

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris yang dimana kebanyakan penduduk Indonesia mata pencaharian berada disektor pertanian, sehingga banyak penduduk yang bekerja maupun mempunyai usaha dibidang pertanian. Oleh karena itu banyak orang yang memanfaatkan hal tersebut dengan membuat usaha pertanian sekaligus sebagai tempat wisata yang menyenangkan.

Indonesia cocok untuk dijadikan tempat wisata yang berkaitan dengan pertanian, karena banyak komoditas perkebunan yang dapat dijadikan tempat wisata rekreasi. Penduduk Indonesia mengalami peningkatan disetiap tahunnya dikarenakan angka kelahiran yang sangat tinggi. Tingginya tingkat penduduk di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah Penduduk Indonesia tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah
2017	261.355.000
2018	265.161.600
2019	268.911.900
2020	270.203.917
2021	273.897.750

Sumber : Badan Pusat Statistik (2021)

Dengan meningkatnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun, Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki pengguna internet yang besar. Pengguna internet di Indonesia menurut Kominfo pada tahun 2021 mencapai 202,6 juta orang, meningkat sebesar 67,3 juta yang artinya mengalami kenaikan dari tahun 2020 yang hanya 196,3 juta orang, Hal ini dikarenakan pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat Indonesia untuk melakukan kegiatan bekerja dan belajar secara daring.

Digital marketing merupakan suatu aktivitas pemasaran atau promosi suatu merek atau produk menggunakan media *digital* dan internet. Menurut Chaffey dan Ellis (2016) *digital marketing* merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi *digital* dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Dengan *digital marketing* dapat menjangkau masyarakat secara luas tanpa ada batasan daerah atau waktu.

Wanda Strawberry adalah perusahaan yang bergerak dibidang pertanian untuk membudidayakan tanaman stroberi. Akibat pandemi covid-19 pada tahun 2021 yang mengakibatkan turunnya jumlah pengunjung pada perusahaan, sehingga pada tahun 2022 pada saat pandemi sudah mulai mereda dan pemerintah sudah memperbolehkan masyarakat untuk berpergian maka Wanda Strawberry memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran *online* untuk memperkenalkan perusahaan serta menarik konsumen agar datang ke perusahaan.

Menurut Hootsui (we are social) 2022, pengguna media sosial aktif pada tahun 2022 sebesar 19,4 juta pengguna jumlah bertambah naik sebanyak 170 juta pengguna tahun sebelumnya. Berdasarkan Hootsuite (we are social) dapat dilihat

pada Tabel 2 yang menunjukkan Instagram berada di urutan ke dua dalam urutan media sosial paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2022.

Tabel 2 Urutan media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2022

Urutan	Media Sosial	Presentase (%)
1	Whatsapp	88,7
2	Instagram	84,8
3	Facebook	81,3
4	Tiktok	63,1
5	Telegram	62,8

Sumber : Hootsuite (we are social 2022)

Media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video atau audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan atau sebaliknya (Philip Kotler dan Kevin Keller 2012). Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, gambar, menerapkan filter dan membagikannya ke seluruh dunia. Sedangkan aplikasi Youtube merupakan *platform* menonton video secara *online* dan memiliki jangkauan yang luas.

Alasan menggunakan aplikasi Instagram dan Youtube sebagai media pemasaran *online* untuk memudahkan konsumen menjangkau bisnis, efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dengan biaya yang terjangkau dan membantu perusahaan dalam mengenal konsumen lebih dekat melalui interaksi pada Instagram. Instagram dan Youtube memiliki keunggulan karena adanya fitur *adds* yang berfungsi sebagai media iklan pada Instagram yang dapat menjangkau lebih luas. Keunggulan lain yang dimiliki oleh Instagram dibandingkan dengan Whatsapp dan Tiktok terdapat pada fitur *highlight*. Dengan ini, pemanfaatan media sosial marketing sebagai sarana pemasaran *online* dan personal branding adalah salah satu strategi perusahaan untuk menarik konsumen dan bertahan pada masa pandemi Covid-19.

Penerapan media sosial *marketing* dapat berpeluang membantu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran lebih efektif dan efisien, serta dapat menjangkau pemasaran secara luas. Media sosial Instagram, Youtube, Google dan Whatsapp akan dipadukan untuk pemasaran agar memudahkan pelanggan mengetahui informasi tentang perusahaan.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang sudah jabarkan, tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis sebagai berikut :

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada Perusahaan Wanda Strawberry
2. Menyusun dan mengkaji rencana pengembangan bisnis pada Wanda Strawberry berdasarkan pendekatan sembilan blok *Business Model Canvas*.