



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

I PENDAHULUAN

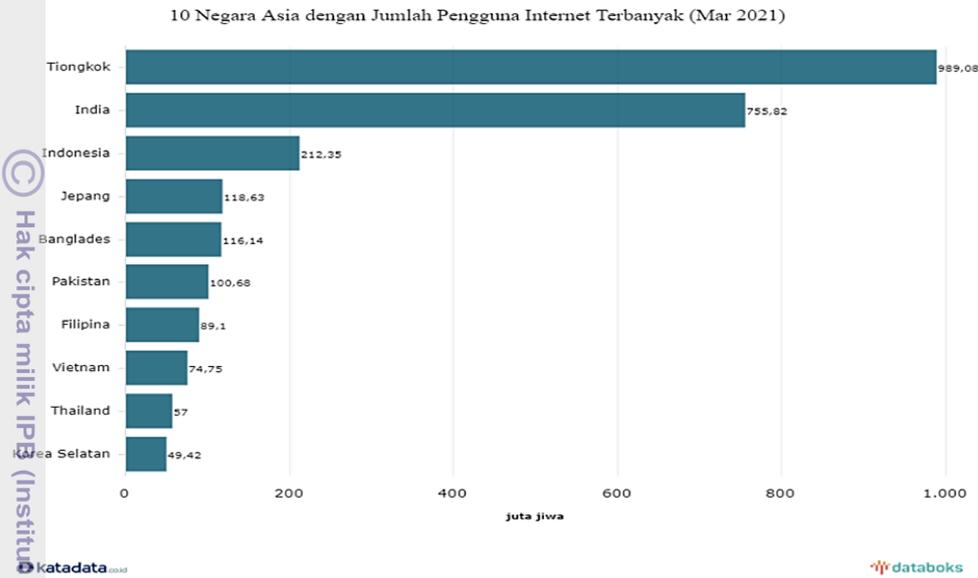
1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan suatu kegiatan manusia yang di dalamnya mencakup perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Sistem budidaya pertanian di Indonesia masih banyak menggunakan sistem konvensional yaitu menggunakan input berupa bahan-bahan kimia seperti pupuk dan pestisida kimia. Pemahaman masyarakat mengenai bahaya penggunaan bahan kimia yang berlebih membuat masyarakat sadar akan gaya hidup sehat. Oleh karena itu, diperlukan memajukan pertanian Indonesia yang ramah lingkungan dan tidak membahayakan masyarakat. Salah satu solusi yang tak asing lagi adalah pertanian organik (Candraningsih 2018). Menurut Mayrowani (2012) pertanian organik adalah sistem pertanian yang ramah lingkungan dan hanya menggunakan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintesis sehingga menghasilkan produk yang sehat, bergizi, dan juga aman dikonsumsi dengan beberapa manfaat diantaranya meningkatkan hasil dalam jangka panjang melalui penggunaan input yang terjangkau, meningkatkan kesehatan manusia dan memaksimalkan layanan lingkungan, berkontribusi pada mitigasi perubahan iklim karena mengurangi emisi gas rumah kaca dan menyerap karbon di dalam tanah. Hasil pertanian organik merupakan salah satu hasil pertanian yang potensial dan memiliki nilai. Konsumen yang banyak membeli produk organik berasal dari DKI Jakarta dan Jawa Barat (AOI 2020).

Nara Kupu Village merupakan usaha perseorangan yang bergerak di bidang pertanian organik dengan melakukan sistem budidaya sayuran secara hidroponik dan konvensional serta memasarkan produk sayuran ke Sayur Kendal Menteng, Sayur Kendal Sawangan dan warung sayur sekitar. Nara Kupu Village didirikan pada tahun 2010 di lahan ±3 hektar yang berada di Jalan Garuda 4, Sawangan, Depok, Jawa Barat. Nara Kupu Village membawahi langsung Sayur Kendal Sawangan untuk memasarkan produk sayuran organik dan *fresh* dengan menjual melalui *marketplace* Tokopedia. Produk yang dipasarkan pada Sayur Kendal Sawangan beraneka ragam dari sayuran organik dan *fresh*, buah organik dan kebutuhan lainnya. Sayur Kendal Sawangan memiliki lima belas produk sayur unggulan yang akan dipasarkan antara lain: pakcoy hijau, pakcoy putih, bayam hijau, kale, kangkung, selada hijau, caisim hijau, wortel, terong ungu, tomat buah, brokoli hijau, daun pepaya jepang, daun bawang, baby buncis dan tauge. Produk unggulan pada komoditas buah antara lain: pisang ambon, pisang raja, pisang kepok, pepaya california, stroberi, buah naga merah, mangga harum manis, bengkoang, jeruk medan, dan jambu air. Produk unggulan pada kebutuhan lainnya yaitu bawang merah, bawang putih, bawang bombay, paprika merah dan jahe.

