

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu sektor penunjang perekonomian di Indonesia. Sebagai negara agraris yang menghasilkan bahan pangan dalam jumlah besar, pertanian memiliki peran yang cukup penting untuk kemajuan perekonomian negara. Salah satu bahan pangan yang dihasilkan di Indonesia yaitu jamur tiram putih. Komoditas pangan tersebut banyak dibudidayakan di daerah Cianjur. Data produksi jamur tiram di Kabupaten Cianjur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Produksi jamur tiram Kabupaten Cianjur 2019-2021

No	Tahun	Luas panen (m ²)	Produksi (Ton)
1	2019	128.020	105.156,0
2	2020	167.500	87.070,0
3	2021	137.620	4991,0

Sumber : BPS Kabupaten Cianjur (2022)

Menurut BPS Kabupaten Cianjur 2022, data produksi jamur tiram menunjukkan angka yang menurun, dan pada tahun 2021 mengalami penurunan cukup signifikan. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang budi daya jamur tiram di Kabupaten Cianjur dari hulu sampai hilir adalah CV Assalam. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan, diperoleh informasi bahwa usaha jamur tiram pada tahun 2021 menurun drastis karena terkena dampak dari pandemi Covid-19 yang menerapkan peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga menyebabkan jamur yang dihasilkan tidak bisa dipasarkan di pasar induk Jakarta. Selama pandemi Covid-19 kendala yang dihadapi oleh sebagian besar petani jamur tiram yaitu kendala pemasaran.

CV Assalam mengalami kesulitan dalam memasarkan produk, sehingga perusahaan hanya mengandalkan pengepul untuk menjual jamur tiram segar. Dengan peraturan yang ditetapkan maka pemasaran tidak bisa dilakukan secara langsung karena terbatasnya mobilitas masyarakat sehingga konsumen akhir tidak bisa membeli produk langsung ke pasar. Seiring dengan perkembangan teknologi yang ada, masyarakat lebih memilih untuk melakukan transaksi secara *online* melalui *platform* yang tersedia. Hal tersebut membuat pengguna internet meningkat setiap tahunnya. Data peningkatan pengguna internet dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Jumlah pengguna internet di Indonesia 2018-2022

Tahun	Jumlah pengguna internet (orang)
2018	132.700.000
2019	150.000.000
2020	175.400.000
2021	202.600.000
2022	204.700.000

Sumber : Katadata.com (2022)

Berdasarkan data pada Tabel 2, banyaknya pengguna internet menjadi peluang besar untuk pelaku usaha melakukan pemasaran melalui *digital marketing*. Pemasaran secara digital juga memudahkan penjual dan konsumen untuk melakukan transaksi lebih luas atau yang biasa disebut dengan belanja *online*. Platform *marketplace* yang dapat digunakan untuk pemasaran secara *digital* diantaranya *Website, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada* dan lain-lain. Untuk media sosial yang biasa digunakan untuk menunjang *digital marketing* yaitu seperti *Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp* dan lain-lain. Data banyaknya pengunjung pada setiap *marketplace* pada kuartal 4 tahun 2021 pada Tabel 3.

Tabel 3 Jumlah pengunjung *marketplace* kuartal 4 tahun 2021

<i>Marketplace</i>	Pengunjung WEB	<i>Ranking playstore</i>	<i>Twitter</i>	<i>Instagram</i>	<i>Facebook</i>
Tokopedia	157.443.300	4	1.000.000	4.876.410	6.523.340
Shopee	138.776.700	1	719.900	8.348.130	24.173.450
Lazada	28.173.300	2	455.700	3.085.550	31.934.320
Bukalapak	25.760.000	7	232.300	1.776.710	2.516.190

Sumber: Iprice (2021)

Berdasarkan Tabel 3, dalam kuartal 4 tahun 2021 Tokopedia menjadi platform belanja *online* yang paling unggul di Indonesia. Dalam hal ini CV Assalam perlu memanfaatkan peluang tersebut untuk mengimplementasikan *digital marketing* dalam rangka perluasan pasar jamur tiram melalui sosial media maupun *marketplace* untuk memaksimalkan pemasaran yang dilakukan. *Digital marketing* adalah salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempersingkat rantai distribusi produk CV Assalam sehingga dapat langsung membidik konsumen akhir dan memperoleh margin yang lebih besar dibandingkan dengan penjualan melalui pengepul. Dengan melakukan pemasaran melalui *marketplace* dan ditunjang dengan *website* serta media sosial sebagai sarana promosi, diharapkan dapat memaksimalkan pendapatan perusahaan. Pemasaran secara digital juga memberikan manfaat yang lebih banyak bagi perusahaan, selain memperluas jangkauan konsumen, sistem pemasaran ini lebih efektif dan efisien untuk dilakukan. Selama pandemi, CV Assalam hanya menjual produknya kepada pengepul jamur tiram. Hal tersebut membuat keuntungan yang diperoleh jauh lebih kecil dibandingkan dengan menjual langsung kepada konsumen akhir.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dibuatnya Kajian Pengembangan Bisnis ini yaitu:

1. Merumuskan ide rencana pengembangan bisnis pada perusahaan jamur tiram putih CV Assalam Kabupaten Cianjur berdasarkan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan.
2. Menyusun dan mengkaji rencana bisnis pada CV Assalam berdasarkan aspek finansial dan aspek non finansial.