

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya akan hasil pertanian, kehutanan, perkebunan, peternakan dan perikanan. Salah satu sub sektor yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi adalah peternakan karena mampu menyediakan sumber pangan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani pada masyarakat. Hal tersebut memengaruhi tingkat populasi pada sub sektor peternakan, salah satunya yaitu pada populasi domba. Peningkatan ini ditunjukkan dengan bertambahnya populasi domba di Provinsi Jawa Barat seperti yang tertera pada Tabel 1.

Tabel 1 Populasi domba di Provinsi Jawa Barat

Tahun	Jumlah (Ekor)
2017	11.425.574
2018	11.902.218
2019	12.229.250
2020	11.958.048
2021	12.246.608

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan peningkatan populasi domba di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2017 sampai 2019, namun pada tahun 2020 terjadi penurunan akibat dampak dari pandemi *Covid-19* sehingga diterapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada masyarakat. Pada tahun 2021 kondisi perekonomian Indonesia mulai membaik sehingga terjadi peningkatan populasi domba di Provinsi Jawa Barat dari tahun sebelumnya yang memberikan peluang bagi masyarakat untuk memiliki usaha pada bidang peternakan domba. Peluang tersebut dimanfaatkan oleh Bapak Rizky Bayu Pradana dengan mendirikan Sumber Rachmat Rizky Farm. Jenis domba yang dibudidayakan diantaranya Domba Priangan, Domba Garut dan Domba Dorper. Namun, untuk permintaan domba pada Sumber Rachmat Rizky Farm rata-rata dengan jenis Domba Priangan dan Domba Garut, sedangkan untuk Domba Dorper difokuskan pada pengembangbiakan dalam upaya meningkatkan populasinya. Permintaan terhadap domba tentunya berkorelasi dengan jumlah pemotongan domba. Data pemotongan domba di Provinsi Jawa Barat dapat dilihat pada Tabel 2.

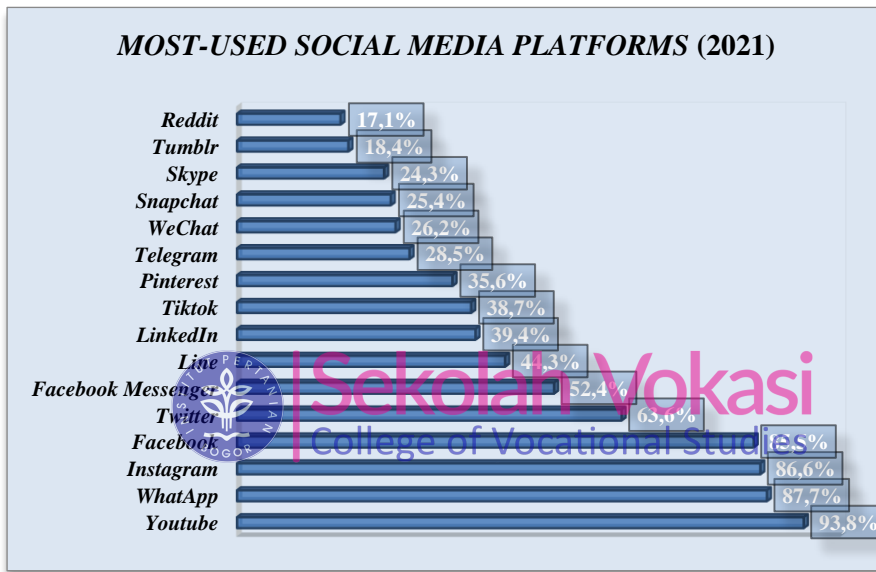
Tabel 2 Pemotongan domba di Provinsi Jawa Barat

Tahun	Jumlah (Ekor)
2017	411.723
2018	863.613
2019	1.374.817
2020	823.104
2021	986.284

Sumber: Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan (2021)

