

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kabupaten Cianjur merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Barat. Kondisi geografis Kabupaten Cianjur didominasi daerah dataran tinggi yang terdiri dari kawasan perbukitan dan pegunungan dengan kondisi udara sejuk. Wilayah ini berkembang menjadi wilayah industri pariwisata dan perkembangan pada sektor pertanian (Nurwati dan Mulyana 2017). Kabupaten Cianjur sangat cocok untuk ditanami tanaman hortikultura sayuran dan buah-buahan. Salah satu tanaman hortikultura buah yang dibudidayakan adalah tanaman stroberi.

Stroberi (*Fragaria x ananassa*) merupakan salah satu tanaman hortikultura yang tumbuh di negara-negara beriklim tropis. Stroberi banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, kandungan dan aktivitas antioksidan yang sangat tinggi, serta memiliki nilai ekonomis. Di Indonesia, stroberi sudah mulai banyak dibudidayakan, salah satu daerah yang berpotensi untuk budi daya stroberi adalah Jawa Barat (Putra *et al.* 2020).

Salah satu perusahaan di Jawa Barat yang bergerak pada sektor tanaman hortikultura stroberi adalah Sweetberry Agrowisata. Sweetberry Agrowisata merupakan salah satu tempat wisata terluas di kawasan Puncak – Bogor, Kabupaten Cianjur yang memiliki luas kebun  $\pm 2$  ha dan menawarkan wisata petik buah stroberi secara langsung. Selain menawarkan buah segar, Sweetberry Agrowisata juga menawarkan berbagai olahan dari buah stroberi yang menjadikan ciri khas oleh-oleh Sweetberry Agrowisata.

Adanya pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia menjadikan pengunjung sebagai pangsa pasar utama Sweetberry Agrowisata mengalami penurunan dibandingkan saat kondisi sebelum pandemi karena adanya kebijakan pemerintah yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyoroti perilaku pengguna internet terutama dari dampak pandemi Covid-19, hasilnya mayoritas pengguna mengakses internet lebih dari delapan jam dalam satu hari dan terdapat pergeseran perilaku pengguna selama pandemi salah satunya untuk belanja *online*. APJII juga menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia hingga kuartal II tahun 2020 naik menjadi 73,7 persen dari populasi atau setara 196,7 juta pengguna.

Saat ini Indonesia memasuki era revolusi industri 4.0, dimana apapun berhubungan dengan teknologi. Pertukaran data dan informasi secara digital lebih efektif dan efisien sehingga memudahkan penggunaannya (Sari *et al.* 2020). Seiring berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin cepat telah mempengaruhi perubahan gaya hidup sosial dalam berbagai aspek kehidupan. Berkembangnya pemanfaatan media internet sebagai sarana interaksi sosial telah mengantarkan banyak kemudahan dalam segala bidang. Saat ini internet menjadi unggulan bagi para pebisnis dalam usaha memenangkan persaingan bisnis. Hal ini didasari oleh meningkatnya pengguna internet di dunia yang dimana memudahkan para pebisnis untuk memasarkan dan mengembangkan lahan bisnisnya (Saragih dan Ramdhany 2013). Dengan adanya perkembangan teknologi *digital* seperti internet, konsumen berharap perusahaan dapat mendengarkan keinginan konsumen (Kotler dan Keller

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 kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

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

2008). Penggunaan media sosial juga dapat untuk memperluas segmentasi pasar khususnya para generasi milenial (Husyairi *et al.* 2020).

Akhir-akhir ini banyak perusahaan yang sudah menggunakan *digital marketing* sebagai sarana pemasaran produknya. Masyarakat cenderung konsumtif dan memilih cara praktis dalam membeli suatu produk yaitu secara *online*. Dengan pembelian secara *online*, dapat menghemat waktu dan tenaga dibandingkan harus datang langsung ke tempat atau lokasi. Perkembangan teknologi membuat kegiatan pelayanan konsumen menjadi kolaboratif, dimana konsumen dapat berpartisipasi dalam proses kegiatan jual beli dengan menggunakan fasilitas layanan seperti *marketplace* (Kotler *et al.* 2019). Hal ini menjadi peluang bagi Sweetberry Agrowisata untuk menawarkan produk olahannya dengan memanfaatkan *platform marketplace* untuk memperluas cakupan pemasaran produknya. Dengan memanfaatkan *platform marketplace* perusahaan dapat menjangkau konsumennya lebih luas dan akan meningkatkan pendapatan perusahaan (Kotler dan Keller 2008).

*Marketplace* merupakan tempat atau wadah untuk melakukan pemasaran produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet (Sadgotra dan Saputra 2013). Dengan mendaftarkan pada *platform marketplace* perusahaan dapat menjangkau konsumen secara luas, karena sejauh ini proses pemasaran yang dilakukan perusahaan hanya terfokus kepada pengunjung yang datang berwisata. Survei yang dilakukan oleh Databoks 2020 menyatakan bahwa *marketplace* dengan jumlah pengunjung terbanyak ditempati oleh Shopee dengan jumlah rata-rata kunjungan sebanyak 93,4 juta perbulan (Jayani 2020). Perluasan pemasaran secara *online* melalui *platform marketplace* merupakan cara efektif dalam memasarkan suatu produk.

Adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta pengguna internet yang terus meningkat dapat dijadikan peluang perusahaan dalam memperluas pemasaran produk olahannya. Maraknya *platform* yang memfasilitasi proses jual beli dapat memudahkan kegiatan pemasaran. Pemasaran yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan *platform marketplace* Shopee. Penggunaan *platform marketplace* Shopee dianggap mampu menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan penjualan produk. Kajian pengembangan bisnis ini difokuskan untuk merancang model bisnis Sweetberry Agrowisata untuk menemukan strategi pemasaran yang optimal dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

## 1.2 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada Sweetberry Agrowisata.
2. Menyusun perencanaan pengembangan bisnis pada Sweetberry Agrowisata berdasarkan pendekatan sembilan blok *Business Model Canvas*.