

I PENDAHULUAN

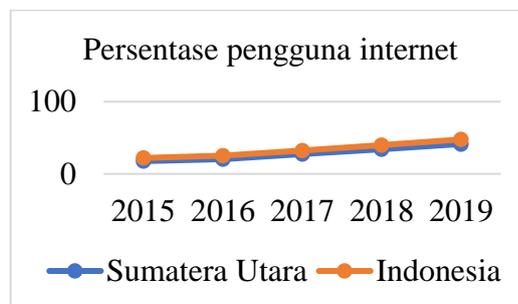
1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu sektor pertanian yang menjadi mata pencaharian sebagian besar masyarakat Indonesia, sektor ini ada dan terus berkembang karena sesuai dengan gaya hidup masyarakat yang gemar mengonsumsi daging. Bagi masyarakat Indonesia, daging bukan hanya bahan makanan sehari-hari tetapi sudah menjadi kebutuhan terutama pada hari-hari besar keagamaan dan acara-acara seperti pernikahan dan aqiqah. Begitu pun daging domba, daging domba biasanya dicari para keluarga yang ingin melakukan aqiqah atau qurban.

Peternakan 33 Farm adalah peternakan domba yang melakukan *breeding* sendiri, peternakan ini berlokasi di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Fokus penjualan peternakan 33 Farm adalah bakalan domba dan domba potong (aqiqah dan qurban). Kebutuhan akan daging domba di Sumatera Utara akan terus meningkat bukan hanya untuk kebutuhan konsumsi hari-hari besar keagamaan dan acara-acara saja, tetapi ditambah dengan adanya program Sumut Lumbung Ternak 2023 yang digadang oleh Pemerintah provinsi Sumatera Utara. Dengan adanya program ini, pemerintah akan menetapkan regulasi ijin masuknya bakalan domba dari luar daerah ke Sumatera Utara sehingga permintaan bakalan domba dalam daerah akan meningkat.

Bakalan domba dan domba potong yang dipasarkan oleh peternakan 33 Farm adalah hasil peternakan pejantan berjenis merino dan betina lokal. Meski memiliki peluang pasar yang luas dengan produk potensial, peternakan ini hanya mengandalkan pemasaran secara langsung dan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sehingga cakupan pasar yang dicapai selama ini hanya sebatas Kabupaten. Dikarenakan peternakan membutuhkan arus keuangan yang cepat sehingga memutuskan untuk lebih fokus pada penjualan domba bakalan. Domba bakalan dapat terjual saat berumur 3-4 bulan dibanding domba potong yang membutuhkan waktu hingga satu tahun atau lebih, perluasan pasar ini diperlukan karena jumlah permintaan domba bakalan pada peternakan 33 Farm tidak mencapai target yang diinginkan saat dilakukannya pemasaran secara langsung atau mulut ke mulut (*word of mouth*).

Pemasaran yang banyak digunakan saat ini ialah menggunakan internet, peluang ini dibuktikan dengan banyaknya pengguna internet. Persentase peningkatan pengguna internet di Indonesia dan Sumatera Utara dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Grafik pengguna internet di Indonesia dan Sumatera Utara (2015-2019)

Sumber : Badan Pusat Statistik (2019)

Gambar 1 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia dan Sumatera Utara terus meningkat. Hal tersebut membuktikan perlunya peningkatan pemasaran menggunakan internet, salah satunya melalui media sosial. Pengguna media sosial tidak hanya populer di kalangan remaja tetapi juga orang dewasa. Oleh karena itu, untuk memperluas pemasaran domba 33 Farm dapat menggunakan pemasaran secara *online* melalui salah satu media sosial.

Media sosial yang cukup populer di kalangan peternak ialah facebook. Menurut laporan statistika, Indonesia menduduki peringkat ketiga pengguna facebook terbanyak di dunia dengan 129,85 juta pengguna per Januari 2022. Selain itu, facebook cocok menjadi *platform* pemasaran peternakan karena terdapat beberapa *group-group* komunitas peternak serta penjualan domba di facebook. Data *group* komunitas peternak dan penjualan domba dengan cakupan daerah Sumatera Utara dan sekitarnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 *Group* peternak dan penjualan domba facebook

No	Group	Jumlah anggota
1	Peternak domba Kabupaten Langkat dan sekitarnya (saung domba Langkat)	16.000
2	Komunitas PE/Koplo/Jawa Randu/Domba (Sumut)	14.000
3	Peternak kambing domba dan kambing Jawa. Binjai Langkat dan Medan	6.000
4	Peternak lembu, kambing, domba Langkat	2.600
5	Peternak kambing dan domba Aceh Tamiang	192
6	Komunitas bakalan PE Kaligesing	77.000

Sumber : Facebook (2022)

Tabel 1 memperlihatkan beberapa *group* komunitas peternak dan penjualan domba facebook yang artinya banyak peternak yang memilih facebook menjadi salah satu *platform* pilihan mereka. Alasan-alasan tersebut yang menyebabkan facebook menjadi *platform* yang sesuai untuk memasarkan domba peternakan 33 Farm.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penyusunan kajian pengembangan bisnis ini adalah

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis dengan mengkaji lingkungan internal dan eksternal peternakan 33 Farm.
2. Menyusun kajian kelayakan pengembangan bisnis dengan mengkaji aspek finansial dan nonfinansial