

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa 2018). Teknologi internet merupakan teknologi yang dapat memberikan keuntungan bagi berbagai pihak termasuk dalam menunjang kegiatan bisnis. Saat ini teknologi internet telah berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai lini kehidupan masyarakat serta menjadi suatu kebutuhan untuk meningkatkan persaingan bisnis dalam bidang promosi maupun penjualan dari hasil produksi. Kegiatan penjualan dengan menggunakan internet ini biasa disebut dengan *digital marketing*.

Di Indonesia, *digital marketing* telah banyak diterapkan oleh berbagai macam industri mulai dari skala kecil, menengah, hingga besar termasuk di bidang agribisnis. Menurut survey yang dilakukan oleh *platform* manajemen media sosial HootSuite dan agensi *marketing We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 mencapai 202,6 juta atau 73,7 persen dari total populasi sebesar 274,9 juta jiwa. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021

Keterangan	Jumlah pengguna (%)
Internet seluler	96,4
Internet ponsel	96
Internet fitur	2,5

Sumber : HootSuite (2021)

Tabel 1 menunjukkan sebanyak 195,3 juta jiwa atau 96,4 persen masyarakat Indonesia mengakses internet melalui *smartphone* dan ponsel fitur. Rata-rata pengguna internet *mobile* berusia 16 sampai 64 tahun dan menghabiskan waktu selama 5 jam 4 menit setiap harinya untuk mengakses internet. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik jumlah individu yang menggunakan internet menurut Provinsi pada tahun 2017 hingga 2019 kontribusi pengguna internet tertinggi yaitu di wilayah Pulau Jawa, data jumlah pengguna internet di wilayah Pulau Jawa dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Jumlah pengguna internet di wilayah Pulau Jawa tahun 2017-2019

Provinsi	Jumlah pengguna (%)		
	2017	2018	2019
Jawa Barat	37,02	45,33	53,94
Jawa Tengah	30,73	38,51	47,74
Jawa Timur	31,17	38,75	47,10

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

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

Pada Tabel 2, pengguna internet terbanyak di wilayah Pulau Jawa dari tahun 2017 hingga tahun 2019 berada di Provinsi Jawa Barat. Hal ini dapat menjadi peluang bagi pelaku usaha yang berada di Provinsi Jawa Barat untuk melakukan kegiatan promosi maupun penjualan dengan menggunakan teknologi internet. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai potensi besar untuk pengembangan usaha dalam bidang peternakan.

Peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian yang memiliki peran penting dalam menunjang perekonomian masyarakat serta berkontribusi dalam penambahan kualitas pangan dan gizi masyarakat di Indonesia. Salah satu usaha peternakan yang dapat membantu menunjang kebutuhan tersebut adalah komoditas sapi potong. Sapi potong merupakan komoditas ternak yang potensial dikembangkan di Indonesia, dikarenakan Indonesia memiliki iklim tropis yang dapat mendukung perkembangan ternak pada usaha sapi potong. Salah satu wilayah di Indonesia yang mempunyai potensi dalam bidang peternakan sapi potong yaitu Provinsi Jawa Barat, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya data dan jumlah permintaan daging sapi di Provinsi Jawa Barat tahun 2019 sampai 2020, dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Jumlah permintaan daging sapi di Provinsi Jawa Barat tahun 2019-2020

Tahun	Permintaan daging sapi (ton)
2019	129.830
2020	195.222

Sumber : Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian, dan Perikanan Provinsi Jawa Barat

Tabel 3 menunjukkan bahwa permintaan akan daging sapi pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa banyaknya minat masyarakat di Provinsi Jawa Barat yang mengkonsumsi daging sapi maupun olahannya. Permintaan yang tinggi dapat menjadi peluang bagi pelaku usaha di bidang sapi potong khususnya bagi perusahaan CV Mitra Sarana Niaga untuk memperluas dan meningkatkan penjualannya. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk memperluas dan meningkatkan penjualan pada perusahaan CV Mitra Sarana Niaga yaitu melalui penerapan *digital marketing* berbasis *website*.

Penerapan *digital marketing* berbasis *website* pada CV Mitra Sarana Niaga dapat memberikan potensi yang besar dalam melakukan kegiatan pemasaran. Adanya teknologi internet sebagai media promosi dapat memudahkan perusahaan dalam melakukan pemasaran produk dan dapat diterima oleh masyarakat dengan cepat. Pemasaran melalui *website* bagi perusahaan berdampak pada informasi yang lebih luas mengenai keberadaan perusahaan CV Mitra Sarana Niaga.

## 1.2 Tujuan

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis dengan metode *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), serta merumuskan kedalam IE Matriks pada CV Mitra Sarana Niaga.
2. Mengkaji kelayakan rencana pengembangan bisnis penerapan *digital marketing* berbasis *website* pada CV Mitra Sarana Niaga berdasarkan aspek finansial dan non finansial.