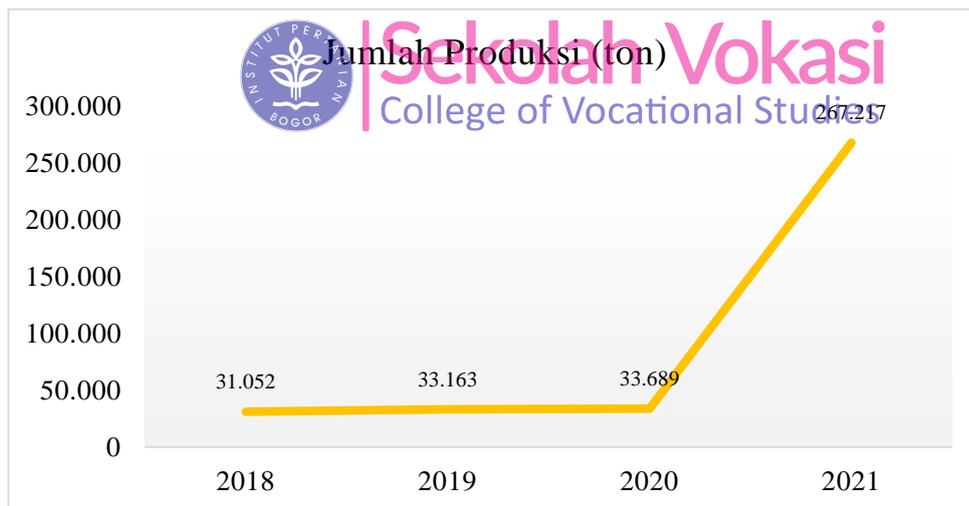


I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan keanekaragaman jenis jamur yang cukup tinggi sebanyak 200.000 dari 1,5 juta macam jamur yang terdapat di Indonesia (Gandjar *et al.* 2006). Jamur merupakan tumbuhan yang tidak memiliki klorofil sehingga tidak dapat berfotosintesis untuk menghasilkan makanannya sendiri. Jamur diduga mengandung karbohidrat, berbagai mineral seperti kalsium, kalium, fosfor, dan besi serta vitamin B, B12 dan C (Sunarmi 2010). Kandungan protein dalam jamur 10,5-30,4% lebih tinggi dari komponen makanan lainnya. Jamur yang berasal dari tumbuhan memiliki kandungan protein dua kali lipat dari asparagus dan kentang, empat kali lebih banyak protein dari wortel dan tomat, dan enam kali lebih banyak protein dari jeruk (Ningsih 2008). Adapun perkembangan produksi jamur di Indonesia tahun 2018-2021 dapat dilihat pada Gambar 1. Berdasarkan pada Gambar 1 menunjukkan bahwa produksi jamur di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat pada tahun 2021.



Gambar 1 Produksi jamur di Indonesia tahun 2018-2021

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Jamur tiram (*Pleurotus Ostreatus*) merupakan komoditas yang menjanjikan, baik untuk pasar domestik yang sedang berkembang maupun untuk ekspor, karena nilai gizi jamur tiram mulai dipahami. Jamur tiram memiliki kandungan nutrisi yang cukup besar juga bermanfaat bagi kesehatan manusia. Jamur tiram yang lezat dan dipercaya memiliki khasiat obat dalam pengobatan berbagai penyakit seperti liver, diabetes, anemia, antivirus dan anti kanker, menurunkan kadar kolesterol, meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan polio dan flu serta malnutrisi (Sumarsih 2010).

Persaingan dalam industri kuliner yang semakin ketat membuat para pelaku bisnis saat ini harus cerdas dengan terobosan dan inovasi baru untuk tetap menjadi yang terdepan di industri kuliner. Salah satu bisnis yang masih menjanjikan adalah

bisnis jamur *crispy*. Hidangan berbahan dasar jamur tiram ini mulai digandrungi banyak penikmat kuliner karena rasanya yang gurih dan teksturnya yang renyah memberikan sensasi tersendiri di lidah kita (Dian 2018).

