

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor agribisnis peternakan merupakan salah satu prioritas pemerintah dalam melaksanakan pembangunan sektor pertanian di Indonesia. Salah satunya ialah usaha ternak sapi perah. Sapi perah merupakan ternak penghasil susu yang sangat dominan dan memiliki kontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan konsumsi bagi manusia.

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan produksi susu adalah dengan membangun Kawasan Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Perah (KUNAK) di Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor. Pengembangan KUNAK Cibungbulang merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan produksi susu nasional. Pendirian KUNAK Cibungbulang ditandai dengan dikeluarkannya keputusan presiden (Keppres) No.069/B/1994 tentang bantuan kredit sebesar Rp 6,7 milyar untuk pembangunan KUNAK Cibungbulang, Kabupaten Bogor. Kontribusi sub sektor peternakan pada pembangunan nasional yang begitu besar mengisyaratkan sub sektor ini untuk terus berbenah diri agar tetap eksis dalam pembangunan nasional. Oleh karena itu, dibutuhkan berbagai macam inovasi dari para pelaku peternakan itu sendiri guna menguak peluang-peluang di dalam industri ini. Salah satu bentuk inovasi dalam bidang peternakan adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang sedang berkembang dengan pesat saat ini, diikuti dengan sektor industri yang sudah berkembang menjadi industri 4.0, yaitu menerapkan internet, tujuannya adalah untuk mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dalam banyak hal, misalnya kemudahan informasi, monitoring dan evaluasi. Berdasarkan Tabel 16 mengenai sumber media dan informasi didapatkan bahwa sebanyak 17 responden atau 32,7% dari total 52 responden lebih banyak mengetahui mengenai peternakan melalui Internet, hal itu dapat dimanfaatkan sebagai inovasi untuk strategi pemasaran dan pengembangan bisnis oleh Peternakan Al Baqoroh.

Dalam memanfaatkan internet untuk melakukan strategi pemasaran bisa menggunakan *digital marketing*, digital marketing adalah perkembangan dari pemasaran online melalui web, perangkat games dan telepon genggam. Tujuannya, menawarkan akses baru terkait metode promosi dan periklanan yang memiliki pengaruh besar untuk menarik perhatian orang lain, dalam hal ini calon pelanggan. (Heidrick dan Struggles 2009). Berdasarkan hal tersebut maka pada kajian pengembangan bisnis ini website digunakan sebagai strategi pemasaran.

Dengan adanya strategi pemasaran ini perusahaan dapat meningkatkan penjualannya. Perusahaan tersebut dengan matang dapat mengetahui seberapa besar pangsa pasarnya. Selain itu, perusahaan dapat juga mengetahui kebutuhan konsumen berdasarkan segmen yang ada. Citra yang baik serta kepercayaan terhadap perusahaan akan membuat konsumen terpicat untuk mengadakan pembelian ulang dan konsumen tidak akan beralih pada perusahaan lain yang juga menawarkan produk yang sejenis. Bagi perusahaan hal ini akan mempermudah penentuan kebijaksanaan pemasaran yang tepat, sejalan dengan berkembangnya teknologi pada saat ini.

Peternakan Al Baqoroh terus berbenah diri dengan berbagai pengembangan dan pembaharuan dari segala lini bisnisnya, segala upaya tersebut dilakukan untuk

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 IPI.

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

membangun citra perusahaan yang lebih baik dan professional, oleh karena itu perlu didukung sebuah aktifitas branding perusahaan yang mendukung langkah-langkah strategis yang dilakukan perusahaan sehingga mampu memberikan value (nilai tambah) pada citra perusahaan dan dapat menunjukkan diferensiasi Peternakan Al Baqoroh itu sendiri.

Pada Kajian pengembangan bisnis dengan Pemanfaatan Media Pemasaran Sebagai Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan pada Peternakan Al Baqoroh ini bertujuan untuk membangun kesadaran klien terhadap aktivitas branding yang dilakukan, loyalitas klien terhadap perusahaan juga nantinya akan meningkat, karena branding adalah tentang bagaimana merebut hati klien untuk memilih salah satu brand dibandingkan dengan brand yang lainnya, nantinya *brand image* baru yang dibentuk dapat mewakili Peternakan Al Baqoroh secara keseluruhan yang telah melakukan perubahan di berbagai sektor atau lini.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka tujuan dari Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah :

1. Membuat rancangan dan merumuskan ide pengembangan bisnis pada Peternakan Al Baqoroh melalui penerapan analisis SWOT.
2. Untuk membangun *brand awareness* kepada konsumen guna memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan yang ada.