



RINGKASAN

ALLIFFIA FARADINA ADIRA. Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* sebagai Sarana Pemasaran Susu Pasteurisasi *Cup* pada Peternakan Lassy Dairy Farm. *Utilization of Instagram Social Media as a Marketing Tool for Pasteurized Cup Milk at Lassy Dairy Farm*. Dibimbing oleh D. IWAN RISWANDI.

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam di bidang pertanian. Salah satu subsektor pertanian yang bergerak di bidang peternakan adalah sapi. Peternakan sapi di Indonesia dibagi menjadi dua jenis yaitu, peternakan sapi pedaging dan peternakan sapi perah. Sapi perah menghasilkan produk yang kaya akan manfaat yaitu susu. Peternakan sapi perah banyak tersebar di Pulau Sumatera. Salah satunya di daerah Lasi, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Perkembangan produksi susu sapi di Kabupaten Agam setiap tahunnya berfluktuasi sehingga sangat berpengaruh terhadap ketersediaan produk tersebut.

Salah satu sentra peternakan sapi perah di Kabupaten Agam yaitu terletak di Jorong Lasi Tuo, Nagari Lasi, Kecamatan Canduang. Peternakan tersebut bernama Lassy Dairy Farm. Perusahaan tersebut tidak hanya memproduksi susu segar tetapi juga memiliki unit bisnis pengolahan susu murni menjadi susu pasteurisasi. Seiring berjalannya waktu perusahaan tersebut melakukan inovasi melalui kemasakan produk dan menambah varian rasa.

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini adalah peningkatan kegiatan pemasaran pada produk susu pasteurisasi *cup* mengingat kelemahan yang terdapat di perusahaan yaitu kurangnya promosi dan kurangnya tenaga ahli dalam bidang pemasaran sehingga produk tidak terjual habis dan menumpuk di perusahaan. Selain itu peluang yang dimiliki perusahaan diantaranya, perkembangan teknologi sehingga memudahkan produksi dan pemasaran produk, tingkat pendapatan masyarakat Kabupaten Agam yang terus meningkat serta terjaminnya ketersediaan bahan baku susu.

Metode yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini adalah aspek finansial dan aspek non finansial. Aspek non finansial meliputi aspek pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi, manajemen dan sumber daya manusia dan aspek kolaborasi. Sedangkan aspek finansial meliputi laporan laba rugi, analisis R/C Ratio dan analisis anggaran parsial.

Berdasarkan aspek non finansial, produk susu pasteurisasi *cup* merupakan produk inovasi dari perusahaan yang menggunakan kemasan *cup* plastik ukuran 250 ml agar lebih mudah dibawa. Produk tersebut memiliki 5 varian rasa yaitu cokelat, melon, moka, stroberi dan vanilla. Target yang dituju merupakan anak-anak hingga dewasa yang menyukai susu dengan berbagai rasa dan hidup sehat. Susu yang digunakan merupakan susu segar murni 100% tanpa tambahan pengawet dan air. Untuk kegiatan pemasaran dilakukan dengan penambahan kegiatan pemasaran melalui pemanfaatan media sosial *instagram* yaitu *direct marketing*, promosi pada tampilan atau *feed instagram* serta bekerja sama dengan *media partner*. Selain itu pemanfaatan *instagram* juga digunakan untuk memesan produk yang diinginkan konsumen, untuk mempermudah transaksi pembelian produk susu pasteurisasi *cup*.

Berdasarkan hasil aspek finansial, nilai R/C rasio sebelum pengembangan sebesar 1,15 sedangkan setelah pengembangan bisnis sebesar 1,18. Hal ini dapat dikatakan pengembangan layak dilakukan karena R/C rasio >1 . Setelah



menganalisis menggunakan anggaran parsial, keuntungan tambahan yang diperoleh perusahaan setelah adanya pengembangan bisnis sebesar Rp58.248.000,00. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa dari analisis finansial pengembangan ide bisnis yang akan dilakukan dinilai layak.

Metode yang digunakan untuk membatu proses tahapan pengembangan bisnis adalah metode CPM (*Critical Path Method*). Tahapan pengembangan bisnis meliputi mengidentifikasi masalah, perencanaan pemasaran, persiapan pembuatan konten, perencanaan finansial, persetujuan desain konten, pembuatan konten, pengembangan konten, bekerja sama dengan *media partner* dan evaluasi. Tahapan ini diperkirakan akan memakan waktu 61 hari kerja.

Kata kunci: CPM, matriks IE, susu pasteurisasi

- 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 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