

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kambing merupakan salah satu jenis ternak ruminansia kecil yang telah dikenal secara luas di Indonesia. Ternak kambing memiliki potensi produktivitas yang cukup tinggi. Kambing di Indonesia telah dimanfaatkan sebagai ternak penghasil daging, susu, maupun keduanya (dwiguna) dan kulit. Kambing secara umum memiliki beberapa keunggulannya antara lain mampu beradaptasi dalam kondisi yang ekstrim, tahan terhadap beberapa penyakit, cepat berkembang biak dan prolifrik (beranak banyak). Kambing perah merupakan komoditas baru di Indonesia yang kemungkinan memiliki prospek pengembangan yang baik. Kambing perah yang banyak dikembangkan di Indonesia adalah kambing Peranakan Etawah (PE), yang umumnya masih lebih dominan sebagai sumber daging dibandingkan dengan sumber air susu. Susu kambing merupakan sumber protein terbaik setelah telur dan hampir setara dengan ASI. Sejak ribuan tahun yang lalu, susu kambing sudah sering digunakan sebagai pengobatan dan pencegah penyakit. Beberapa macam penyakit yang mampu disembuhkan, diantaranya alergi, asma, gangguan pernafasan, kolesterol, asam urat, diabetes, osteoporosis, reumatik dan maag. Susu kambing memiliki banyak keistimewaan dibandingkan dengan susu lainnya (Setiawan dan Tanius 2003).

Menurut hasil penyebaran kuesioner kepada masyarakat menyebutkan bahwa sebesar 36,7% masyarakat menyakini bahwa susu kambing lebih sehat daripada susu sapi dan 26,7% masyarakat menyakini bahwa susu kambing tidak bau amis. Selain itu, 16,7% masyarakat yang diberikan kuesioner berpendapat bahwa susu kambing dapat menurunkan berat badan.

Susu kambing merupakan salah satu sumber protein hewani yang diperlukan tubuh untuk pertumbuhan dan pembentukan sel, serta mampu meningkatkan daya tahan tubuh. Kelebihan yang dimiliki susu kambing antara lain sebagai makanan tambahan (*food supplement*), susu kambing juga dapat mengurangi gangguan pernapasan, mampu mengontrol lemak tubuh dan menghaluskan kulit (Yatimin *et al.* 2013). Perusahaan Cordova Dairy Farm menghasilkan susu kambing setiap bulannya sebanyak 1500 liter yang juga produksi setiap harinya terus meningkat. Susu kambing mudah rusak bila penanganannya kurang baik, sehingga mempunyai masa simpan relatif singkat. Permintaan dan penawaran susu kambing tahun 2021 sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Permintaan dan penawaran susu kambing tahun 2021

Bulan	Penawaran (liter)	Permintaan (liter)
Januari	200	150
Februari	350	250
Maret	600	550
April	300	300
Mei	350	300
Juni	1500	1400
Juli	500	450
Agustus	600	550
September	1200	1100
Oktober	800	750
November	500	450
Desember	450	400

Sumber: data diolah (2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

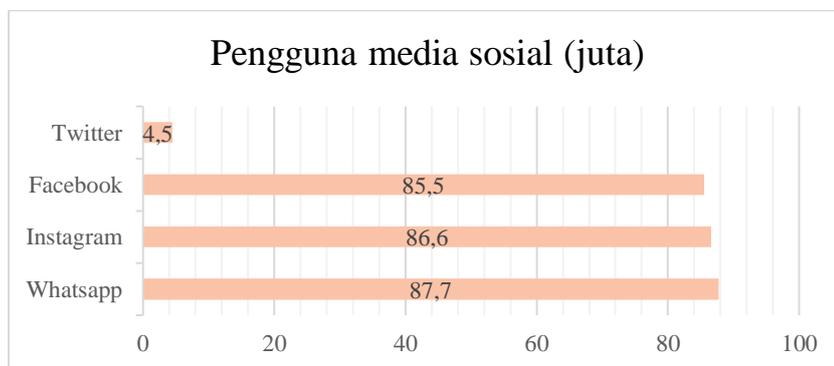
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Pada Tabel 1 terdapat minus pada permintaan dikarenakan produksi susu yang *Oversupply*, hal ini membuat Cordova Dairy Farm bekerja sama dengan masyarakat sekitar yang juga berternak kambing perah untuk membeli susu sebanyak yang dibutuhkan dari para peternak untuk menutupi kebutuhan susu yang kurang agar dapat tetap melakukan kerja sama dengan konsumen.

Cordova Dairy Farm sebagai perusahaan yang bergerak di era *modern* perlu menciptakan suatu strategi pemasaran usaha dalam bentuk digital menggunakan *platform* media sosial dengan penggunaan yang tepat adalah salah satu cara agar produk susu kambing dapat lebih *booming* layaknya susu sapi. Hal ini juga menjadi saran bagi perusahaan Cordova Dairy Farm, karena perusahaan harus mampu menyesuaikan dengan kemajuan teknologi untuk pemasaran atau pengiklanan produk susu agar dapat dijangkau oleh semua kalangan dimanapun.

Kemajuan teknologi informasi pada era modern ini berkembang semakin pesat serta telah menyentuh berbagai aspek kehidupan manusia. Teknologi dan informasi merupakan teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi kecepatan tinggi yang membawa data, suara, dan video. Salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi adalah adanya teknologi digital berupa internet. Internet menawarkan kemudahan dalam mengakses berbagai informasi secara cepat melalui berbagai cara dengan biaya sangat murah (Williams dan Sawyers 2003). Berbagai manfaat yang diberikan oleh keberadaan teknologi digital khususnya internet, membuat pengguna internet semakin meningkat setiap tahun.

Penyebaran kuesioner mengenai pemasaran digital dengan menggunakan *Instagram* telah dilakukan kepada masyarakat dengan hasil yang menyatakan bahwa sebanyak 80% masyarakat akan membeli produk yang dipasarkan, yaitu susu kambing apabila susu kambing tersebut dijual di *Instagram*. Hal ini berkaitan dengan hasil survei yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-Kuartal II 2020 dimana dari hasil survey tersebut menyatakan bahwa dari 196,7 juta jiwa pengguna internet di Indonesia, *Instagram* menduduki posisi kedua di mana sebanyak 86,6% pengguna internet di Indonesia menggunakan *Instagram*. Hal ini menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan pemasaran produk dengan menggunakan *Instagram*. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1 Data pengguna internet  
Sumber: *we are social 2021*

Pertengahan tahun 2016, *Instagram* secara resmi telah mengumumkan pembaharuan dan penambahan fitur bisnis. Peluncuran fitur bisnis ini didasarkan atas keberhasilan para pebisnis yang memanfaatkan *Instagram* sebagai media untuk mempromosikan produknya atau pun digunakan untuk berinteraksi dengan para konsumen. Komunikasi pemasaran yang terjadi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam *Instagram* sangat membantu dalam proses pengambilan keputusan pembelian bagi pembeli serta masukan yang diterima oleh penjual akan membantu penjual dalam berinovasi untuk kedepannya.

Maka dari permasalahan tersebut perlu dilakukan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk mencapai tujuan industri yang efektif serta terus beroperasi dan berkembang serta berdaya saing secara ekonomis dengan memanfaatkan teknologi yang canggih, yaitu *digital marketing*.

## 1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, adapun tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini yaitu:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada Cordova Dairy Farm melalui Analisis SWOT yang dikembangkan dengan metode *Business Model Canvas*.
2. Membuat rencana pengembangan bisnis dengan *digital marketing* menggunakan media *Instagram*.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies