

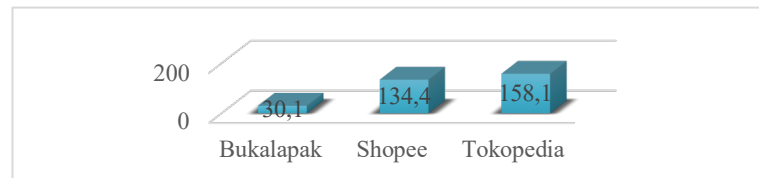
I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pakan merupakan hal yang terpenting dalam sektor peternakan. Hal ini dikarenakan pakan dapat membantu pertumbuhan hewan ternak. Pakan hewan khususnya ternak ruminansia terdiri atas dua yaitu hijauan dan konsentrat. Sumber pakan utama ternak ruminansia merupakan pakan hijauan, sehingga untuk meningkatkan produksi ternak ruminansia harus diikuti pula dengan peningkatan pasokan hijauan yang cukup baik secara kuantitas maupun kualitas, sedangkan pakan konsentrat merupakan campuran dari beberapa bahan pakan yang memiliki nilai gizi tinggi. Akan tetapi, pakan konsentrat memiliki kandungan protein dan gizi yang tinggi, sehingga biaya yang dikeluarkan lebih mahal. Oleh karena itu, untuk penghematan biaya pakan, para peternak memilih alternatif lain yaitu membudidayakan pakan hijauan.

Salah satu hijauan yang dapat dijadikan sebagai pakan hewan ternak adalah rumput gajah varietas pakchong (*Pennisetum purpureum* CV Thailand), dikarenakan memiliki kandungan protein kasar sebesar 16-18% dan merupakan jenis rumput yang memiliki kandungan protein paling tinggi di antara rumput gajah lainnya. Keunggulan rumput pakchong lainnya yaitu memiliki produktivitas yang tinggi, pertumbuhan yang cepat dan sistem akar yang dalam, sehingga dapat bertahan dalam kondisi kekeringan. Sumber Rachmat Rizky Farm merupakan perusahaan yang bergerak di bidang peternakan menggunakan lahan rumput sebagai lahan untuk menanam rumput pakchong dan odot sebagai pakan hewan ternak. Produktivitas rumput pakchong yang tinggi menyebabkan hasil panen yang berlimpah dan melihat belum banyaknya peternak yang membudidayakan rumput pakchong, sehingga Sumber Rachmat Rizky Farm menyediakan bibit rumput pakchong untuk dijual kepada peternak atau petani lain yang ingin membudidayakan rumput pakchong.

Perkembangan teknologi dan informasi erat kaitannya dengan kehidupan manusia. Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia yang pesat sangat mempermudah masyarakat yang mempunyai usaha untuk memasarkan produknya lebih mudah dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas khususnya produk pertanian. Berbagai inovasi telah dicetuskan oleh anak-anak bangsa dalam pengembangan pertanian 4.0 terlebih dalam bidang pemasaran.



Gambar 1 Pengunjung *marketplace* bulanan tertinggi kuartal III tahun 2021

Sumber: Data Indonesia (2022)

Gambar 1 menunjukkan kunjungan *marketplace* bulanan tertinggi kuartal III tahun 2021 di mana Tokopedia menempati posisi pertama dengan total kunjungan sebesar 158,1 juta. Kehadiran *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak telah banyak digunakan untuk meningkatkan efisiensi sehingga dirasa lebih efektif dan efisien. Terdapat banyak *marketplace* yang menyediakan sarana

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

produksi pertanian, mulai dari bibit, pupuk, pestisida, contohnya Tokopedia, Shopee dan Bukalapak.

Perkembangan teknologi juga dimanfaatkan oleh para petani khususnya para petani muda atau yang biasa disebut petani milenial baik untuk memasarkan hasil usahatani milik mereka maupun untuk melakukan pembelian barang untuk menunjang usaha mereka. Petani muda atau petani milenial cenderung menguasai teknologi dan sangat bergantung pada perangkat teknologi seperti *smartphone*, internet dan media sosial (Simarmata 2019). Pengertian milenial sendiri menurut Horovitz (2012) yaitu kelompok anak muda yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000. Berkaitan dengan itu, petani milenial sebagai pemuda saat ini, memiliki karakteristik penting yaitu mudah mengenali dan terbiasa menggunakan internet, serta aktif menggunakan media sosial (Orifah *et al.* 2017). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi pada sektor pertanian dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi usahatani. Teknologi informasi dan komunikasi dimanfaatkan oleh petani untuk berkomunikasi, akses informasi dan memperluas jaringan pemasaran (Sumardjo *et al.* 2011). Tabel 1 menunjukkan populasi petani di Pulau Jawa yang berumur 19-39 tahun dan kepemilikan lahan tahun 2018

Tabel 1 Populasi petani yang berumur 19-39 tahun dan kepemilikan lahan di Pulau Jawa tahun 2018

No	Provinsi	Jumlah (Orang)	Luas lahan (m ²)
1	DKI Jakarta	1.134	12.782
2	Jawa Barat	292.946	3.220.560
3	Jawa Tengah	335.978	4.432.996
4	D.I Yogyakarta	23.017	492.940
5	Jawa Timur	412.014	5.117.025
6	Banten	58.596	585.180

Sumber: SUTAS (2018)

Produktivitas bibit rumput pakchong yang tinggi, namun pemasaran yang dilakukan belum optimal sehingga dilakukan perluasan pemasaran melalui *marketplace*. Hal ini dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar bibit rumput pakchong melalui Tokopedia untuk para peternak maupun petani khususnya para petani milenial yang dapat mengoperasikan *smartphone* mereka dan tidak asing dengan penggunaan *marketplace*. Selain itu, tersedianya Tokopedia menjadi *marketplace* dengan kunjungan tertinggi dapat dijadikan peluang sebagai perluasan pemasaran bibit rumput pakchong melalui *marketplace* Tokopedia sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis eksternal dan internal pada Sumber Rachmat Rizky Farm.
2. Mengkaji perencanaan pengembangan bisnis berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial pada Sumber Rachmat Rizky Farm.