

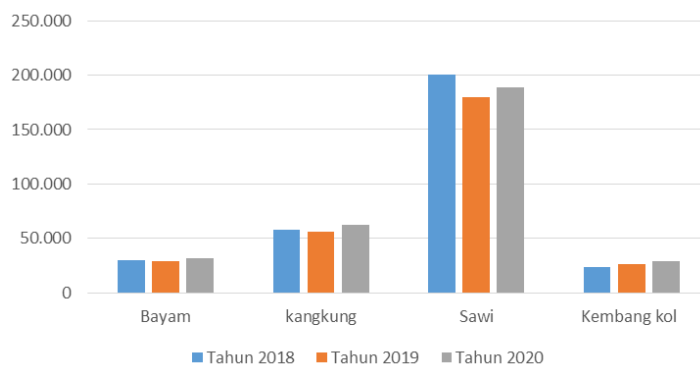
I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang dikenal sebagai negara agraris yang mengandalkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencaharian maupun sebagai penopang untuk meningkatkan perekonomian. Sektor pertanian meliputi subsektor tanaman pangan, subsektor perkebunan, subsektor perikanan, subsektor peternakan, subsektor kehutanan dan subsektor hortikultura. Hortikultura berasal dari bahasa latin *hortus* yang mengandung arti kebun dan *colore* yang berarti membudidayakan. Hortikultura dapat didefinisikan sebagai cara budidaya tanaman yang dilakukan di kebun dan halaman rumah. Tanaman hortikultura memiliki beberapa macam golongan yaitu tanaman hias, buah- buahan, obat- obatan dan sayuran. Sayuran merupakan komoditas yang penting sebagai salah satu sumber pangan untuk masyarakat.

Dengan adanya perkembangan zaman yang berubah maka sistem bercocok tanaman pun ikut berkembang salah satunya bercocok tanam sayuran dengan metode hidroponik. Secara umum hidroponik merupakan sistem budidaya pertanian tanpa menggunakan tanah tetapi menggunakan air yang berisi larutan *nutrient*.

Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk maka kebutuhan akan sayur pun terus meningkat, juga disebabkan oleh peningkatan kesadaran akan manfaat mengkonsumsi sayuran. Peningkatan tersebut dapat dilihat melalui data produksi sayur yang dicatat melalui Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat. Peningkatan produksi sayur di Jawa Barat dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Peningkatan produksi komoditas sayur per ton tahun 2018-2020 di Jawa Barat

Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik) 2020

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan jenis komoditas sayur yang meningkat di Jawa Barat dari tahun 2018 sampai 2020. Peningkatan komoditas tersebut memberi peluang untuk dipasarkan secara lebih luas melalui media sosial agar dapat meningkatkan pendapatan.

CV Subur Indah Jaya merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pertanian yang membudidaya sayuran segar dengan sistem hidroponik menggunakan *greenhouse*. Banyaknya pesaing sayur hidroponik dan adanya pandemi Covid-19 serta diberlakukannya kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) di Indonesia mengakibatkan terjadinya penurunan



pendapatan serta adanya *oversupply* pada beberapa komoditas. Berikut data penjualan sayur pada bulan Februari 2022 pada CV Subur Indah Jaya yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Data penjualan sayur pada bulan Februari 2022 CV Subur Indah Jaya

No	Komoditas	Penjualan (Kg)	Produksi (Kg)	Selisih (Kg)
1	Caisim	112	130	18
2	Kangkung	44	50	6
3	Pagoda	39	93	54
4	Pakcoy	409	520	111
5	Romaine	2	2	0
6	Selada	283	283	0
7	Siomak	12	12	0
8	Bayam	3	3	0
	Total	901	1093	189

Sumber: CV Subur Indah Jaya (2022)

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa terjadi selisih sebanyak 189 kg dalam satu bulan. Selisih tersebut terjadi pada sayur caisim, kangkung, pagoda dan pakcoy. Sedangkan pada sayur *romaine*, selada, siomak dan bayam tidak terjadi selisih namun perlu adanya peningkatan produksi agar pendapatan meningkat. Dengan adanya selisih tersebut maka dapat dijadikan sebuah peluang untuk melakukan perluasan pasar. Salah satu perluasan pasar yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan *digital marketing*. tidak dapat dipungkiri saat ini perkembangan *digital marketing* sangat berkembang pesat yang mendorong para pengusaha untuk ikut beradaptasi dengan perkembangan era *digital* saat ini.

Media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler dan Keller 2016). Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia yang mencapai 191 juta orang dan selalu mengalami kenaikan pengguna mulai tahun 2014 sampai dengan 2022 berdasarkan data *We are social Indonesian digital report 2022* menimbulkan peluang bagi pebisnis untuk melakukan pemasaran melalui media sosial karena saat ini media sosial bukan hanya berfungsi sebagai media hiburan saja. Adapun contoh media sosial ini adalah *facebook* dan *instagram*. *Facebook* dan *instagram* dipilih sebagai media pemasaran *online* karena kedua aplikasi tersebut merupakan aplikasi yang populer. berdasarkan data *We Are Social Indonesian Digital Report 2022* *instagram* dan *facebook* menempati posisi kedua dan ketiga sebagai aplikasi dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Dengan melihat media sosial *facebook* dan *instagram* yang populer maka sangat perlu dimanfaatkan sebagai media untuk promosi dan memperluas pemasaran.

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



1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dari penulisan rencana kajian pengembangan bisnis adalah, sebagai berikut :

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis perluasan pemasaran melalui media sosial pada CV Subur Indah Jaya.
2. Menyusun kajian perencanaan pengembangan bisnis perluasan pasar melalui media sosial pada CV Subur Indah Jaya.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Bogor Agricultural University

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.