Pemasaran *digital* (*digital marketing*) tengah menjadi tren global mengingat adanya perkembangan teknologi dan internet yang sangat cepat dan sangat dirasakan dampaknya. Penerapan *digital marketing* dianggap sangat prospektif dan efisien, karena memungkinkan calon konsumen dapat informasi lebih cepat dan mudah pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Wijoyo *et al.* 2020). Internet sudah menjadi bagian kehidupan dari sebagian besar penduduk di dunia. Berdasarkan hasil survey *We Are Social* (2022), terdapat 10 negara Asia yang memiliki jumlah pengguna internet terbanyak di dunia dan Indonesia menempati

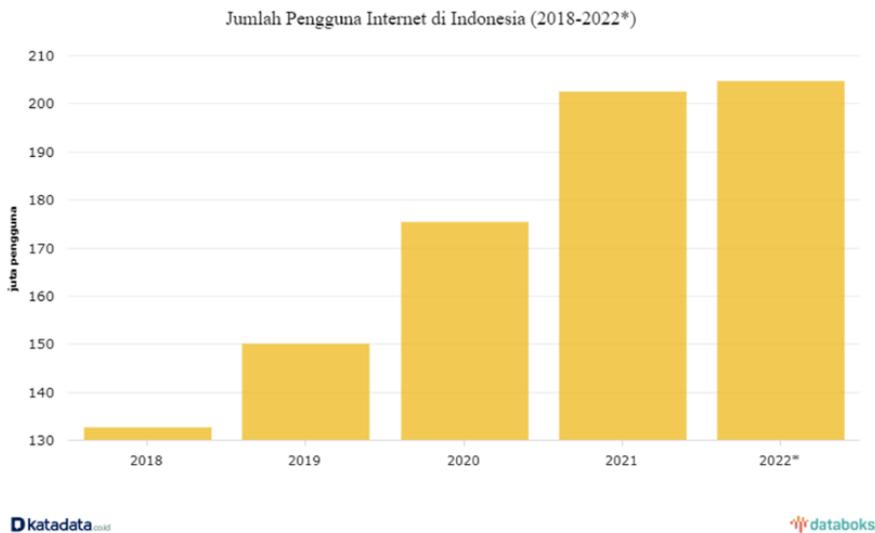
posisi ketiga sebagai pengguna internet di dunia setelah Tiongkok dan India. Berikut dapat dilihat pada grafik jumlah pengguna internet terbanyak di dunia pada Gambar 1.



Gambar 1 Negara Asia dengan jumlah pengguna internet terbanyak (Maret 2021)

Sumber: Databoks (2021)

We Are Social melakukan survey terhadap jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari 2022, didapatkan hasil terdapat 204,7 juta jiwa pengguna internet di Indonesia. Dapat dilihat pada data pengguna internet lima tahun terakhir, Indonesia mengalami peningkatan dan jika dibandingkan pada tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 54,25%. Grafik pengguna internet dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Jumlah pengguna internet di Indonesia (2018-2022)

Sumber: Databoks (2021)

Berkembangnya internet di Indonesia membuat perkembangan media sosial juga bergerak cepat, salah satunya adalah media sosial Instagram. Media sosial Instagram menjadi media sosial yang banyak diminati di Indonesia. Berdasarkan data yang dilansir dari *goodstats* bahwa jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia berjumlah sekitar 99,1 juta orang hingga Januari 2022. Ini menjadikan Indonesia menempati posisi keempat di dunia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak. Hal ini dapat dilihat pada grafik negara dengan jumlah pengguna aktif Instagram terbanyak di dunia pada Gambar 3.



Gambar 3 Negara jumlah pengguna aktif Instagram terbanyak di dunia

Sumber: GoodStats (2022)

Instagram kini berkembang menjadi media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat tidak hanya untuk sekedar berbagi foto dan video namun juga sebagai media promosi atau *marketing*. Penggunaan Instagram lebih unggul dibandingkan dengan Facebook dan media sosial lainnya dikarenakan Instagram mampu menjangkau pasar anak muda dan usia produktif serta memiliki fitur yang lebih mudah digunakan untuk pelaku usaha. Pengguna Instagram sebesar 80% adalah wanita. Menurut APJII (2019), Instagram merupakan media sosial kedua yang sering dikunjungi oleh pengguna internet setelah Facebook dengan 62 juta diantaranya adalah pengguna Instagram dengan kisaran usia tertinggi di rentangan 18-34 tahun. Penggunaan Instagram sangat memungkinkan untuk memasarkan sebuah produk karena diharapkan mampu menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan penjualan produk. Dalam hal ini Sayur Kendal Sawangan belum memiliki media sosial Instagram aktif dalam mendukung kegiatan promosi sehingga Sayur Kendal Sawangan harus membuat akun Instagram baru dan membangun Instagram dari awal tanpa *followers*. Oleh karena itu, kajian ini diharapkan dapat difokuskan pada pengembangan promosi melalui media sosial Instagram menjadi strategi yang tepat dalam meningkatkan penjualan dan *branding* produk Sayur Kendal Sawangan.



1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini sebagai berikut.

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis Pengembangan Promosi melalui Media Sosial Instagram pada Sayur Kendal Sawangan by Nara Kupu Village Depok.
2. Menyusun dan mengkaji Pengembangan Promosi melalui Media Sosial Instagram pada Sayur Kendal Sawangan by Nara Kupu Village Depok dengan analisis non finansial dan aspek finansial.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengurniakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.