



1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran saat ini tidak hanya berperan menyampaikan produk atau jasa hingga ke konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik konsumen baru dengan menjanjikan nilai tambah, harga yang sesuai, distribusi produk yang mudah, promosi secara efektif serta mempertahankan konsumen yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan konsumen. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Information and Communication Technology/ICT) mulai dari wahana yang paling sederhana berupa perangkat radio, televisi, telepon seluler hingga teknologi jaringan komputer global memberikan kontribusi yang signifikan terhadap akses globalisasi sebagai media pemasaran (Yanura 2006). Kontribusi perkembangan teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang diantaranya penerapan jaringan *internet* sebagai media promosi dan transaksi dalam pemasaran. Menurut praktisi teknologi informasi Bilhot Sirait (2012) hanya *internet* merupakan salah satu contoh teknologi informasi dan komunikasi yang hadir karena adanya kebutuhan manusia untuk selalu bergerak cepat, praktis, efisien, dan dinamis.

Pengguna *internet* di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat, Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APIII) pada tahun 2018 jumlah pengguna *internet* di Indonesia mencapai 171.17 juta pengguna. Pemasaran elektronik melalui *digital marketing* dapat dipandang sebagai sebuah filosofi baru dan praktik bisnis moderen yang terlibat dengan pemasaran barang, jasa, informasi dan ide (El-Gohary 2010). *Digital marketing* sebagai pendukung strategi pemasaran karena dianggap sangat efektif digunakan dalam penjualan maupun pemasaran produk dan dianggap sebagai pilihan untuk memenuhi kebutuhan pembelian secara cepat (Chaffey 2009). Aktivitas pemasaran yang terlibat dalam rangkaian *Digital Marketing* merupakan bagian dari manajemen pemasaran.

Bidang peternakan merupakan salah satu sub-sektor dalam perekonomian Indonesia memberikan kontribusi pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) 2017 sebesar Rp 213.4 Triliun atau 1.5% dari PDB keseluruhan. Usaha sapi potong dianggap usaha yang menguntungkan, prospek usaha ini masih terbuka lebar dalam waktu yang lama, dikarenakan permintaan konsumen yang terus meningkat. Permintaan daging sapi dari tahun ke tahun terus menunjukkan peningkatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Proyeksi konsumsi daging nasional 2018-2020

Tahun	Proyeksi penduduk	Konsumsi daging sapi nasional (Kg)
2018	257 310 098	708 056 222.24
2019	260 489 640	727 278 641.49
2020	263 708 472	734 000 000.00

Sumber: BAPENAS 2014





Tabel 1 menunjukkan semakin bertambahnya penduduk maka akan bertambah la konsumsi daging sapi. Perkembangan usaha sapi potong didorong oleh permintaan daging yang terus menerus meningkat dari tahun ke tahun dan timbulnya keinginan sebagian besar peternak sapi untuk menjual sapi-sapinya dengan harga yang lebih pantas. Perkembangan usaha sapi potong juga tidak lepas dari upaya pemerintah yang telah mendukung. Selain itu, Indonesia merupakan negara Islam terbesar di dunia dengan 85% penduduk Indonesia beragama Islam (PS 2016). Setiap tahun umat Islam melakukan ritual ibadah yang mewajibkan untuk melakukan qurban hewan ruminansia apabila mampu. Hewan yang di qurban biasanya domba, kambing, atau sapi. Aktivitas rutin ini membutuhkan hewan qurban dengan syarat dan kriteria tertentu seperti cukup umur, tidak ada cacat, dan kuat fisik. Kebutuhan hewan qurban di Jawa Barat sebanyak 272 449 ekor dengan nilai 83 706 ekor sapi, 543 ekor kerbau, 152 922 ekor domba, dan 35 278 ekor kambing dan diprediksi akan naik 10% setiap tahunnya (DKPP Provinsi Jawa Barat 2016). Kondisi ini dapat menjadi motivasi dari para peternak untuk lebih mengembangkan usaha peternakan sapi potong sebagai upaya pemenuhan permintaan dan peningkatan pendapatan masyarakat (Siregar 2008)

Pemasaran sapi potong harian lebih banyak dikuasai oleh lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai skala usaha besar, seperti perusahaan sapi (*Feedloter*). Sapi potong merupakan salah satu komoditi peternakan yang dapat menghasilkan protein hewani. Berdirinya perusahaan-perusahaan peternakan sapi potong merupakan salah satu kondisi yang dapat membantu pemerintah dalam pembangunan peternakan sapi potong yang dapat membantu pemerintah dalam membangun peternakan sapi potong yang terdapat di berbagai daerah. Daging sapi yang bermutu, yang sesuai dengan kemampuan atau daya beli konsumen. Sebaliknya, pemasaran sapi potong untuk qurban masih dipasarkan secara tradisional yaitu dengan diujakan di lapak lapak atau melalui informasi secara personal.

Perkembangan arus permintaan yang semakin pesat terhadap produk peternakan ini, tentu saja harus diimbangi dengan upaya melakukan penerapan teknologi yang semakin meningkat pula. Cara bersaing dengan feedloter dan memenuhi permintaan qurban tidak dapat dilakukan secara tradisional saja, tetapi harus diarahkan pada perkembangan pemasaran yang memerlukan peranan majerial. Peran pentingnya adalah aspek pemasaran yang harus benar-benar disesuaikan dengan permintaan konsumen sehingga usaha yang dilakukan mendatangkan keuntungan ekonomis bagi para pelakunya.

Konsumen saat ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan sebelumnya. Tingkah laku konsumen yang lama mulai terdistrupsi dengan hadirnya teknologi informasi. Menurut Kotler (2019) keputusan konsumen saat ini sangat dipengaruhi oleh iklan, opini publik, pengetahuan personal, dan pengalaman. Iklan, opini publik, dan pengetahuan personal kini terbentuk dari interaksi *online* yang sumber dari *website*, media sosial, dan platform bisnis seperti e-commerce yang mendisrupsi media *media* seperti koran, baliho dan majalah. Sedangkan pengalaman yang pernah ada terbentuk dari interaksi *offline* seperti pernah berinteraksi langsung dengan pemasar atau pelayanan secara langsung dari pemasar, sehingga pada saat itu pola interaksi *online* dan *offline* saling berkaitan satu sama lain dalam menciptakan keputusan konsumen (Kotler 2019).

Sistem pemasaran digital dinilai mampu menjawab kebutuhan di era saat ini, untuk dapat bertahan dengan persaingan yang ada terdapat peluang lainnya untuk

