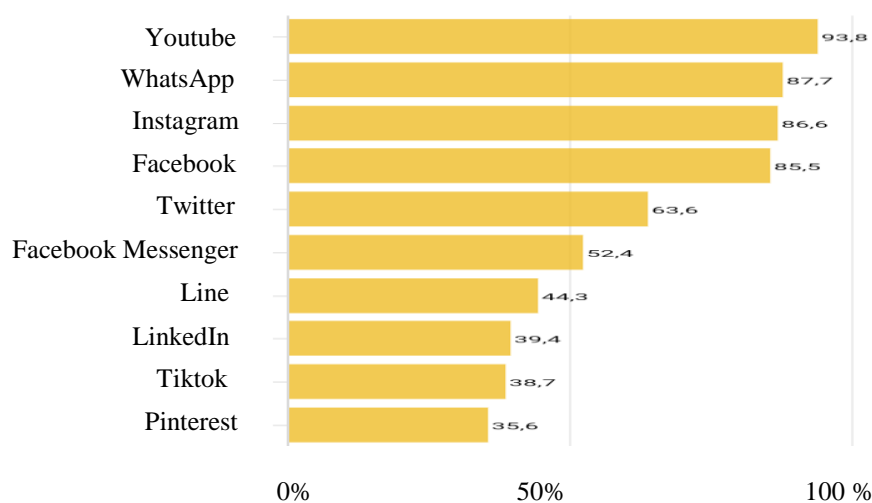


I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat termasuk di Indonesia, dengan ditandai kemunculan digital, jaringan internet khususnya teknologi informasi komputer. Berkembangnya teknologi internet, sangat membantu masyarakat dalam memberikan kemudahan layanan dan cakupan tanpa batas. Internet dapat mempermudah kegiatan masyarakat dalam tugas, pekerjaan maupun pada bisnis. Masa era digital saat ini, menuntut masyarakat untuk terbiasa berinteraksi menggunakan media digital, salah satunya media sosial yang sedang *trend*. Pemanfaatan media sosial mempermudah informasi dan komunikasi agar lebih efektif dan efisien dalam era serba digital saat ini. Masa sekarang ini, pemasaran secara *online* menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi pelaku bisnis. Pemasaran *online* merupakan salah satu media paling inovatif untuk mempromosikan produk dan layanan kepada masyarakat. Pemasaran *online* menjangkau dan mengakses pasar yang lebih luas namun biaya yang dikeluarkan lebih rendah dibanding pemasaran konvensional.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-Kuartal II 2020 mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 96,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 25,5 juta atau 8,9% dibandingkan pada 2018 lalu. Sebagian besar dari pengguna internet memanfaatkan layanan ini untuk mengakses media sosial, aplikasi percakapan, perbankan, hiburan, dan transaksi jual beli *online*. Menurut riset *We Are Social* (2021), media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia adalah YouTube (93,8%), WhatsApp (87,7%), Instagram (86,6%), Facebook (85,5%), Twitter (63,6%), FB Messenger (52,4%), Line (44,3%), LinkedIn (39,4%), TikTok (38,7%), dan Pinterest (35,6%). Instagram menduduki presentase ke-3 terbanyak media sosial yang digunakan pengguna internet di Indonesia dan disusul Facebook di presentase ke-4. Hal ini menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk atau jasa di Instagram dan Facebook dengan jangkauan pasar yang lebih luas.



Gambar 1 Media sosial yang paling banyak di gunakan oleh pengguna internet di Indonesia

Sumber : Databoks (2021)

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 IPIB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPIB.

Perusahaan Oka Jamur merupakan usaha yang bergerak di bidang budidaya jamur tiram putih di Kabupaten Badung. Oka Jamur memproduksi jamur tiram segar maupun olahan. Keadaan pandemi COVID-19 saat ini mengakibatkan penjualan produk perusahaan turun. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan juga masih memakai saluran langsung atau *word of mouth*. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin pesat, pemasaran *online* memberikan potensi yang besar bagi perusahaan. Oka Jamur belum memanfaatkan media *online* tersebut untuk pemasaran. Penggunaan media digital seperti Instagram dan Facebook menjadi solusi bagi perusahaan dalam memanfaatkan peluang dari teknologi untuk pemasaran yang modern. Perbaikan strategi promosi dan distribusi melalui media digital ini memudahkan konsumen dalam menjangkau bisnis perusahaan. Jangkauannya yang luas membuat banyak konsumen dapat mengakses informasi mengenai produk dan profil usaha perusahaan dengan mudah. Kondisi pandemi COVID-19 dengan penerapan *work from home* (WFH) oleh pemerintah dengan tujuan memutus rantai penyebaran menjadi peluang bagi perusahaan. Perusahaan dapat memanfaatkan media digital dalam pemasarannya, karena masyarakat sebagian besar harus bergantung pada media digital untuk rutinitas baik untuk pendidikan, pekerjaan maupun berbelanja kebutuhan sehari-hari. Hadirnya media digital tersebut membuat masyarakat merasa aman dalam berbelanja *online*.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang, tujuan penulisan pengembangan bisnis ini adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan ide kajian perbaikan strategi promosi dan distribusi pada blok *channel* bisnis model canvas Oka Jamur.
2. Menganalisis dan mengkaji rencana pengembangan bisnis di Oka Jamur berdasarkan aspek finansial dan non finansial.

1.3 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penulisan Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh mengenai identifikasi bisnis dan alternatif strategi melalui *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT yang tepat untuk perusahaan Oka Jamur.
2. Bagi perusahaan, Penulisan Kajian Pengembangan Bisnis ini bertujuan sebagai informasi baru dalam mengembangkan usaha perusahaan. Ide kajian sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk mengatasi masalah yang dihadapi khususnya dalam penerapan teknologi pada pemasaran.
3. Bagi pembaca, yaitu sebagai referensi dalam menyusun Tugas Akhir maupun penelitian lanjutan. Selain itu, juga dapat memberikan informasi dan gambaran umum kepada pembaca.