

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Unggascare

Unggascare merupakan sebuah *startup* dengan model bisnis *marketplace* yang didirikan pada tahun 2023 oleh lima orang mahasiswa dan mahasiswi aktif prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom. Startup ini menggunakan standarisasi berbasis website dan aplikasi sebagai fasilitas yang diinisiasi sebagai wadah aspirasi digital ekonomi kerakyatan khususnya dalam industri unggas bagi para peternak, pecinta unggas dan semua komposisi dalam ekosistem. Kami berharap banyak kreativitas baru yang dapat menjadi salah satu program andalan ini seperti adopsi hewan hingga memberikan ruang diskusi secara *online* bagi para pecinta unggas.

Selanjutnya logo unggascare dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Logo Unggascare

Sumber: Data Perusahaan Unggascare (2023)

Pada gambar diatas merupakan logo dari unggascare dimana unggascare memiliki bentuk pengharapan sebagai *platform* yang dapat dipercayai oleh pecinta hewan unggas dan kami dapat dijadikan sebagai *platform* pilihan utama bagi para pecinta hewan unggas dalam mencari segala kebutuhan mengenai unggas, tempat bertukar informasi dengan para pecinta unggas lainnya, tempat mencari informasi mengenai perawatan unggas dengan baik serta membantu para adopter yang masih awam terhadap unggas agar mendapatkan unggas yang berkualitas.

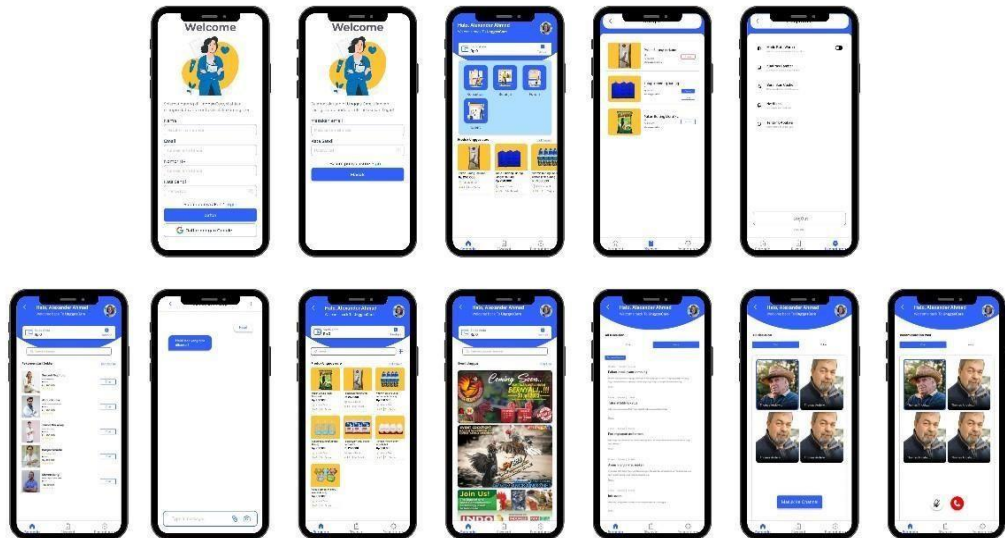
Unggascare tercipta karena pada awalnya tim unggascare mengalami keresahan yaitu dengan adanya permasalahan sulitnya melakukan penjualan melalui platform *e-commerce* shopee. Adapun hal lain dari terciptanya unggascare agar menjadi wadah bagi penjual, penghobi dan peternak untuk mulai melakukan penjualan secara *online*. Hal ini dikarenakan selama ini para penjual dan peternak mengeluhkan adanya biaya admin yang cukup besar dan sulitnya mengolah penjualan secara *online* menggunakan *e-commerce*.