Pada Tabel 2 menunjukkan jumlah pemotongan domba di Provinsi Jawa Barat dalam 5 tahun terakhir. Pada tahun 2017 sampai 2019 mengalami peningkatan, namun pada tahun 2020 terjadi penurunan akibat dampak pandemi *Covid-19*. Kemudian pada tahun 2021 terjadi peningkatan kembali dari tahun

sebelumnya dikarenakan dilonggarkannya peraturan penerapan PSBB pada masyarakat. Dengan begitu kebutuhan terhadap daging domba pada konsumen meningkat, khususnya pada kalangan pedagang. Saat ini konsumen yang dimiliki oleh Sumber Rachmat Rizky Farm lebih banyak untuk kebutuhan usaha aqiqah dan rumah jagal. Permintaan tertinggi yaitu pada saat Hari Raya Idul Adha untuk kebutuhan berkorban dari setiap konsumen yang terdiri dari pedagang ataupun perorangan. Salah satu cara yang diterapkan oleh Sumber Rachmat Rizky Farm untuk dapat dikenal oleh calon konsumen secara luas yaitu dengan melakukan pemasaran secara digital melalui sosial media *Instagram* dan *Youtube*. Pada Gambar 1 merupakan jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia.



Gambar 1 Jumlah pengguna media sosial di Indonesia

Sumber: *Hootsuite* (2021)

Hootsuite yang merupakan situs layanan manajemen konten dan media sosial mengeluarkan data pada Januari 2021 yang menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 73,7% atau 202,6 juta dari total populasi penduduk Indonesia yaitu sebesar 274,9 juta jiwa. Hal tersebut berkaitan dengan total penggunaan media sosial di Indonesia yang terbilang cukup tinggi yaitu sebesar 61,8% dengan penggunaan tertinggi pada 5 platform diantaranya *Youtube* (93,8%), *WhatsApp* (87,7%), *Instagram* (86,6%), *Facebook* (85,5%) dan *Twitter* (63,6%). Oleh karena itu, penerapan *digital marketing* melalui media sosial telah diterapkan pada peternakan Sumber Rachmat Rizky Farm untuk menjangkau pasar secara lebih luas. Terdapat 2 platform yang digunakan oleh Sumber Rachmat Rizky Farm dalam melakukan pemasaran digital, yaitu *Youtube* dan *Instagram*. Namun dalam perluasan pemasaran terhadap pengguna baru dan pengguna lama yang belum terjangkau tentunya harus memahami mengenai algoritma dari setiap platform yang digunakan, hal ini agar setiap konten yang disediakan dapat terlihat oleh lebih banyak pengguna. Maka dari itu kajian bisnis yang diterapkan adalah pengembangan media sosial *Instagram* sebagai sarana strategi pemasaran pada Sumber Rachmat Rizky Farm.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini sebagai berikut:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada Sumber Rachmat Rizky Farm berdasarkan analisis lingkungan internal-eksternal melalui penerapan pada matriks SWOT.
2. Merancang strategi pengembangan media sosial *Instagram* sebagai sarana strategi pemasaran melalui penyediaan konten yang informatif, edukatif dan persuasif serta berdasarkan analisis aspek finansial dan non finansial pada Sumber Rachmat Rizky Farm.

1.3 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dalam penulisan laporan kajian pengembangan bisnis ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis, menjadi syarat untuk menyelesaikan studi, menambah wawasan pengetahuan mengenai *digital marketing* khususnya melalui platform media sosial *Instagram* dan mengetahui informasi mengenai usaha pada Sumber Rachmat Rizky Farm.
2. Bagi perusahaan, menjadi bahan pertimbangan untuk pengembangan perusahaan dan mengetahui tentang bagaimana strategi pemasaran yang dapat dilakukan pada bidang *digital marketing* melalui platform media sosial *Instagram*.
3. Bagi pembaca, mendapatkan informasi mengenai peternakan Sumber Rachmat Rizky Farm.

