

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agribisnis memiliki peran penting dalam proses pembangunan perekonomian di Indonesia ketika dalam masa keterpurukan akibat krisis ekonomi. Agribisnis meliputi semua aktivitas sebagai rangkaian sistem, terdiri dari sistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi, teknologi dan pengembangan sumber daya pertanian, subsistem produksi pertanian atau usaha tani, subsistem pengolahan hasil-hasil pertanian atau agroindustri, subsistem distribusi, dan pemasaran hasil pertanian (Pasaribu 2012). Negara Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah sehingga terkenal sebagai negara agraris, yaitu sebagian lahan digunakan untuk lahan pertanian. Pertumbuhan pertanian di Indonesia berkembang dengan baik seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Hal tersebut menyebabkan berkembangnya komoditas pertanian, salah satunya komoditas tanaman hortikultura.

Hortikultura merupakan salah satu jenis komoditas yang pertumbuhannya masih potensial untuk dimanfaatkan dan diproduksi pada sektor pertanian. Hortikultura yang ada di Indonesia terdiri atas beberapa kelompok meliputi sayuran, buah-buahan, tanaman obat, dan tanaman hias. Kegiatan hortikultura mencakup persiapan lahan, penyemaian benih, penanaman bibit, pemeliharaan, proses panen, dan pengelolaan pasca panen. Pengembangan hortikultura dapat menunjang pembangunan perekonomian negara dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kesadaran gaya hidup sehat. Permintaan buah-buahan, sayuran, dan tanaman hias mengalami peningkatan yang cukup pesat. Pembudidayaan tanaman hortikultura memerlukan luas lahan yang cukup besar untuk proses penanaman hingga proses pasca panen. Tanaman hortikultura memiliki ciri-ciri yaitu sifat produk yang mudah rusak (*perishable*), dipengaruhi oleh iklim cuaca, dan harga produk yang fluktuatif.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat mencatat jumlah produksi tanaman hortikultura khususnya pada tanaman sayuran mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan sayuran semakin meningkat, sehingga memiliki peluang pasar sayuran yang masih luas. Produksi sayuran di Jawa barat dalam tiga tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Produksi sayuran di Jawa Barat (dalam kwintal)

No	Komoditas	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Paprika	80.922	90.637	93.355
2	Buncis	816.215	798.159	875.755
3	Kembang Kol	239.649	261.081	290.615
4	Tomat	2.684.480	2.849.481	2.992.675
5	Timun	1.373.618	1.280.648	1.385.748

Sumber: Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura (2020)

Seruni Farm merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pertanian untuk membudidaya sayuran segar. Kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia

saat ini mengakibatkan turunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Hotel Seruni, sehingga Seruni Farm belum maksimal dalam menjual seluruh hasil produksinya dan mengalami *oversupply* produk sayuran segar. Hal tersebut tidak efisien antara proses produksi dan proses penjualan sayuran segar. Adanya selisih antara proses produksi dan penjualan sayuran segar dapat dijadikan peluang bagi perusahaan untuk melakukan perluasan pasar. Pemanfaatan *digital marketing* dalam memenuhi strategi pemasaran produk dapat berdampak pada peningkatan keuntungan (Amir dan Mustikawati 2019). Pemasaran melalui *digital marketing* dapat memperluas jangkauan pasar dan biaya akan lebih murah. Penggunaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi (Fadhilah dan Pratiwi2021). Cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan memperluas pasar menggunakan media sosial. Pada Tabel 2 disajikan data produksi dan penjualan sayuran selama tahun 2020 di Seruni Farm.

Tabel 2 Produksi dan penjualan sayuran segar Seruni Farm tahun 2020

No	Komoditas	Penjualan (Kg)	Produksi (Kg)
1	Kubis	4234	4234
2	Paprika	678	1376
3	Wortel	2978	3993
4	Kembang Kol	1878	2567
5	Daun Bawang	1234	2546
6	Tomat	2345	3135
7	Timun	2189	2977
8	Caisim	1345	1745
9	Selada	675	1321
10	Cabai Merah	1235	1769
11	Cabai Rawit	655	1131
12	Pakcoy	657	1354
13	Brokoli	1935	2378
14	Seledri	225	495
15	Sawi Putih	1125	2377
Total		23.388	33.398

Sumber : Seruni Farm (2020)

Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan atau sebaliknya. Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia berkembang pesat (Fauzi 2016). Tingkat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mencapai 26%. Masyarakat Indonesia menghabiskan waktu 1,5 jam sehari untuk berinternet. Saat ini pengguna ponsel di Indonesia mencapai 180 juta orang dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia, pengguna *instagram* di Indonesia mencapai 22 juta pengguna aktif (Purbohastuti 2017). Media sosial juga dapat digunakan sebagai alat promosi perusahaan, seperti *instagram*, *milkshake website*, dan *whatsapp*. Bahwa *whatsapp* berada pada peringkat kedua dan diikuti *instagram* pada posisi ketiga dalam penggunaan media sosial. Proses pemasaran menjadi lebih efektif dan meminimalkan biaya promosi. Dalam hal ini Seruni Farm memanfaatkan peluang

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 kritika atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Institut Pertanian Bogor (IPB)



Sekolah Vokasi

College of Vocational Studies

Bogor Agricultural University

tersebut untuk memperluas pemasaran produk mereka lewat media sosial. Tujuannya supaya konsumen lebih mudah membeli produk sayuran secara *online*.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada Seruni Farm melalui analisis SWOT.
2. Membuat rencana pengembangan bisnis berupa perluasan pasar pada Seruni Farm menggunakan metode *Business Model Canvas*.
3. Menganalisis laporan laba rugi dan R/C *ratio* dari unit bisnis Seruni Farm.