1.1.2 Visi dan Misi Visi

Membangun ekosistem komunitas unggas melalui digitalisasi serta mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM penggiat unggas. **Misi**

- Melakukan Digitalisasi *Platform* Komunitas Unggas
- Memenuhi Kebutuhan Konsumen Dengan Pelayanan Terbaik
- Menghadirkan Sarana Forum Komunikasi Bagi Komunitas Unggas
- Menjadi Pelopor *Entertainment* Pada Perlombaan Unggas

1.1.3 Fitur Aplikasi Unggascare



Gambar 1. 2 Tampilan Aplikasi Unggascare

Sumber: Data Perusahaan

1.2 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) terbaru, jumlah penduduk di Indonesia pada saat tahun 2023 ini sudah mencapai sebanyak 278,69 juta jiwa. Masyarakat

Indonesia mayoritas memiliki status pekerjaan sebagai Wiraswasta. Pekerjaan wiraswasta di Indonesia menjadi pekerjaan yang paling banyak dilakukan oleh penduduk Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), terdapat 66,18 juta penduduk Indonesia yang berstatus sebagai wiraswasta per 31 Desember 2021.

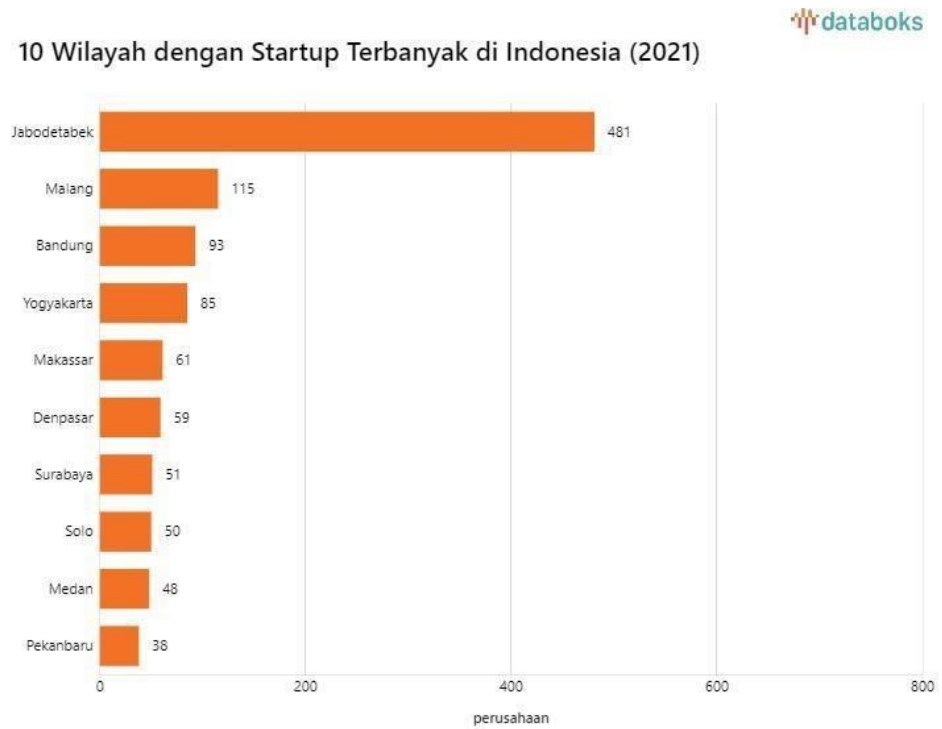


Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Status Pekerjaan

Sumber: Data Indonesia.id, 2023

Pekerjaan dalam sektor pertanian dan peternakan mendominasi dalam urutan ke 3 sebanyak 29,85 juta penduduk Indonesia. Pekerjaan wiraswasta dan pekerjaan pertanian serta peternakan sangat mendominasi sehingga dengan adanya hal ini membuat potensi yang besar terutama pada sektor pertanian dan peternakan. Pada zaman yang sudah semakin termodernisasi seperti saat ini perlu adanya pemanfaatan teknologi dalam sektor pertanian dan peternakan. Hal ini dapat dilakukan dengan pemanfaatan IoT ke dalam sektor peternakan sehingga dapat meningkatkan efektivitas dari internet untuk mempermudah bisnis sektor peternakan. Salah satu pemanfaatan IoT adalah munculnya perusahaan berbasis teknologi. Perusahaan dengan berbasis IoT ini yaitu dapat disebut dengan *startup*. Menurut (Dellyana et al., 2021) Start Up merupakan usaha wirausaha yang mencari dukungan finansial yang cukup untuk memulai usahanya. *Startup* sebagai suatu bisnis dengan menunjang basis teknologi

