

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pasar bisnis di Indonesia saat ini sangat diuntungkan dengan kehadiran sosial media Instagram, sebagai dampak dari kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Penggunaannya yang mudah membuat aplikasi ini begitu di minati oleh berbagai kalangan, baik untuk sekedar membagi informasi terkait kegiatan sehari-hari. Ringkasan pengguna Internet di Indonesia tahun 2021 dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Persentase pengguna internet yang menggunakan setiap platform media sosial

Nama platform media sosial	Pengguna internet (%)
Youtube	93,8
Whatsapp	87,7
Instagram	86,6
Facebook	85,5

Sumber: HootSuite (We are Sosial) Indonesian Digital Report 2021

Dapat di lihat dari Tabel 1 bahwa penggunaan sosial media Instagram memiliki perentase pengguna internet sebanyak 86,6% pengguna se Indonesia di urutan ke 3. Menurut data dari HootSuite (*we are sosial*) persentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan sebesar 52,4% dan persentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki sebesar 47,6% Hal ini menunjukkan bahwa apabila pemasaran menggunakan sosial media Instagram maka penjualan pada telur ayam akan meningkat, dan bisa untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan masyarakat umum terhadap perusahaan dan produk.

Seiring berkembangnya teknologi, kebutuhan akan informasi memicu teknologi untuk membuat inovasi menjadi lebih baik. Di era modern saat ini, hampir semua bisnis telah menggunakan teknologi untuk mempromosikan produknya, salah satu caranya dengan memanfaatkan sosial media Instagram yang dapat digunakan secara gratis. Melalui sosial media Instagram, calon pelanggan bisa mengetahui informasi suatu produk tanpa harus datang langsung. Pemanfaatan sosial media Instagram membantu perusahaan untuk memperluas pemasaran. Pengguna sosial media saat ini di Indonesia selalu meningkat, memberikan dampak baik bagi perusahaan dalam pemanfaatan digital marketing pada perusahaan. Menurut data dari HootSuite (*we are sosial*) yakni situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, jumlah penggunaan sosial media Instagram di Indonesia yakni mencapai 85 juta jiwa pada tahun 2021.

Salah satu peternakan ayam petelur yang ada di Jawa Barat yang berada di Kota Bogor ialah peternakan Cisadane Prima Farm yang berada di Semplak Bogor. peternakan ini mempunyai unit bisnis yaitu pejualan telur yang dipasarkan melalui

sosial media. Penggunaan internet dan sosial media merupakan salah satu cara yang efektif untuk meluaskan pemasaran secara *online*, diharapkan dengan pemasaran secara *online* bisa menjangkau pasar lebih jauh, dengan tujuan memperkenalkan telur ayam yang dipasarkan oleh perusahaan Cisadane Prima Farm. Cisadane Prima Farm belum pernah menggunakan teknologi salah satunya sosial media Instagram sebagai media promosi, masih minim informasi mengenai produk telur di Cisadane Prima Farm padahal adanya teknologi era modern pemanfaatan sosial media bisa meningkatkan pemasaran produk telur.

Keunggulan dari produk telur di Cisadane Prima Farm ini adalah menggunakan ayam yang berkualitas baik, pakan serta vitamin obat-obatan yang bagus dan terpercaya, sehingga memproduksi telur menjadi telur yang berkualitas serta bermutu. Produksi telur yang stabil, namun permintaan terhadap produk telur masih rendah dari penawaran, sehingga telur tersebut mengalami penumpukan pada perusahaan. Data produksi telur dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Data laporan persediaan telur

No.	Bulan	Persediaan peti	Penjualan	Sisa peti
1	September	200	182	18
2	Oktober	200	185	15
3	November	170	170	0
4	Desember	200	184	16
5	Januari	155	154	1
6	Februari	130	130	0
7	Maret	175	174	1
8	April	160	158	2
Total (kg)		20.850	20.055	795

Sumber: Peternakan Cisadane Prima Farm (2021)

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah persediaan telur ayam di perusahaan mengalami pemupukan sejumlah 795 kg telur. Hal ini menyebabkan penumpukan produk yang belum terjual sehingga menumpuk diperusahaan, dikarenakan tidak adanya pasar yang tersedia akibat kurangnya kegiatan pemasaran, sehingga masyarakat kurang tahu tentang informasi produk, diharapkan dengan kegiatan promosi melalui sosial media Instagram masyarakat dimanapun berada mengetahui informasi tanpa harus datang langsung, permasalahan tersebut yang sedang dialami perusahaan, sehingga harus memikirkan solusi dari masalah yang sedang dihadapi. Setelah melakukan analisis eksternal dan internal perusahaan, terdapat beberapa strategi yang dapat dimanfaatkan perusahaan salah satunya peningkatan kegiatan promosi pada telur ayam tersebut. Kegiatan promosi bisa dilakukan dengan cara *direct message* berfungsi untuk memesan produk yang diinginkan oleh konsumen, melalui *feeds* Instagram berfungsi untuk menampilkan informasi produk yang ditawarkan konsumen serta informasi dari perusahaan, hingga bekerja sama dengan media partner pada Instagram bertujuan untuk menjangkau pasar lebih jauh dan lebih diketahui oleh konsumen. Diharapkan produk telur ini dapat diserap oleh pasar yang akan meningkatkan pendapatan perusahaan.



## 1.2 Tujuan

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis penggunaan sosial media Instagram sebagai berikut:

1. Menganalisis penggunaan sosial media Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan penjualan telur pada Cisadane Prima Farm.
2. Menyusun kajian pengembangan bisnis dengan menganalisis aspek finansial dan non finansial.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



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.