



## RINGKASAN

DINI ASTUTI. Penerapan *Marketing* 4.0 melalui *Website* dan Instagram pada Perusahaan Borelax Farm Kabupaten Sumedang. *Implementation Marketing 4.0 through Website and Instagram at Borelax Farm Company Sumedang Regency*. Dibimbing oleh MURDIANTO.

Salah satu sub sektor agribisnis peternakan jenis perunggasan adalah ayam. Ayam merupakan perunggasan yang memiliki kontribusi terbesar bagi pemenuhan kebutuhan protein hewani. Salah satu jenis ayam yang menghasilkan bahan pangan kaya protein adalah ayam Arab. Ayam Arab petelur menghasilkan telur yang mengandung omega tiga. Perkembangan usaha peternakan ayam Arab petelur masih memiliki prospek usaha yang tinggi mengingat adanya perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap pangan yang lebih berkualitas.

Borelax Farm merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang peternakan ayam ras dan ayam buras Arab yang berlokasi di Kecamatan Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Perusahaan Borelax Farm berdiri sejak tahun 2008 dengan populasi ayam 3.000 ekor, namun sekarang perusahaan sudah berkembang dengan memiliki 9.000 ekor ayam. Perusahaan tidak hanya menghasilkan produk telur ayam saja, namun menghasilkan produk dari hulu sampai hilir. Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan masih dengan *word of mouth* tradisional.

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan penerapan pemasaran berbasis teknologi informasi untuk memudahkan perusahaan dalam kegiatan pemasaran. Metode analisis yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini adalah analisis perencanaan non-finansial dan finansial. Analisis perencanaan non-finansial terdiri dari perencanaan pemasaran, perencanaan produksi, perencanaan organisasi dan manajemen, perencanaan sumber daya manusia, serta perencanaan kolaborasi. Analisis finansial dilakukan dengan menghitung laporan laba rugi, dan *R/C ratio*.

Produk yang akan dikembangkan oleh perusahaan adalah *website* dan Instagram. Ide pengembangan bisnis dipilih dari alternatif strategi (W-O). Kelemahan perusahaan yaitu kurang memaksimalkan penggunaan teknologi informasi dan kurangnya SDM. Sedangkan peluang perusahaan yaitu tersedia *platform* jual beli dan akses informasi yang mudah melalui teknologi informasi serta adanya perilaku masyarakat yang gemar belanja *online*. Pembuatan *website* dan Instagram bertujuan untuk memperluas lingkup pemasaran, memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi terkait produk serta memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan analisis yang dilihat dari aspek finansial, penerapan *marketing* 4.0 melalui *website* dan Instagram meningkatkan *R/C ratio* sebesar 0,023. Peningkatan *R/C ratio* terjadi karena adanya peningkatan keuntungan sebesar 20%, sehingga keuntungan tambahan yang didapatkan perusahaan yaitu Rp410.697.928,50. Pengembangan bisnis ini dikatakan layak karena memiliki besaran *R/C ratio* lebih dari satu.

Kata kunci : ayam Arab, Borelax Farm, *marketing* 4.0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies