

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi menjadi tren kehidupan setiap individu (Danuri 2019). Kemajuan teknologi khususnya teknologi komunikasi dan informasi dapat menjadi wadah dalam memperluas pemasaran dan memperkenalkan suatu produk pada masyarakat luas. Salah satu Teknik dalam memasarkan produk adalah dengan menggunakan *inbound marketing*. *Inbound marketing* adalah pendekatan yang fokus untuk menarik konsumen melalui konten dan interaksi yang relevan dan solutif (Lindawati *et al.* 2020). Penerapan strategi pemasaran *inbound* perusahaan dapat menggunakan media sosial. Akun media sosial dapat menarik masyarakat lewat konten yang diunggah pada akun media sosial (Indika dan Jovita 2017).

Salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah Instagram. Berdasarkan data *we are social* (2022) aplikasi Instagram berada pada urutan kedua sebagai media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Data persentase pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2022 ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Data persentase pengguna media sosial di Indonesia tahun 2022

Urutan	Media sosial	Persentase (%)
1	WhatsApp	88,7
2	Instagram	84,8
3	Facebook	81,3
4	Tiktok	63,1
	Telegram	63,1

Sumber: *we are social* (2022)

Tabel 1 menunjukkan sebanyak 84,8% dari total populasi masyarakat di Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagai foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Gultom 2017). Publikasi melalui media Instagram memiliki jangkauan dan ruang informasi yang tak terbatas juga menghemat waktu dan biaya (Mayasari dan Indraswari 2018). Platform Instagram memiliki banyak fitur yang dapat menunjang promosi pada perusahaan diantaranya adalah *feeds*, *instastory*, *reels*, IG TV, *hashtag*, menandai atau menyebutkan, *caption*, *likes*, *follower*, *following*, tanda suka dan berbagai fitur yang menunjang aktivitas promosi perusahaan.

Pertanian merupakan kegiatan yang meliputi budi daya tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan (Wibowo 2021). Pertanian memiliki peran penting bagi suatu negara. Peran utama dari pertanian yaitu menyediakan pangan yang dibutuhkan oleh manusia, selain dari pada itu pertanian dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Negara dengan mata pencaharian pertanian terbesar adalah negara Indonesia. Salah satu kegiatan pertanian yang ada di Indonesia adalah budi daya tanaman hortikultura. Komoditas tanaman hortikultura terbagi atas dua kelompok yaitu kelompok sayuran dan kelompok buah – buahan. Kelompok tanaman hortikultura sayuran merupakan komoditas yang memiliki peran penting dalam menyumbangkan gizi.

Salah satu jenis tanaman hortikultura kelompok sayuran adalah sawi. Tanaman Sawi atau kelompok *brassica* terdiri dari beberapa jenis yang umumnya memiliki kemiripan satu dengan yang lainnya, seperti sawi putih, sawi hijau, dan sawi huma atau pakcoy (Murtryarny dan Lidar 2018).

Pakcoy atau sawi huma (*Brassica rapa* L.) merupakan salah satu jenis sawi yang memiliki nilai ekonomis tinggi (Sarido L dan Junia 2017). Salah satu perusahaan di wilayah Cianjur yang bergerak di bidang budi daya tanaman hortikultura adalah Kelompok Tani Cemerlang. Kelompok Tani Cemerlang yang berada di Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur merupakan gabungan petani wilayah setempat yang terbentuk pada tahun 2006 dengan luas lahan 10 Ha. Kelompok Tani Cemerlang terdiri dari 33 anggota. Kelompok Tani Cemerlang melakukan budi daya tanaman hortikultura dan memasarkan produk hasil tani ke supermarket, *restaurant* dan ke pasar tradisional. Pemasaran yang dilakukan perusahaan hanya mencakup pasar retail dengan pembelian dalam jumlah yang besar dan berulang. Komoditas pakcoy merupakan salah satu komoditas yang bersifat kontinu atau selalu ada karena, perusahaan bermitra dengan kelompok tani sekitar dalam memasok kekurangan komoditas pakcoy. Kontinuitas produk pakcoy dapat menjadi peluang dalam memperluas pasar terutama komoditas pakcoy. Data kuantitas komoditas terbesar Kelompok Tani Cemerlang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Data kuantitas komoditas terbesar

No	Komoditas	Kuantitas / bulan (kg)
	Sawi putih	9.000
	Letus	6.000
	Kyuri	4.500
	Kaboca kuning	3.500
	Pakcoy	3.100

Sumber: Kelompok Tani Cemerlang (2022)

Tabel 2 menunjukkan bahwa komoditas pakcoy termasuk ke dalam komoditas yang memiliki kuantitas terbesar yaitu sebesar 3.100 kg setiap bulannya. Pakcoy merupakan komoditas yang kontinu dan selalu ada dibandingkan komoditas besar lainnya.

Teknologi informasi dan komunikasi dapat menjadi peluang dalam memperkenalkan dan memasarkan komoditas pakcoy yang berada di Kelompok Tani Cemerlang. Kelompok Tani Cemerlang dapat menggunakan media sosial dalam rangka memperluas segmentasi pasar yang dituju dan dapat menjadi wadah dalam memasarkan dan memperkenalkan produk pakcoy. Kelompok Tani Cemerlang sudah menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya. Perusahaan telah memiliki akun sosial media Instagram tetapi belum optimal dalam penggunaannya. Perusahaan belum dapat melakukan manajemen yang baik dalam mengelola Instagram perusahaan. Instagram perusahaan sebelumnya mencantumkan sedikit informasi dan tidak aktif dalam melakukan pengunggahan konten sehingga belum dapat menjangkau pengguna lainnya untuk mengetahui Kelompok Tani Cemerlang. Instagram Kelompok Tani Cemerlang sudah tidak aktif dalam jangka waktu dua tahun, hal ini menyebabkan pemasaran menggunakan media sosial Instagram pada Kelompok Tani Cemerlang belum efektif. Penerapan penggunaan media sosial

Instagram diharapkan dapat mendukung pemasaran pakcoy di Kelompok Tani Cemerlang.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis perluasan pemasaran dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Kelompok Tani Cemerlang.
2. Menganalisis dan Menyusun aspek finansial dan non finansial kajian pengembangan pada Kelompok Tani Cemerlang.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies