

I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat termasuk di Indonesia, dengan ditandai kemunculan digital, jaringan internet khususnya teknologi informasi komputer. Berkembangnya teknologi internet, sangat membantu masyarakat dalam memberikan kemudahan layanan dan cakupan tanpa batas. Internet dapat mempermudah kegiatan masyarakat dalam tugas, pekerjaan maupun pada bisnis. Masa era digital saat ini, menuntut masyarakat untuk terbiasa berinteraksi menggunakan media digital, salah satunya media sosial yang sedang trend. Pemanfaatan media sosial mempermudah informasi dan komunikasi agar lebih efektif dan efisien dalam era serba digital saat ini. Masa sekarang ini, pemasaran secara online menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi pelaku bisnis. Pemasaran dengan menggunakan internet memiliki banyak keunggulan, diantaranya mudah diakses, dapat menjangkau wilayah yang luas, dapat memberikan informasi kepada masyarakat dalam waktu yang bersamaan (Sutiyo 2009).

Unifarm Azhari Jaya merupakan usaha bergerak dibidang peternakan peminansia dan pengangkutan limbah kotoran sapi yang dijadikan sebagai pupuk pertanian. Keadaan pandemi COVID-19 saat ini mengakibatkan penjualan produk perusahaan turun. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan juga masih memakai saluran langsung atau word of mouth. Saat ini konsumen yang dimiliki oleh Unifarm Azhari Jaya adalah kebanyakan konsumen yang membutuhkan sapi untuk hari raya Idul Fitri dan Idul Adha. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin pesat, perusahaan memiliki potensi besar dalam pemasarannya. Seiring dengan perkembangan era digital, akses internet semakin mudah dijangkau oleh masyarakat. Dengan memanfaatkan teknologi, perusahaan dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas Kota Padangsidimpuan sehingga mendapatkan konsumen baru dengan cara memanfaatkan kepercayaan konsumen agar dapat meningkatkan penjualan. Untuk itu salah satu cara agar Unifarm Azhari Jaya dikenal oleh masyarakat luas di Kota Padangsidimpuan dan Tapanuli Selatan adalah menggunakan pemasaran secara online yaitu melalui media sosial *Instagram*.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII 2019) mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7% (196,7 juta), diantaranya 6,3% berasal dari Sumatera Utara. Jumlah ini meningkat 8,9% (23,5 juta) dibandingkan pada 2018. Dari jumlah tersebut, 51,5% masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Media sosial yang paling sering digunakan oleh pengguna internet di Indonesia yaitu *Facebook* (65,8%) dan *Instagram* (42,3%). Media sosial tersebut dapat dijadikan sebagai sarana untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada masyarakat dan juga dapat dijadikan sebagai peluang untuk meningkatkan penjualan. Maka dari itu kajian dari pengembangan bisnis ini adalah perluasan pasar sapi potong menggunakan media *online* pada Unifarm Azhari Jaya Kota Padangsidimpuan.

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 meminumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

1.2. Tujuan

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis melalui analisis SWOT pada Unifarm Azhari Jaya
2. Menyusun kajian perencanaan pengembangan bisnis menggunakan Business Model Canvas
3. Menganalisis laporan laba rugi dan R/C ratio ide pengembangan bisnis pada Unifarm Azhari Jaya

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

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.

