

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris yang artinya sebagian besar penduduk di negara ini mempunyai mata pencaharian sebagai petani. Indonesia juga memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan agribisnis salah satu sub sektor pertanian yang tidak dapat dilupakan adalah sub sektor peternakan, di Jawa Barat khususnya di Kabupaten Bogor terdapat beberapa peternakan salah satunya yang unggul adalah di bidang sapi perah. Saat ini beternak sapi perah masih menjadi mata pencaharian yang dominan bagi peternak karena menghasilkan produksi susu dan sumber penerimaan uang harian. Pada tahun 2018 hingga 2020 terjadi perkembangan populasi sapi perah yang terjadi di Kabupaten Bogor yang dibuktikan dari data Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan seperti dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Perkembangan populasi sapi perah di Kabupaten Bogor tahun 2018-2020

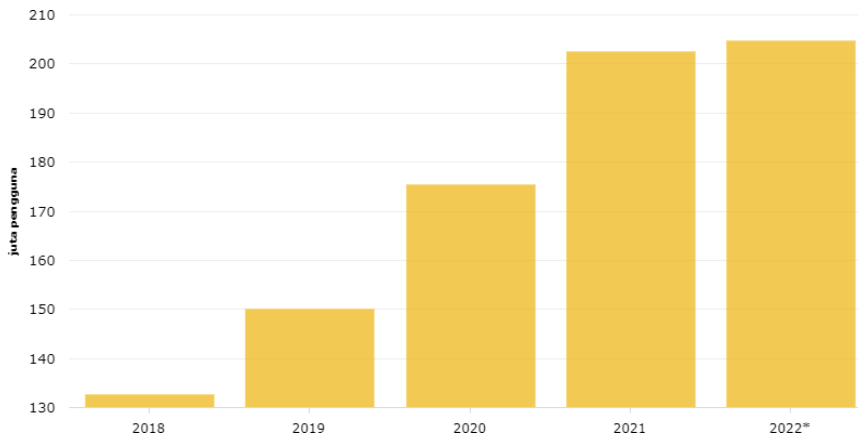
| Tahun | Jumlah (ekor) |
|-------|---------------|
| 2018 | 8.269 |
| 2019 | 8.475 |
| 2020 | 9.054 |

Sumber : Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 1 produktivitas sapi perah di Kabupaten Bogor mengalami peningkatan setiap tahunnya, yang berarti bahwa jumlah peternak sapi perah mengalami peningkatan dalam skala usahanya. Pada umumnya sapi perah dibudidayakan di lingkungan yang dingin dan berada di dataran tinggi. Peternakan sapi perah Cipta Rasa berada di Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor yang termasuk kedalam daerah yang panas, namun berhasil dalam membudidayakan sapi perahnya agar adaptif terhadap suhu dan iklim di wilayah tersebut serta menghasilkan produktivitas susu yang baik. Cipta Rasa mendapatkan keuntungan dari penjualan susu sapi murni yang diperah dari sapi-sapi di peternakan tersebut dan mampu menghasilkan 350 liter susu per hari, namun belum semua susu dipasarkan secara optimal karena belum meluasnya jangkauan pemasaran perusahaan.

Adanya pengaruh globalisasi di zaman modern ini, terutama di bidang teknologi dan informasi yang semakin berkembang, hampir semua bisnis (baik kecil, menengah bahkan skala industri) telah menggunakan internet dalam pemasarannya. Jumlah pengguna internet di Indonesia juga terus mengalami perkembangan sejak 2018, jumlah perkembangannya ditunjukkan pada Gambar 1, tingkat penetrasinya mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022,

dan di era *digital* ini internet dapat sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk kepentingan edukasi, bisnis, maupun hiburan.



Gambar 1 Jumlah pengguna internet di Indonesia (2018-2022)

Sumber: *We are Social* (2022)

Hadirnya beragam *internet tools* yang ada seperti *website*, blog, media sosial yang didukung oleh kekuatan internet saat ini berpotensi mendukung keberhasilan promosi suatu usaha atau produk dengan mudah, cepat dan murah, bahkan tanpa modal sama sekali yang dapat membuat kegiatan promosi usaha akan lebih maksimal karena jangkauannya yang luas dan hampir tidak terbatas. Elemen penting dari ketersediaan internet adalah *website*, penggunaannya bisa menunjukkan identitas *digital* bagi personal maupun kepentingan perusahaan, bisnis, dan lainnya. Menurut data dari Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI), hingga Februari 2021 pengguna domain *.id* menyentuh angka 500.000 pengguna, ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang sadar akan pentingnya *website* di era serba *digital* dalam membentuk eksistensi. Data tersebut juga sejalan dengan data Exabytes Indonesia, sebuah perusahaan daring digital yang melayani pendaftaran domain, penyewaan *web hosting*, *web design*, dan *digital marketing*.

Website dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang berisikan informasi data teks, gambar, suara, video, animasi atau gabungan dari semuanya, yang membentuk rangkaian yang saling terkait dimana masing-masing terhubung dengan jaringan- jaringan pada halaman (*hyperlink*). *Website* dapat memungkinkan siapapun untuk menyediakan dan mendapatkan sebuah informasi, dengan teknologi tersebut informasi dapat diakses dalam dua puluh empat jam sehari. Dalam laporan *Indonesia Website Awards 2020* yang diadakan oleh Exabytes Indonesia, tercatat ada 1057 *website* yang terdaftar sepanjang 2020. Dari pengertian diatas situs web dapat dijadikan alat pemasaran yang baik bagi bisnis, dengan banyaknya orang yang menggunakan internet setiap hari, ada peluang besar untuk menampilkan produk atau layanan perusahaan kepada orang yang membutuhkan atau menginginkannya bahkan sarana komunikasi antara penjual dan pembeli tanpa batasan waktu maupun tempat serta menghemat biaya dan waktu dalam pelaksanaannya. Dalam prakteknya *website* dinilai efektif karena dapat memperluas jangkauan pemasaran, hemat biaya dan mudah diedit.



1.2 Tujuan

Tujuan dari penyusunan kajian pengembangan bisnis ini adalah :

1. Membuat ide pengembangan bisnis pada Cipta Rasa Farm dengan pemanfaatan *digital marketing* untuk memperluas jangkauan pemasaran.
2. Menyusun perencanaan pengembangan bisnis dengan mengkaji kelayakan berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial.

1.3 Manfaat

Manfaat dari penyusunan kajian pengembangan bisnis ini adalah :

1. Bagi penulis ide pengembangan bisnis ini dapat menambah ilmu, wawasan yang luas, dan dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Bagi masyarakat ide pengembangan bisnis ini dapat memberikan informasi mengenai peternakan Cipta Rasa Farm yang berada di wilayah Citereup melalui media *website*
3. Bagi perusahaan ide pengembangan bisnis ini dapat meningkatkan nilai tambah serta pendapatan perusahaan.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies