan oleh Waaida Farm adalah Talas Pratama, harga produk yang ditawarkan Waaida Farm adalah Rp17.000 per satu kilogram Talas Pratama.

Tujuan dari pembuatan kajian pengembangan bisnis ini yaitu merumuskan ide pengembangan bisnis pada Waaida Farm serta menyusun dan mengkaji rencana pengembangan bisnis pada Waaida Farm berdasarkan pendekatan sembilan elemen *Business Model Canvas* meliputi *value proposition, customer segment, channel, customer relationship, revenue stream, key resource, key activities, key partnership*, dan *cost structure*.

Pendekatan BMC dalam kajian pengembangan bisnis ini akan dipadukan menggunakan analisis R/C ratio dan Analisis laba rugi. Metode ini merupakan suatu kajian ilmu yang menilai pengerjaan suatu bisnis untuk dilihat layak atau tidaknya dilaksanakan dengan menempatkan ukuran-ukuran baik secara kualitatif dan kuantitatif yang terangkum dalam sebuah rekomendasi.

Rumusan ide bisnis yang dilakukan Waaida Farm yaitu Pengembangan Pemasaran Talas Pratama di Kabupaten Sumedang. Pengembangan ini diperoleh berdasarkan hasil analisis terhadap factor internal dan eksternal perusahaan yaitu belum mampu memenuhi permintaan konsumen, keterbatasan lahan mengambil keuntungan dari peluang yaitu pola hidup masyarakat yang sudah peduli akan kesehatan dan permintaan talas pratama yang tinggi. Faktor tersebut kemudian dikaji dalam Sembilan elemen *Business model canvas* sehingga waaida farm dapat menerapkan kemitraan bisnis tersebut untuk memenuhi permintaan konsumen.

Berdasarkan hasil dari Kajian Pengembangan Bisnis dapat disimpulkan bahwa pengembangan pemasaran talas pratama layak untuk dilaksanakan menurut pendekatan sembilan elemen *Business Model Canvas*. Selain itu, tujuan pengembangan bisnis didukung oleh beberapa faktor eksternal dan internal perusahaan yang menunjang perkembangan bisnis. Usaha ini dapat dikatakan layak karena R/C ratio lebih dari 1, R/C Ratio sebelum dilakukan pengembangan adalah Rp1.5 artinya setiap biaya Rp1 yang dikeluarkan menghasilkan Rp1.38. Sedangkan R/C Ratio setelah dilakukan pengembangan sebesar Rp2.67 artinya setiap biaya Rp1 yang dikeluarkan perusahaan menghasilkan keuntungan Rp2.67.

Kata kunci: Talas Pratama (*Colocasia esculenta L.*), *Business Model Canvas* (BMC), Waaida Farm

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