

# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Agribisnis merupakan bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya. Menurut Soekartawi (2005), konsep agribisnis adalah suatu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Salah satu usaha di bidang agribisnis yang sangat menjanjikan dan peluangnya masih terbuka secara luas adalah usaha peternakan sapi perah. Sapi perah adalah salah satu ternak ruminansia penghasil susu yang populasi dan produksi susunya mendominasi dunia peternakan dan industri olahan susu (Nurdin 2011). Susu merupakan bahan pangan yang bernilai gizi tinggi dan baik untuk tubuh manusia. Adapun produksi susu segar yang ada di Jawa Barat dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Produksi susu segar tingkat Provinsi Jawa Barat tahun 2015 – 2019

Tahun	Produksi susu segar (Ton)
2015	249 964.95
2016	302 559.48
2017	310 461.27
2018	319 003.97
2019	351 885.17

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan Tabel 1 diketahui terdapat peningkatan produksi susu segar tahun 2015 hingga tahun 2019 rata-rata sebesar 9.17%. Peningkatan produksi susu segar terjadi diikuti dengan adanya peningkatan permintaan konsumen terhadap susu segar. Konsumen memilih mengkonsumsi susu segar karena kandungan gizi yang tinggi dan baik untuk kesehatan tubuh dalam memenuhi kebutuhan kalsium. Seiring dengan meluasnya pemakaian internet dalam berbagai aspek kehidupan masa kini, *Digital marketing* menjadi semakin populer dan penting. Secara umum, *digital marketing* adalah segala bentuk aktivitas pemasaran produk atau jasa menggunakan teknologi *digital*, terutama Internet, dan termasuk telepon seluler. Saat ini internet mempunyai bagian tersendiri dalam kehidupan sehari-hari. Internet adalah sebuah media yang dibangun secara *digital* dan dapat digunakan kapan pun serta dimana pun berada. Hal ini membuat internet penting menjadi media bisnis. Internet dapat dijadikan media pemasaran suatu produk maupun jasa yang dapat memudahkan dalam transaksi.

*Digital marketing* yang telah berkembang sejak tahun 1990-an, telah merubah strategi perusahaan dan brands menggunakan teknologi untuk pemasaran. Seiring dengan semakin banyaknya perusahaan yang memasukkan pemasaran *digital* sebagai salah satu strateginya, dan semakin banyaknya orang yang berbelanja secara *online*, kampanye pemasaran *digital* menjadi suatu keharusan.

Griya Susu Depok merupakan usaha yang bergerak di bidang peternakan yaitu pengolahan dan pemasaran susu segar. Griya Susu Depok terletak di Jalan Griya Asri Raya Blok. C4 No 12 Mekar Jaya Kecamatan Sukma Jaya Kota Depok



Jawa Barat. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan mulai dari budi daya sapi, pengolahan susu dengan pasteurisasi dan pemasaran susu dengan menggunakan retail susu. Namun pemasaran yang digunakan Griya Susu Depok belum ada *platform* seperti aplikasi atau *website* sehingga pemasaran belum maksimal.

Memasarkan susu berbasis *website company profile* dapat menjadi peluang pada perusahaan. Memiliki alamat *website* adalah suatu bagian penting dari citra perusahaan. Perusahaan yang memiliki *website* dinilai lebih berorientasi, lebih informatif, lebih canggih dan berteknologi tinggi karena lebih dekat dengan pasar kaum muda.

## 1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diketahui bahwa tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada Griya Susu Depok berdasarkan alternatif strategi pada analisis SWOT.
2. Mengkaji rencana pengembangan bisnis secara finansial dan non finansial pada Griya Susu Depok.



## 2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

### 2.1 Lokasi dan Waktu

Kajian pengembangan bisnis disusun berdasarkan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan selama dua belas minggu mulai tanggal 10 Januari 2020 sampai tanggal 20 April 2020. Griya Susu Depok berlokasi di Jalan Griya Asri Raya Blok. C4 No 12 Mekar Jaya Kecamatan Sukma Jaya Kota Depok Jawa Barat.

### 2.2 Data Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan Praktik Kerja (PKL) lapangan menghasilkan dua jenis data sebagai bahan dalam penyusunan kajian pengembangan bisnis yaitu data primer dan data sekunder. Data tersebut diperoleh dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan dalam bentuk data kuantitatif maupun kualitatif. Data primer merupakan data yang didapatkan berdasarkan pengamatan secara langsung dan wawancara dengan pihak terkait. Pengamatan dilakukan selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di peternakan dan kantor Griya Susu Depok. Wawancara dilakukan dengan pihak terkait sesuai bidang masing-masing. Berikut rincian sumber data dapat dilihat pada Tabel 2.