

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan bagian dari subsektor pertanian yang memiliki potensi dan peluang yang cukup besar untuk dikembangkan. Peternakan juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan sumberdaya manusia serta memenuhi permintaan konsumsi protein hewani masyarakat yang dihasilkan dari hewan. Salah satu usaha peternakan yang dapat membantu menunjang kebutuhan protein hewani adalah peternakan domba. Domba merupakan salah satu jenis ternak yang telah lama dikembangkan di Indonesia. Menurut Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan (DKPP) pada tahun 2018-2020 populasi domba di Kabupaten Bogor mengalami peningkatan setiap tahunnya. Data populasi domba dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Data populasi domba di Kabupaten Bogor

Kabupaten	Populasi domba (ekor)		
	2018	2019	2020
Bogor	264.955	275.737	279.100

Sumber: Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan 2021

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa peningkatan populasi domba terjadi setiap tahunnya. Pada tahun 2018-2019 mengalami peningkatan sebesar 4% atau 10.782 ekor. Selanjutnya, pada tahun 2019-2020 meningkat sebesar 1% atau 3.363 ekor. Peningkatan produksi bisa terjadi diikuti dengan adanya permintaan konsumen terhadap ternak domba. Konsumen membeli domba untuk dipelihara atau dikonsumsi sebagai perayaan kurban dan aqiqah.

Seiring dengan berkembangnya zaman, hampir semua bisnis baik bisnis menengah maupun kecil telah menggunakan teknologi untuk mempromosikan produknya. Perkembangan teknologi yang sangat pesat pun memicu para pengusaha untuk memanfaatkan teknologi dalam mempromosikan produknya salah satunya dengan memanfaatkan *digital marketing*. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek produk perusahaan maka perlu melakukan promosi dan pemasaran melalui media sosial dengan optimal. Salah satu perusahaan yang bergerak di budi daya pembibitan dan pembesaran domba adalah Sejahtera Tani Farm. Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran melalui media sosial Instagram yang dimiliki Sejahtera Tani Farm belum maksimal dan masih kurang informatif karena kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan dalam melakukan *digital marketing*.

Berdasarkan laporan Data Boks (2022) menyatakan Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari 2022 terdapat 204,7 juta. Jumlah tersebut naik sebesar 1,03% dibanding tahun sebelumnya yaitu pada Januari 2021 sebesar 202,6 juta. Salah satu media sosial yang dapat dijadikan sebagai media pemasaran *online* adalah aplikasi Instagram. Jumlah pengguna media sosial Instagram di Indonesia hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta dengan presentase 36,4% yang dimana Instagram berada di urutan ketiga sebagai *platform* media sosial yang paling sering digunakan setelah Youtube dan Whatsapp.

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.



Berdasarkan kondisi diatas maka pemasaran melalui *digital marketing* dapat menjadi peluang untuk Sejahtera Tani Farm dalam memperluas jaringan pemasaran *online* melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan penjualan. Dengan *digital marketing* akan mempermudah komunikasi dan transaksi antara penjual dan pembeli yang dapat dilakukan setiap waktu.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan penulisan Kajian Pengembangan Bisnis pada Sejahtera Tani Farm antara lain:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal pada Sejahtera Tani Farm
2. Menyusun dan mengkaji perencanaan pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis finansial dan non finansial pada Sejahtera Tani Farm



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies