

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara Agraris yang memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi. Salah satu subsektor yang paling besar adalah subsektor hortikultura yang memfokuskan pada tanaman buah (pomologi/frutikultur), tanaman bunga (florikultura), tanaman sayuran (olerikultura), tanaman obat-obatan (biofarmaka), dan taman (lansekap). Salah satu sub sektor yang sedang diminati adalah tanaman hias (florikultura). Tanaman hias merupakan tanaman yang ditanam untuk menciptakan kesan keindahan, kecantikan dan daya tarik tersendiri bagi yang melihatnya. Tanaman hias bisa ditanam dimana saja. Tanaman hias memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan memiliki prospek usaha yang menjanjikan sehingga bisa mendapatkan keuntungan yang cukup besar.

Usaha tanaman hias cukup berkembang di berbagai daerah di Indonesia. Salah satu perusahaan tanaman hias yaitu pada PT Bina Usaha Flora, di daerah Kabupaten Cianjur, Jawa Barat.

Tren permintaan tanaman hias kian meningkat disaat kondisi pandemi Covid-19 saat ini. Masyarakat cenderung beraktivitas di rumah baik sekolah maupun bekerja semua dilakukan secara online. Dengan begitu, banyak hal yang bisa dilakukan dirumah salah satu nya yaitu berkebun. Usaha tanaman hias juga menjadi suatu usaha yang menguntungkan. PT. Bina Usaha Flora masih melakukan promosi dengan cara *word of mouth* dan *whatsapp* bagi konsumen tetap. Pemasaran dan promosi pada PT. Bina Usaha Flora via penuturan informasi secara langsung tidak mengalami kendala dan penjualan stabil. Namun, untuk memperluas pasar dan di era *digital marketing* yang semakin pesat seperti saat ini perlu dilakukan pengoptimalan sosial media yaitu *instagram* dalam mempromosikan produk.

Sosial media *instagram* perusahaan belum optimal dilihat dari data pada fitur *insight* yang terdapat pada *instagram* perusahaan selain itu perusahaan masih kurang aktif dalam mempromosikan produk dan memposting konten secara kontinyu.

Di era kemajuan teknologi yang semakin pesat, penggunaan internet dan media sosial menjadi salah satu wadah dalam mencari informasi mengenai suatu produk karena dianggap lebih mudah dan dapat dilakukan dimana saja.

Berdasarkan sumber *Hootsuite* 2020, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 160 juta orang atau sebesar 59% dari total populasi penduduk di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar dalam memperluas pemasaran dan wadah sebagai promosi. Hal tersebut disebabkan karena transformasi digital semakin pesat akibat pembelajaran online dan kebijakan bekerja dari rumah (*work from home*) akibat pandemi Covid-

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

12 Tujuan

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada PT Bina Usaha Flora-Cianjur
2. Untuk menganalisis Optimalisasi Sosial Media sebagai Sarana Promosi Produk pada PT Bina Usaha Flora-Cianjur
3. Menyusun perencanaan ide pengembangan bisnis menggunakan aspek finansial dan non finansial pada PT Bina Usaha Flora-Cianjur

13 Manfaat

Manfaat dari kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Analisis SWOT yang dihasilkan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam menjalankan strategi-strategi di masa mendatang.
2. Sebagai wadah untuk mengaplikasikan teori yang sudah diperoleh ke dalam bisnis nyata.
3. Memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan kepada pembaca mengenai kegiatan budidaya tanaman hias dan bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

14 Ruang Lingkup

Kajian Pengembangan Bisnis ini berfokus pada pengoptimalan media sosial sebagai sarana promosi dalam memperkenalkan produk perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT. Penyusunan SWOT diawali dengan menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan, kemudian membuat strategi yang dibutuhkan perusahaan dalam mencapai tujuan yang berpengaruh terhadap peningkatan beberapa komoditas penjualan tanaman hias dan dapat terlihat dari kenaikan jumlah *customer online* yang membeli produk tanaman hias setelah melihat promosi di sosial media.