

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sektor agribisnis mempunyai kecenderungan kenaikan baik dari kuantitas maupun kualitas, karena pada masa Covid-19 masyarakat memiliki kebiasaan baru yang dimana masyarakat dituntut untuk lebih banyak beraktivitas di rumah, sehingga masyarakat banyak mencoba hobi baru untuk mengusir kejenuhan dari rutinitas sehari-hari, salah satunya yaitu memelihara ikan, yang dinilai dapat mengurangi *stress* dan menghilangkan kejenuhan. Peningkatan jumlah penghobi ikan hias menyebabkan kenaikan peluang dari sektor penyedia pakan ikan.

Tabel 1 Data produksi ikan hias di Indonesia tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah produksi (miliar ekor)	Tingkat pertumbuhan (%)
2017	1,19	-
2018	1,22	2,52
2019	1,28	4,92
2020	1,80	40,63

Sumber: Antara news (2021)

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan adanya peningkatan produksi ikan hias di Indonesia. Selaras dengan peningkatan produksi ikan hias tersebut, kebutuhan pakan ikan juga meningkat. Pakan ikan hias yang mengalami peningkatan produksi terdiri dari pakan ikan hias konvensional dan pakan ikan alternatif. Salah satu pakan alternatif yang banyak diminati adalah *maggot*. *Maggot* memiliki banyak manfaat sebagai multivitamin yang dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh pada ikan karena memiliki kandungan protein yang tinggi. Selain itu, *maggot* juga bisa meningkatkan nafsu makan ikan hias.

PT. Biomagg Sinergi International merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi pakan ikan hias. Produk pakan ikan hias yang di produksi oleh PT. Biomagg Sinergi International yaitu Maggfeed. Maggfeed adalah larva kering BSF (*Black Soldier Fly*) tanpa melalui proses kimiawi atau tambahan bahan kimia. Maggfeed ini bisa diberikan langsung sebagai suplemen atau vitamin ikan hias. Keuntungan yang didapatkan apabila memberikan pakan ikan hias Maggfeed yaitu tinggi protein, organik, anti *stress*, tidak merubah warna air, meningkatkan kekebalan tubuh pada ikan, tidak mengkontaminasi air, dan mempercepat pertumbuhan ikan hias. Keuntungan yang diberikan mengakibatkan penghobi ikan hias menggemari produk Maggfeed sehingga PT. Biomagg International meningkatkan jumlah produksinya.

Berikut merupakan data produksi Maggfeed di PT. Biomagg Sinergi International dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Produksi Maggfeed di PT. Biomagg Sinergi International

Bulan	Tahun	Produksi (pcs)
April-Juni	2020	395
Juli-Agustus	2020	784
September-Oktober	2020	1.819
November-Desember	2020	2.170
Januari-Maret	2021	4325
Total		9520

Sumber: PT. Biomagg Sinergi International (2021)

Produksi pada bulan April 2020 hingga Maret 2021 sebesar 9.520 pcs, perencanaan untuk kedepannya perusahaan akan terus meningkatkan produksi Maggfeed dan mengembangkan *digital marketing*, karena pemanfaatan *digital marketing* yang dimiliki belum dioptimalkan oleh PT. Biomagg Sinergi International.

*Digital marketing* merupakan cara terbaik untuk memanfaatkan era dunia digital dengan media *online* dalam berbisnis. Menurut statistik, penduduk Indonesia maupun luar negeri menghabiskan hingga 89% kesehariannya di aplikasi *mobile* membuat *smartphone* mendominasi saluran komunikasi. Seiring berjalannya waktu, di dunia perusahaan memang diharuskan menerapkan sistem *digital marketing* untuk menarik pembeli atau konsumen. (Novryan 2021).

Tingkat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mencapai 26%. Masyarakat Indonesia menghabiskan waktu 1,5 jam sehari untuk berinternet. Saat ini pengguna ponsel di Indonesia mencapai 180 juta orang dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia (Purbohasuti 2017). Pemanfaatan *digital marketing* pada era industri 4.0 dapat dijadikan alternatif strategi dalam pemasaran produk agar memudahkan pelaku usaha memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen, sedangkan dari sisi calon konsumen dapat digunakan sebagai media yang memudahkan dalam pencarian informasi produk.

Pengembangan produk barang ataupun jasa bukan hanya membutuhkan pengemasan yang menarik, namun juga dibutuhkan pemasaran untuk mendukung ketertarikan untuk konsumen. Guna menarik konsumen dengan pemasaran dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat. Dalam bauran pemasaran promosi merupakan salah satu bagian dari delapan model komunikasi pemasaran yang utama, yaitu iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, acara dan pengalaman, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, serta tenaga penjualan (Alo 2011). PT. Biomagg Sinergi International dalam menjalankan bisnisnya sudah menerapkan *digital marketing* dalam memasarkan, memproduksi dan membranding perusahaannya, namun dalam pelaksanaan *digital marketing* yang diterapkan belum optimal karena perusahaan belum mengefisienkan *tools-tools* yang dimiliki oleh saluran *platform digital*. Dalam menerapkan *digital marketing* perusahaan menggunakan saluran seperti *website*, sosial media dan *marketplace*. Berdasarkan kajian dari permasalahan dan perkembangan model bisnis yang ada, maka kajian pengembangan bisnis ini akan difokuskan untuk merancang model bisnis PT. Biomagg Sinergi International untuk menemukan strategi pemasaran yang relevan dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Kondisi *digital marketing* perusahaan yang belum mengoptimalkan setiap aspek dalam *digital marketing* dapat dimanfaatkan

sehingga nantinya dapat membantu PT. Biomagg Sinergi International menerapkan model *digital marketing* yang relevan dengan kebutuhan perusahaan khususnya produk Maggfeed.

## 1.2 Tujuan

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis PT. Biomagg Sinergi International melalui analisis SWOT
  2. Membuat rencana pengembangan bisnis berupa perluasan pemasaran pada PT. Biomagg Sinergi International menggunakan *Business Model Canvas*
- Menganalisa laporan laba rugi dan R/C *ratio* pada PT. Biomagg Sinergi International

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Bogor Agricultural University

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.