dengan menggunakan internet, website dan aplikasi. Pada saat ini starup sangat mampu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan grafik pertumbuhan *startup* di Indonesia seperti grafik dibawah ini.



Gambar 1. 4 10 Wilayah dengan *Startup* Terbanyak di Indonesia

Sumber: Kata Data Media Network, 2023

Menurut gambaran grafik diatas wilayah dengan jumlah *startup* terbanyak berada di Jabodetabek sebanyak 481 *startup* berikutnya masih berada di Pulau Jawa, yaitu Malang dengan 115 *startup*, Bandung 93 *startup*, dan Yogyakarta 85 *startup*, kemudian Makassar memiliki 61 *startup*. Denpasar 59 *startup*, dan Surabaya 51 *startup*. Sementara Solo punya 50 *startup*, Medan 48 *startup*, dan Pekanbaru 38 *startup*.

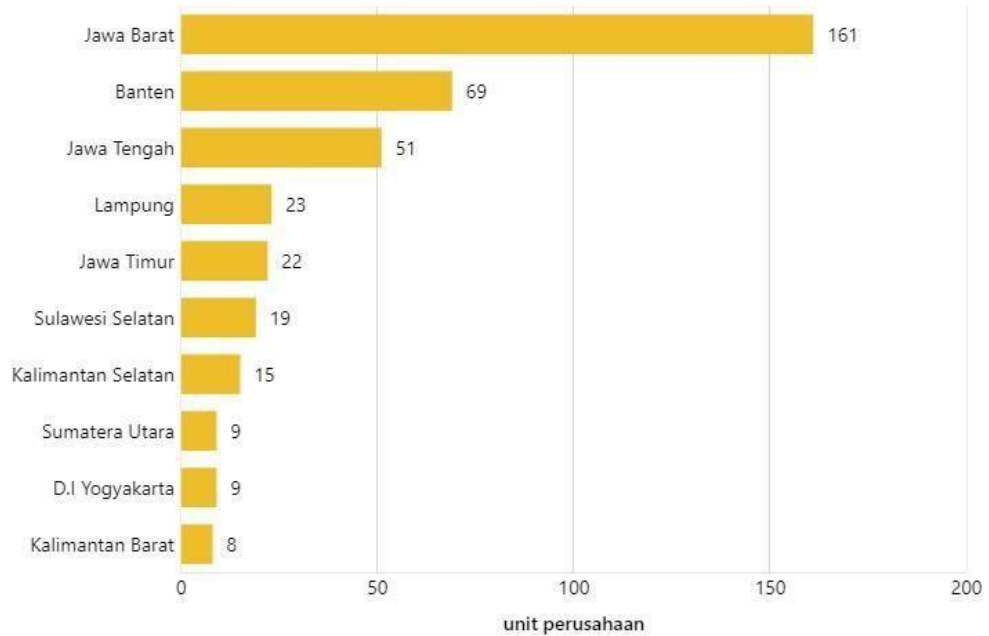
Berdasarkan survey diatas sebagian besar perusahaan *startup* ini berbentuk perseroan terbatas (PT) dengan persentase mencapai 51,39%, belum berbadan hukum sebanyak 29,10%, belum diketahui 12,38% dan berbentuk persekutuan komanditer (CV) sebanyak 7,13%. Menurut (Bowoarta, 2022) Perseroan terbatas dalam dunia *startup* memiliki pengaruh yang sangat penting dikarenakan dapat memberikan banyak investor menaruh investasi mereka. Di dunia *startup* jika tidak memiliki PT maka akan

membuat investor memberikan selera (*appetite*) investasi berkurang. Hal ini mengakibatkan *startup* yang sebagian besar masih bertumpu dari dana hasil *fundraising* harus melakukan efisiensi yang akhirnya dapat mengakibatkan *layoff* atau PHK. Sehingga dengan tanpa adanya PT maka akan membuat *startup* sulit mendapatkan investor baru.

