

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Bidang peternakan merupakan salah satu sub-sektor dalam perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) 2017 sebesar 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. Berdasarkan data dan jumlah permintaan daging di Indonesia yang bersumber dari Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian, dan Perikanan Provinsi Jawa Barat tahun 2019 sampai 2020, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah permintaan daging sapi di Indonesia tahun 2019-2020

Tahun	Jumlah penduduk Indonesia (jiwa)	Permintaan daging sapi (ton)	Permintaan perkapita (kg)
2019	260.489.640	686,72	2,63
2020	263.708.472	700,000	2,65

Sumber: Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian, dan Perikanan Provinsi Jawa Barat (2020)

Tabel 1 menunjukkan tahun 2019 sampai 2020 mengalami peningkatan jumlah penduduk Indonesia sekaligus meningkatnya permintaan daging sapi perkapita. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa banyaknya minat masyarakat di Indonesia yang mengkonsumsi daging sapi maupun olahannya. Sehingga permintaan tersebut dapat menjadi peluang bagi pelaku usaha di bidang sapi potong khususnya PT Lintas Nusa Pratama.

Selain itu, masyarakat Indonesia merupakan negara islam terbesar di dunia dengan 85% penduduk Indonesia beragama Islam. Setiap tahun Islam melakukan ritual ibadah yang mewajibkan untuk melakukan kurban hewan ruminansia apabila mampu. Hewan yang di kurban biasanya domba, kambing, atau sapi. Aktivitas rutin ini membutuhkan hewan kurban dengan syarat dan kriteria tertentu yang cukup umum seperti tidak adanya cacat dan sehat fisik. Kebutuhan hewan kurban di Jawa Barat sebanyak 272.449 ekor dengan rincian 83.706 ekor sapi, 543 ekor kerbau, 152.922 ekor domba, dan 35.278 ekor kambing. Menurut (Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat 2020) permintaan hewan kurban akan diprediksi akan naik 10% setiap tahunnya. Kondisi ini dapat menjadi motivasi para peternak untuk lebih mengembangkan usaha peternak agar lebih mengembangkan usaha peternakan sapi potong sebagai upaya pemenuhan permintaan dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Banyaknya feedloter lain di wilayah Jawa Barat menjadi rintangan sebagai pemilik feedloter. Semua peluang dalam hal pemasaran yang dimiliki feedloter harus diusahakan dan dicoba. Tidak hanya dengan cara tradisional seperti menyebarkan brosur di jalan melainkan harus menyesuaikan pemasaran secara digital terlebih masyarakat Indonesia sudah 89% penggunaan *smartphone* dalam semua aktivitas dan keperluannya. Perkembangan penduduk dan permintaan daging sapi nasional yang pesat harus diimbangi dengan upaya penerapan teknologi yang semakin meningkat pula seiring berjalannya waktu.



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

Konsumen saat ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan sebelumnya. Tingkah laku konsumen yang lama mulai terdistrupsi dengan hadirnya teknologi jaringan. Menurut (Kotler dan Keller 2018) 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 bersumber 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 dan Keller 2018).

Sistem pemasaran digital melalui *media social* dinilai mampu menjawab kebutuhan di era saat ini. Untuk dapat bertahan dengan persaingan yang ada terdapat peluang lainnya untuk menambah portofolio bisnis yang ada yaitu dengan cara mengoptimalkan pasar agar bisa efektif dan efisien. Untuk menemukan alur strategi yang tepat agar produk sampai ke konsumen perancangan model bisnis dapat disusun sebagai pendekatan ilmu pengetahuan dalam perencanaan, perancangan, dan pengembangan bisnis yang relevan dengan kebutuhan (Osterwalder dan Pigneur 2017). Tantangannya konsep ini harus sederhana, relevan, dan secara intuitif dapat dipahami. Permasalahan yang ada ialah tidak semua model bisnis dapat mewakili hal tersebut. Sehingga perlu adanya validasi dari setiap elemen dalam *Business Model Canvas*.

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2018, dapat diketahui dari 266.911.900 penduduk Indonesia, 73,3% atau 196.714.070, 3 orang menggunakan internet. Media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia salah satunya Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Popularitas Instagram menjadi hal strategis bagi para pebisnis untuk memasarkan produk, hanya dengan cara membagikan foto dalam waktu beberapa menit saja, produk yang ditawarkan dapat dilihat oleh seluruh pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan banyak biaya dan tenaga. Selain menjadi media sosial yang mudah digunakan, Instagram kini menjadi media sosial yang paling diminati oleh banyak orang. Faktanya untuk saat ini *platform* Instagram menduduki posisi ke 3 sebagai pengguna media sosial paling banyak di Indonesia berdasarkan data Hootsuite, pengguna Instagram tersebut berdasarkan umur 18-34 tahun sekitar 55,2 % dari total pengguna Instagram 85 juta orang tahun 2021. Dari hal tersebut salah satu segmentasi target pasar PT Lintas Nusa Pratama bisa tercapai dengan adanya pemasaran melalui *platform* Instagram.

Penggunaan *platform* media sosial Instagram merupakan salah satu *platform* untuk kegiatan promosi produk PT Lintas Nusa Pratama saat ini. Pemasaran digital melalui Instagram juga dapat meningkatkan *product awareness* dan *branding* PT Lintas Nusa Pratama yang terbilang baru di pasaran. Selain itu dengan adanya *Business Model Canvas* tidak hanya membantu PT Lintas Nusa Pratama untuk membuat rancangan bisnis, tetapi juga memperjelas fokus bisnis. Banyak bisnis membutuhkan cara untuk mencapai pelanggan mereka. Jika langkah yang diambil salah, maka bisnis bisa gagal. Penerapan *digital marketing* pada PT Lintas Nusa Pratama diharapkan mampu meningkatkan penjualan PT Lintas Nusa Pratama

#### 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 IPI.

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

terutama di tengah pandemi saat ini dimana menurut pemilik PT Lintas Nusa Pratama permintaan cenderung mengalami penurunan hampir 45%.

## 1.2 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Memetakan *Business Model Canvas* pada perusahaan PT Lintas Nusa Pratama sebelum adanya pemanfaatan *digital marketing*.
2. Merancang *Business Model Canvas* pada perusahaan PT Lintas Nusa Pratama sesudah adanya *digital marketing* berdasarkan dari hasil analisis SWOT.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies