

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada pertanian terdapat dua jenis sistem pertanian yaitu pertanian konvensional dan organik. Pada pertanian sistem organik, umumnya yang dikembangkan adalah sayuran. Sayuran yang dibudidayakan secara organik telah memiliki peminat pada masyarakat luas. Minat terhadap sayuran organik bertambah karena masyarakat mulai sadar akan pentingnya mengonsumsi sayuran (Marzuki *et al.* 2021).

Dibandingkan dengan mengonsumsi sayuran yang dirawat secara konvensional, ternyata lebih baik mengonsumsi sayuran yang dirawat dengan cara organik. Selain itu menanam sayuran organik dapat meningkatkan kesadaran petani untuk pengurangan penggunaan pestisida. Permintaan pasar akan sayuran organik dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha yang juga bergerak di bidang agribisnis. Pertumbuhan bisnis sayuran organik cukup signifikan, persaingan untuk memenangkan pasar semakin ketat. Oleh karena itu perlu analisis untuk mengembangkan strategi terbaik dan tepat untuk perbaikan keunggulan kompetitif.

Pada bulan Maret 2019 hingga Mei 2020, beras organik mengungguli sayuran organik dan rata-rata volume penelusuran bulanan di Google mencapai 1.900 per bulan (Firman dan David 2020). Di saat yang sama, orang-orang menelusuri sayuran organik di Google sebanyak 1.600 kali dalam sebulan. Ini adalah kapasitas pasar yang sangat besar. Karena ketika orang melakukan pencarian di mesin pencari Google, itu berarti orang tersebut sangat membutuhkan produk tersebut. Terjalin peningkatan permintaan secara signifikan terhadap produk organik (beras serta sayur- mayur) pada bulan Maret 2020– Mei 2020, apabila dibanding dengan periode Maret 2019– Januari 2020.

Peningkatan ini dipercaya diakibatkan adanya Pandemi Covid-19 yang menerpa Indonesia. Pandemi Covid-19 ini telah meningkatkan pemahaman warga Indonesia untuk lebih banyak konsumsi makanan organik guna tingkatkan imunitas. Salah satunya di kabupaten Sleman, masyarakatnya sudah banyak yang sadar akan pentingnya menjaga kesehatan.

Permintaan konsumsi yang banyak akan mendorong penawaran produksi sayuran pada masyarakat, khususnya di Sleman, Yogyakarta. Jumlah produksi sayuran di Kabupaten Sleman dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah produksi sayuran Kabupaten Sleman 2018-2019

Uraian	Tahun		
	2018	2019	2020
Jumlah tanaman	26	26	26
Produksi (Kw)	1.205.508	800.771	918.076

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, konsumen menyebutkan bahwa mengonsumsi sayuran merupakan salah satu syarat untuk pemenuhan gizi seimbang pada tubuh manusia. Mengonsumsi sayuran menjadi pola hidup, bahkan kewajiban untuk mendapatkan tubuh yang sehat. Terkait dengan pembelian produk, ada beberapa atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam membandingkan antara makanan organik dengan makanan. Pada umumnya konsumen menilai kualitas suatu produk dari tampilannya (Suardika *et al.* 2014)

Dalam memenuhi permintaan masyarakat yang menginginkan pola hidup sehat dengan harga terjangkau adalah dengan menawarkan produk sayur sehat. Sayur sehat adalah sayuran yang dibudidayakan secara organik, tidak menggunakan bahan kimia sama sekali. Alasan ini diperkuat dengan hasil dari survei yang telah dilakukan. Akan tetapi pemasaran produk ini masih kurang tepat sasaran dan kurang meluas pasarannya. Dalam kondisi pandemi saat ini pemasaran menggunakan media digital menjadi salah satu alternatif penting. Untuk itu bagaimana penerapan pemasaran sayur di Caping Merapi menggunakan pemasaran digital perlu untuk dianalisis.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan pada laporan kajian pengembangan bisnis ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pengelolaan media sosial di Caping Merapi?
2. Bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan promosi di Caping Merapi?
3. Media Sosial apa yang paling tepat untuk sarana promosi di Caping Merapi?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penulisan laporan kajian pengembangan bisnis ini adalah sebagai berikut.

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan lingkungan internal dan lingkungan eksternal dengan Caping Merapi.
2. Menyusun dan merancang pengembangan bisnis pada Caping Merapi.
3. Menganalisis kelayakan strategi berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penyusunan laporan kajian pengembangan bisnis ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi penulis
Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan selama studi, khususnya di bidang perencanaan bisnis, manajemen pemasaran, kelayakan usaha, dan budidaya sayuran.
2. Bagi akademik
Laporan tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi di perpustakaan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor mengenai permasalahan yang terkait dengan penulisan tugas akhir ini.

3. Bagi perusahaan
Hasil penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan saran untuk Caping Merapi untuk mengembangkan bisnis dengan cara peningkatan pemasaran melalui social media, sehingga penjualan sayur di Caping Merapi meningkat.
4. Bagi pembaca
Laporan tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan dalam peningkatan penjualan melalui media sosial.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



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.