Dalam mengembangkan *Startup* di Indonesia tidak cukup mudah sehingga diperlukan adanya strategi – strategi baru agar *startup* semakin siap dalam menghadapi persaingan. Menurut (Kristina, 2024) Sebagai pebisnis harus mempunyai pertimbangan – pertimbangan untuk menetapkan strategi yang lebih efektif dalam mengatasi permasalahan terhadap tantangan industri serta harus membuat perubahan pada kinerja penjualan secara mendetail dan keseluruhan. Strategi merupakan hal yang sangat penting untuk mendukung keberlangsungan sebuah *startup* dalam menghadapi berbagai rintangan pasar mulai dari dinamisnya kebutuhan konsumen hingga cara untuk mendapatkan investor. Dalam menciptakan strategi pada *startup* tentunya harus dilihat juga berdasarkan model bisnis yang digunakan oleh *startup*. Sehingga strategi yang diciptakan dapat tepat sasaran sesuai dengan visi, misi dan tujuan dari *startup* tersebut.

Pada saat ini *startup* di Indonesia semakin berkembang dengan pesat. *Startup* tercipta untuk memecahkan masalah – masalah yang ada dalam masyarakat hal ini dikarenakan *startup* tercipta karena adanya permasalahan dan solusi sehingga dapat menghasilkan ide untuk memecahkan dan mengantisipasi permasalahan tersebut. Di Indonesia terdapat banyak permasalahan dalam bidang pendidikan, ekonomi, kesehatan, lingkungan hidup, pertanian dan peternakan. Sehingga dengan adanya permasalahan ini *startup* memberikan inovasi, peluang dan harapan untuk dapat mengantisipasi permasalahan serta mengurangi jumlah pengangguran dengan membuka peluang pekerjaan untuk menaikkan perekonomian di Indonesia. Khususnya dalam industri unggas pada saat ini sedang memiliki peningkatan perminatan budidaya unggas sehingga hal ini akan membuka peluang dalam mensejahterakan peternak unggas dari skal kecil hingga skala besar. Dapat dilihat pada grafik dibawah bahwa terdapat beberapa provinsi di Indonesia menciptakan bisnis dalam industri unggas.

10 Provinsi dengan Jumlah Perusahaan Peternakan Unggas Terbanyak di Indonesia (2022)



Gambar 1. 5 10 Provinsi Dengan Jumlah Perusahaan Peternakan Unggas Terbanyak di Indonesia Tahun 2022

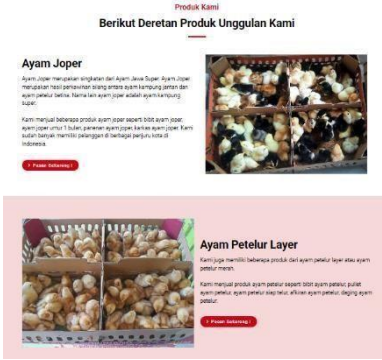
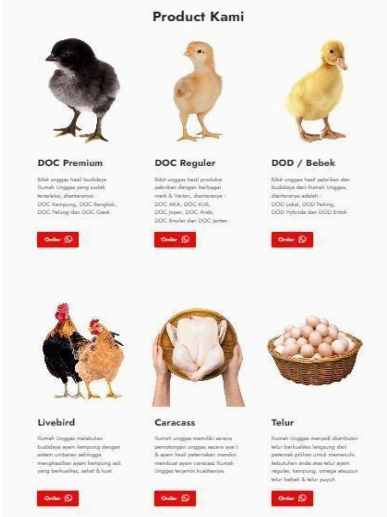
Sumber: Kata Data Network, 2023

Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat 446 perusahaan peternakan unggas di Indonesia pada 2022. Rinciannya, 442 perusahaan berstatus aktif, 20 tutup sementara, dan 4 lainnya berstatus tutup. Jawa Barat tercatat jadi provinsi dengan jumlah perusahaan peternakan unggas terbanyak di Indonesia, yakni sebanyak 161 unit atau berkontribusi 36,43% dari total perusahaan ternak unggas di Indonesia.

