

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia meliputi berbagai macam subsektor diantaranya subsektor pertanian pangan, perkebunan, perikanan serta peternakan. Setiap subsektor pertanian memiliki peranan penting bagi kelangsungan dan kesejahteraan masyarakat di dalamnya. Saat ini perkembangan agrowisata di Indonesia sangat terlihat dari banyaknya tempat agrowisata yang dapat dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai obyek wisata, baik berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta budaya masyarakat petaninya. Konsep agroedutourism kini banyak dikembangkan menjadi sebagai sala satu wisata unggulan. Agroedutourism atau wisata pendidikan pertanian adalah kegiatan wisata untuk studi yang dapat memperluas pengalaman, rekreasi, dan pengetahuan alam serta teknologi pertanian melalui ilmu-ilmu pertanian dalam cakupan yang luas (Tim Pengelola *Agroedutourism* 2015).

Era digital saat ini mengharuskan perusahaan aktif di media sosial. Hal ini sangat berpengaruh dalam kegiatan penjualan produk perusahaan. Adanya perkembangan teknologi yang semakin maju, mengakibatkan konsumsen lebih suka mencari informasi mengenai produk maupun jasa melalui internet baik website maupun media sosial. 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). Berdasarkan hal tersebut, Agro Park Pesantren Mabda Islam Kabupaten Sukabumi yang memiliki unit bisnis agroedupark perlu melakukan peningkatan pemasaran melalui *digital marketing*. Dengan adanya penerapan *digital marketing* diharapkan Agroedupark Pesantren Mabda Islam dapat meningkatkan jumlah pengunjung sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

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.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis yaitu:

1. Menyusun ide pengembangan bisnis perluasan pasar agroedupark melalui *instagram* menggunakan *Business Model Canvas* pada Agro Park Pesantren Mabda Islam.
2. Mengkaji dan menganalisis perencanaan pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis finansial dan non finansial.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies