

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pertanian adalah salah satu sektor yang menjadi tumpuan perekonomian di Indonesia. Sektor pertanian juga dinilai memiliki kontribusi penting dalam pembangunan perekonomian. Pertanian saat ini sudah memasuki era modern dimana segala bentuk kegiatan hingga *output* yang dihasilkannya pun lebih beragam. Tak jarang para pelaku agribisnis saat ini mulai mengembangkan perusahaannya dengan cara membagi menjadi beberapa unit bisnis sehingga tak ada lagi ketergantungan pada penjualan komoditi atau produk tertentu saja.

Pada zaman modern ini, para pelaku agribisnis berlomba-lomba meluaskan bisnisnya dengan mendirikan beberapa unit bisnis dan memperluas pemasarannya. Perkembangan zaman juga mendorong pelaku bisnis pertanian untuk mengembangkan atau memanfaatkan kemajuan teknologi, salah satunya dengan memanfaatkan *digital marketing* dalam melakukan promosi produknya.

One Home Farm Indonesia terletak di Katulampa, Bogor Timur, Kota Bogor. Perusahaan ini bergerak pada bidang tanaman hortikultura dan herbal. Tanaman hortikultura yang dibudidayakan di perusahaan ini diantaranya kangkung, bayam, pakcoy dan caisim. Tanaman herbal yang dihasilkan tidak hanya dijual dalam bentuk primer melainkan juga diolah menjadi produk turunan yang siap konsumsi seperti jahe merah bubuk. Tidak hanya itu, One Home Farm juga menawarkan pelayanan berupa wisata edukasi kepada pelajar, mahasiswa maupun umum. Hal ini menjadikan One Home Farm sebagai perusahaan agribisnis yang terpadu dengan segala unit bisnis yang menjadi satu kesatuan bisnis. Data produksi dan permintaan sayur pada One Home Farm dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Data permintaan dan penawaran sayur dan buah One Home Farm Februari 2022

Komoditas	Permintaan (kg)	Penawaran (kg)	Selisih (kg)
Bayam hijau	42	60	18
Bayam merah	18	25	7
Caisim	25	30	5
Pakcoy	26	32	6
Kangkung	68	90	22
Pisang	30	70	31
Total	218	307	89

Sumber: One Home Farm 2022

Tabel 1 memperlihatkan bahwa adanya selisih antara permintaan dan penawaran produk One Home Farm yaitu produk sayur. Adanya *over supply* menyebabkan produksi yang banyak namun belum bisa terdistribusikan dengan baik. Salah satu penyebab produk yang belum terdistribusikan dengan baik yaitu pemasaran pada One Home Farm yang belum optimal. Pemasaran dan promosi yang belum optimal menyebabkan merek produk tidak banyak diketahui

masyarakat. Nama One Home Farm juga belum diketahui banyak orang dibandingkan pesaingnya yang sudah melakukan promosi yang menarik secara *online* di berbagai *platform* digital. Pesaing di sekitar perusahaan yang berlokasi di wilayah Bogor yang juga menjual produk sejenis banyak yang telah melakukan promosi melalui *platform* media sosial.

Media sosial menjadi salah satu *platform* digital untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat yang lebih luas serta cukup efektif untuk mempromosikan produk guna meningkatkan penjualan. Salah satu media sosial yang cukup efektif untuk menyajikan informasi singkat berbasis gambar dan video adalah media sosial Instagram. Melihat peluang pengguna internet yang terus bertambah dari tahun ke tahun dapat dimanfaatkan perusahaan untuk lebih meningkatkan promosinya melalui media sosial. Grafik pengguna internet di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Pengguna internet di Indonesia 2018-2022

Sumber: Data Hootsuite

Gambar 1 memperlihatkan grafik kenaikan jumlah pengguna internet di Tanah Air. Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 204,7 juta pengguna (*We Are Social* 2022). Jumlah pengguna internet saat ini naik tipis dari tahun sebelumnya. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%.

Pemasaran melalui media sosial diharapkan mampu meningkatkan penjualan perusahaan. Media sosial Instagram dipilih untuk meningkatkan promosi karena menurut *We Are Social* (2021), jumlah pengguna Instagram di Indonesia tahun 2021 sebanyak 85 juta jiwa. Instagram menjadi salah satu *platform* tujuan promosi yang dapat menyajikan visual dengan baik. Media sosial berbasis gambar dan video singkat yang digunakan sebagai ide pengembangan bisnis ini sangat efektif untuk menarik perhatian para penggunanya dengan menggunakan gambar dan video menarik.

Saat ini, One Home Farm sudah menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan produk sayur, buah, herbal, maupun jasanya, namun hal tersebut belum dimanfaatkan secara optimal oleh perusahaan. Kendala yang saat ini terjadi



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.

pada perusahaan adalah perusahaan belum mampu membuat tampilan promosi di media sosial yang menarik. Selain itu, informasi yang diberikan pada media sosial tersebut masih sedikit sehingga kurang menarik perhatian masyarakat sebagai calon konsumen. Media sosial dinilai efektif dalam memperkenalkan perusahaan dan produknya kepada masyarakat. Keuntungan pemasaran melalui media sosial juga dapat dilihat dari segi pengeluaran biaya-biaya. Pemasaran digital melalui internet tidak memerlukan biaya atau *cost* yang besar, berbeda dengan melakukan pemasaran konvensional yang membutuhkan anggaran pemasaran yang cukup besar untuk kegiatan perdagangan maupun aktivitas promosi produk.

Kajian pengembangan mengenai pengoptimalan media sosial Instagram sebagai media promosi produk dan jasa ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk dan jasa pada perusahaan sehingga dapat menambah pendapatan perusahaan. Kajian pengembangan bisnis ini difokuskan untuk merancang model bisnis One Home Farm agar menemukan strategi pemasaran yang optimal dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC).

## 1.2 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada One Home Farm melalui analisis SWOT
2. Menyusun perencanaan pengembangan bisnis menggunakan *business model canvas*
3. Menganalisis kelayakan pengembangan bisnis pada aspek non finansial dan finansial

## 1.3 Manfaat

Manfaat dari kajian pengembangan bisnis pada One Home Farm adalah :

1. Memberikan manfaat untuk pengembangan bisnis perusahaan.
2. Memberikan manfaat bagi penulis untuk mengaplikasikan teori ke dalam bisnis yang sebenarnya.
3. Memberikan wawasan kepada pembaca umum mengenai konsep pengoptimalan pemasaran produk agribisnis melalui media sosial.