Di Indonesia terdapat beberapa pemain utama *startup* unggas dengan berbagai jenis dari masing – masing unggas seperti pada unggas ayam dan bebek yaitu *startup* Peternak Indonesia, Rumahunggas dan Livestock.id. Peternak Indonesia sudah beroperasi kurang lebih selama 5 tahun dan sebagian besar penjualan berada di pulau Jawa dengan menjual berbagai jenis ayam dan bebek.

Berikut beberapa tampilan website *startup* di industri unggas sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Beberapa Tampilan Website Startup di Industri Unggas

No	Nama Startup	Produk	Tampilan Produk
1	Petrnak Indonesia	Menjual berbagai jenis ayam, bebek, entok, puyuh dan pakan ternak.	 <p>The screenshot shows a website interface for 'Peternak Indonesia'. At the top, it says 'Produk Kami' and 'Berikut Deretan Produk Unggulan Kami'. There are two main product cards: 'Ayam Joper' and 'Ayam Petelur Layer'. Each card includes a small image of the product, a brief description, and a red 'Pesan Sekarang' button.</p>
2	Rumahunggas	Menjual berbagai jenis ayam, bebek dan telur ayam	 <p>The screenshot shows the 'Rumahunggas' website. It features a 'Product Kami' section with a grid of six product listings. Each listing includes an image of the product, a title, a short description, and a red 'Order' button. The products listed are: DOC Premium, DOC Regular, DOD / Bebek, Livebird, Caracass, and Telur.</p>

No	Nama <i>Startup</i>	Produk	Tampilan Produk
3	Livestock.id	Peternak budidaya ayam kampung	 <p>The screenshot shows the Livestock.id website interface. At the top left is the 'Livestock.id' logo. The main heading reads 'Jadilah peternak mandiri' (Become an independent farmer). Below this, there is a paragraph of text: 'Dengan adanya program peternak mandiri para peternak mandiri dapat meningkatkan ekonomi masyarakat terutama di daerah pedesaan'. At the bottom left of the banner area is a 'CONTACT US' button. On the right side of the banner is a photograph of several chickens, including a prominent brown one in the foreground.</p>

Pada saat ini industri unggas memiliki jumlah peminat yang cukup banyak dan terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya orang yang menyukai hewan atau orang yang hobi dengan hewan khususnya hewan unggas seperti ayam, bebek dan burung. Hewan unggas dibagi menjadi 2 sektor yaitu unggas yang dibudidayakan untuk hobi dan unggas yang dibudidayakan untuk kebutuhan pangan yang dikonsumsi oleh manusia seperti ayam dan bebek. Oleh karena itu, dengan adanya kebutuhan dalam industry unggas yang semakin meningkat sehingga menciptakan potensi terciptanya sebuah *startup* bernama Unggascare.

Unggascare merupakan *startup* dengan model bisnis *marketplace* khusus untuk unggas terstandarisasi berbasis aplikasi dengan memberikan fasilitas yang diinisiasi sebagai wadah aspirasi digital ekonomi kerakyatan khususnya bagi para peternak, pecinta unggas dan semua komposisi dalam ekosistem. Dengan terciptanya Unggascare diharapkan dapat menciptakan banyak kreativitas baru yang dapat menjadi salah satu program andalan seperti adopsi hewan hingga ruang diskusi bagi para pecinta unggas serta berbagai kebutuhan dalam sektor industri unggas.