PT Halwafarm Sinergi Indonesia merupakan salah satu perusahaan penghasil jamur tiram di daerah Kabupaten Bogor tepatnya di Ciawi. Perusahaan ini sudah menjadi salah satu pemasok jamur tiram di Bogor. Berikut data produksi baglog dan jamur tiram yang dihasilkan PT Halwafarm Sinergi Indonesia tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Data produksi baglog dan jamur tiram di PT Halwafarm Sinergi Indonesia 2021

Bulan	Produksi baglog (Pcs)	Produksi jamur tiram (kg)
Januari	76.919	16.474
Februari	79.266	15.138
Maret	88.733	17.014
April	83.365	16.731
Mei	87.451	15.516
Juni	80.838	15.338

Sumber: PT Halwafarm Sinergi Indonesia (2022)

Jamur tiram yang dihasilkan dari perusahaan ini berkualitas baik sehingga meningkatkan nilai tambah. Perusahaan ini telah membuat produk turunan dari jamur tiram dengan mengolahnya menjadi berbagai macam olahan jamur tiram, salah satunya jamur *crispy*.

Jamur *crispy* merupakan jamur yang dibalut dengan tepung bumbu lalu digoreng dan disajikan dengan berbagai tingkat kepedasan. Peluang bisnis jamur *crispy* ini sangat menjanjikan, karena kebiasaan makan makanan ringan hampir digemari oleh setiap orang, baik itu dari kalangan anak kecil sampai orang dewasa. Pemanfaatan atau pengelolaan jamur tiram dalam berbagai bentuk jajanan merupakan salah satu upaya pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, juga berarti memberikan kekuatan dan kebebasan kepada masyarakat untuk mengelola potensi alam yang ada secara mandiri.

Perusahaan dapat meningkatkan upaya untuk memperkenalkan produk jamur *crispy* yaitu dengan memanfaatkan media sosial untuk memperluas pasar. Media sosial merupakan media yang digunakan konsumen untuk berbagi informasi berupa tulisan, gambar, suara, dan video baik dengan orang lain maupun perusahaan (Kotler dan Keller 2016).

Saat ini media sosial banyak digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan. Media sosial yang dapat dijadikan media untuk kegiatan promosi antara lain *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, dan *tiktok*. Pengguna media sosial memungkinkan perusahaan berkomunikasi langsung dengan calon pembeli sehingga perusahaan dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk. Salah satu media sosial yang memiliki banyak peminat yaitu *instagram* berdasarkan survei *we are social* dapat dilihat pada Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2, *instagram* menduduki peringkat ke 2 dalam media sosial paling populer di Indonesia. Saat ini *instagram* berkembang sebagai media bagi para pelaku bisnis untuk



mengkomunikasikan aktivitas bisnis melalui konten dan promosi yang menarik dan informatif.

Tabel 2 Media sosial paling populer di Indonesia tahun 2022

Media sosial	Persentase (%)
WhatsApp	88,7
Instagram	84,8
Facebook	81,3
Tiktok	63,1
Telegram	62,8
Twitter	58,3

Sumber: *We Are Social* (2022)

Pada tahun 2020 PT Halwafarm Sinergi Indonesia sudah melakukan pemasaran produk jamur *crispy* dengan menggunakan media sosial *instagram* guna untuk memperluas pangsa pasar. Akun *instagram* jamur *crispy* pada perusahaan ini tidak menjalankan promosi produk selama 1 tahun yang mengakibatkan penurunan minat dari para pelanggan terhadap jamur *crispy* dari jamur halwa dan juga jumlah produk yang belum banyak terjual. Kajian pengembangan bisnis ini akan fokus dalam pengembangan media sosial *instagram* untuk memasarkan produk turunan dari PT Halwafarm Sinergi Indonesia yaitu jamur *crispy* agar dapat meningkatkan penjualan dengan *business model canvas* sebagai metode yang digunakan.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan dibuatnya kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia.
2. Mengkaji rencana pengembangan bisnis *instagram* Jamur *Crispy* sebagai media pemasaran *online* pada PT Halwafarm Sinergi Indonesia dengan dengan aspek non finansial dan aspek finansial.

