

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari waktu ke waktu semakin pesat dan cepat, ketergantungan masyarakat akan informasi memacu teknologi untuk menciptakan inovasi baru guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Media sosial adalah salah satu inovasi dalam mewujudkan perkembangan. Informasi di media sosial bersifat *real time* dan cukup besar pengaruhnya bagi masyarakat. Maka dari itu media sosial dinilai lebih efisien, murah dan tepat sasaran. Peran internet pada saat ini bukan hanya sebagai sarana mencari informasi, tapi juga mempunyai potensi besar sebagai media pemasaran. Pemasaran yang memanfaatkan media internet disebut internet *marketing* atau *electronic marketing (e-marketing)*. Salah satu media atau aplikasi pendukung kegiatan *e-marketing* yang sedang berkembang adalah media sosial Instagram. Instagram berada di urutan ketiga sebagai *platform* media sosial yang paling sering digunakan, setelah YouTube dan WhatsApp (Rizaty 2021). Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tentang pengguna internet di Indonesia periode 2019-kuartal II 2020 menyebutkan, jumlah pengguna internet di Indonesia naik menjadi 73,7 persen dari populasi atau setara 196,7 juta pengguna. Ada kenaikan jumlah pengguna internet sebesar 8,9 persen atau setara 25,5 juta pengguna (APJII 2022).

CV BERTAN adalah salah satu produsen buah lemon California. CV BERTAN telah melakukan proses produksi lemon California sejak tahun 2014. Ciri-ciri lemon California yang ada di CV BERTAN yaitu memiliki bentuk buah yang sedikit lebih bulat, ukuran yang besar, kulit yang tipis dan jumlah kadar air yang banyak dengan rata-rata berat satu buah lemon sebesar 200 gr.

Permasalahan yang dialami CV BERTAN saat ini adalah terjadinya penumpukan produksi lemon California akibat dari kurang optimalnya pemasaran yang dilakukan. Saat ini, CV BERTAN melakukan pemasaran secara langsung yaitu menjualkan lemon California langsung kepada konsumen akhir. Selain itu, CV BERTAN juga sudah menggunakan pemasaran *digital* melalui media sosial Instagram. Meskipun demikian, pemasaran *digital* melalui Instagram tersebut masih belum berjalan dengan optimal. Sebelum dilakukannya KPB penggunaan Instagram lebih banyak diperuntukkan sebagai media penyampaian informasi saja.

Berdasarkan masalah tersebut, mengakibatkan tidak seimbangnya total produksi lemon California dengan total penjualan. Data produksi dan penjualan lemon California CV BERTAN pada tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Produksi dan penjualan lemon California CV BERTAN tahun 2021

Grade	Produksi (kg)	Penjualan (kg)	Selisih (kg)
A1 & B1	83.298	62.844	20.454
A2 & B2	20.599	25.359	4.760
Reject	241.509	183.723	57.786
Jumlah	345.406	271.926	73.480

Sumber: CV BERTAN (2022)

Berdasarkan permasalahan tersebut, CV BERTAN dapat meningkatkan penjualan yang dilakukan. Hal diatas yang menjadi latar belakang penulis dalam melakukan pengembangan pemasaran lemon California secara *digital* melalui Instagram karena total produksi dari tiap *grade* lemon tidak sebanding dengan total penjualan yang telah dilakukan. Penjualan yang dilakukan dikategorikan belum optimal karena belum mampu memasarkan semua hasil produksi yang dilakukan perusahaan. Strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial Instagram dinilai tepat untuk mengoptimalkan pemasaran yang dilakukan. Berdasarkan dari jumlah pengguna Instagram di Indonesia, perusahaan memiliki peluang besar untuk mendapatkan penetrasi dari konsumen baru melalui *platform* Instagram. Kegiatan pemasaran yang dilakukan di Instagram harus melewati beberapa tahapan diantaranya mencari calon konsumen potensial, membuat konten yang berkualitas sampai dengan evaluasi mengenai pemasaran yang telah dilakukan. Tahapan terpenting dalam melakukan pemasaran melalui media sosial Instagram adalah fitur upload foto dan video yang merupakan nyawa dalam melakukan pemasaran menggunakan media sosial Instagram (Kusuma dan Sugandi 2019).

1.2 Tujuan

Tujuan dari Kajian Pengembangan Bisnis (KPB) ini yaitu:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada CV BERTAN (Berkah Tani) melalui analisis SWOT.
2. Membuat rencana pengembangan bisnis berupa perluasan pasar pada CV BERTAN (Berkah Tani) menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC).
3. Menganalisis laporan laba rugi dan *R/C Ratio* dari unit bisnis CV BERTAN (Berkah Tani).