



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris, yang berarti mayoritas penduduknya bergantung pada sektor pertanian. Sebagai negara agraris, hingga kini sebagian besar penduduknya telah memanfaatkan sumber daya alam yang berasal dari sektor pertanian, baik dalam pekerjaan maupun untuk kebutuhan pangan. Adanya hal tersebut, sektor pertanian menjadi peran penting untuk keberlangsungan hidup masyarakat Indonesia.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi dengan produksi sektor pertanian yang tinggi, khususnya pada sub sektor komoditas hortikultura. Komoditas hortikultura yang berada di Indonesia, termasuk Jawa Barat meliputi tanaman buah-buahan, sayur-sayuran, bunga dan tanaman hias, serta tanaman obat. Data produksi hortikultura di Jawa Barat pada tahun 2017-2019 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Produksi hortikultura di Jawa Barat 2017-2019

Komoditas	Produksi (Kg)		
	2017	2018	2019
Sayuran	45.656.964	44.316.268	46.083.985
Tanaman hias	23.283.476	256.654.265	317.166.997
Biofarmaka	122.538.968	125.457.776	71.713.640

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi komoditas sayuran di Jawa Barat pada tahun 2017 hingga tahun 2019 relatif mengalami peningkatan produksi. Sayuran merupakan salah satu jenis tanaman yang memberikan banyak manfaat untuk kehidupan manusia. Salah satu manfaat yang terkandung dalam sayuran yaitu dapat menjaga kesehatan dan metabolisme tubuh manusia.

Seiring berjalannya waktu dan pendidikan serta sosialisasi kesehatan sebagian masyarakat Indonesia mulai menyadari pentingnya mengonsumsi sayuran organik dan produk olahan atau makanan dari sayuran organik tersebut. Sayuran organik adalah sayuran yang diproses pada sistem pertanian yang mendorong terbentuknya tanah dan tanaman yang sehat dengan melakukan praktik-praktik budidaya. Praktik budidaya tersebut seperti daur ulang hara dengan bahan organik, rotasi tanaman, pengolahan tanah yang tepat, serta menghindari penggunaan pupuk kimia dan pestisida kimia (Kartini & Budaraga, 2020). Sedangkan untuk produk olahan atau makanan organik adalah makanan yang diproduksi atau diproses dari hasil sayuran organik.

Okiagaru Farm merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang pertanian organik yang berada di Kabupaten Cianjur. Okiagaru Farm telah menghasilkan produk olahan berbahan dasar sayuran organik yaitu keripik pangsit. Okiagaru farm saat ini menjual produknya ke wilayah Cianjur dan Majalengka dengan sistem konsinyasi pada toko oleh-oleh dan Toserba. Akibat adanya wabah pandemi Covid-19 di Indonesia pada tahun 2020, pemerintah mengeluarkan kebijakan guna meminimalisir adanya penyebaran Covid-19

dengan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah. Kebijakan tersebut membuat wisatawan dilarang keluar kota serta toko-toko ditutup lebih awal dari jam operasionalnya, bahkan toko oleh-oleh dan Toserba tempat menitipkan produk keripik pangsit sayuran organik tutup selama enam bulan pada Juni sampai bulan November di tahun 2020. Hal ini mengakibatkan penjualan kripik pangsit sayuran organik Okigaru Farm yang terdapat di toko oleh-oleh dan Toserba mengalami penurunan dari tahun sebelumnya di tahun 2019 ke tahun 2020 terhitung dari perubahan penjualan yaitu penurunan sebesar 27,5% . Hasil perhitungan ini diperoleh dari data penjualan kripik pangsit sayuran organik Okigaru Fram yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Penjualan produk keripik pangsit sayuran organik Okiagaru Farm 2021

Produk	Penjualan (kemasan 100 gram)		
	2018	2019	2020
Keripik Pangsit Sayuran Organik	22423	22596	16376

Sumber: Okiagaru Farm 2021

Adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju mengakibatkan konsumen lebih suka mencari informasi mengenai produk secara digital melalui internet ataupun sosial media. Menurut Rachmadi (2020) tujuan dari pemasaran digital adalah menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan melakukan pemasaran digital dapat mudah berinteraksi dengan konsumen, sebagai wadah *word-of-mouth* terluas, menggunakan biaya lebih efektif, efisien dan teknik yang lebih efektif serta meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, Okiagaru Farm melakukan cara baru dengan memanfaatkan sosial media *Facebook* sebagai media pemasaran yang belum pernah digunakan sebelumnya. Hal ini menjadi latar belakang tugas akhir dengan fokus perluasan pemasaran dengan pemanfaatan aplikasi *Facebook*.

1.2 Tujuan

Tujuan penulisan laporan kajian pengembangan bisnis adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal pada Okiagaru Farm.
2. Menyusun dan mengkaji kelayakan rencana pengembangan bisnis berdasarkan aspek finansial dan non finansial.