Dalam sebuah *startup* diperlukan adanya suatu strategi yang mendukung untuk perkembangannya. Hal ini dikarenakan *startup* Unggascare masih bersifat baru dan belum lama beroperasi maka diperlukan adanya strategi agar unggascare dapat dikenali oleh masyarakat terkhususnya pada masyarakat yang memiliki ketertarikan dalam industri unggas. Selain itu, adanya faktor banyaknya pesaing yang sudah ada sebelum Unggascare tercipta sehingga dengan adanya faktor ini *startup* lebih rentan

mengalami kegagalan. Agar *startup* Unggascare semakin dikenali oleh masyarakat dan mampu memiliki branding dalam industri unggas dibutuhkan adanya perencanaan strategi pengembangan pada *startup* Unggascare. Menurut (Retno, 2023) Analisis SWOT sangat dibutuhkan dalam penyusunan sebuah strategi pemasaran karena perusahaan dapat mengidentifikasi serta menganalisis apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen sehingga dalam hal ini perusahaan akan mengetahui faktor – faktor pemasaran yang tepat akan meningkatkan branding perusahaan. Dengan adanya perencanaan suatu strategi dalam bisnis maka diperlukan analisis SWOT pada *startup* Unggascare

Menurut Nurmansyah (2023), analisis SWOT merupakan suatu alat yang digunakan untuk menganalisis gambaran – gambaran situasi yang menjelaskan kejadian yang saat ini sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi atau perusahaan untuk dapat bersaing secara unggul dalam suatu industri. Analisis ini bertujuan untuk dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) serta secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Swot berdasarkan *internal factor analysis strategy* (IFAS) berisikan mengenai kekuatan dan kelemahan sedangkan berdasarkan *eksternal factor analysis strategy* (EFAS) berisikan mengenai peluang dan ancaman pada organisasi atau perusahaan itu sendiri. IFAS dan EFAS kemudian akan disusun oleh pelaku bisnis untuk mengetahui strategi – strategi yang akan dibutuhkan oleh organisasi atau perusahaan tersebut.

Menurut (Retno, 2023) Analisis SWOT yang komprehensif menempatkan kekuatan dan kelemahan organisasi atau bagian- bagiannya terhadap peluang dan ancaman yang teridentifikasi yang timbul dari lingkungan sekitar dan menentukan posisi organisasi atau perusahaan bagiannya sebagai titik utama untuk menentukan strategi pengembangan lebih lanjut yang lebih rinci, detail dan kompleks.

Menurut (Fahmi, 2014), Dengan melakukan penerapan analisis SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan atau gambaran agar perusahaan dapat menjadi lebih fokus dan dapat dijadikan sebagai perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta melihat adanya peluang dan ancaman yang dialami oleh perusahaan. Selain itu, dengan

diadakannya analisis SWOT memiliki tujuan dimana dapat mengetahui setiap produk yang ditawarkan pasti akan mengalami pasang surut atau yang lebih dikenal dengan istilah daur hidup produk (*life cycle product*).

Saat ini dalam dunia industri unggas transaksi aktivitas jual beli keperluan unggas hanya dapat dibeli ke toko secara langsung, melalui pertemuan pembelian hewan ketika lomba acara berlangsung serta melalui sosial media yang banyak dimanfaatkan oleh para penghobi unggas yaitu facebook. Dengan hal ini, maka terciptanya banyak peluang keuntungan dan keunggulan untuk Uggascare sebagai wadah marketplace yang dapat menyatukan semua kebutuhan masyarakat tersebut. Namun dengan penggunaan teknologi digital pada industri unggas masih mengalami beberapa kesulitan. Berdasarkan jangkauan umur dari masyarakat yang menyukai dunia industri unggas memiliki kisaran umur 30 – 55 tahun. Selain itu, adanya kesulitan bagi penjual dalam menggunakan aplikasi online dikarenakan penjualan offline masih sangat memungkinkan untuk menunjang profit bisnis mereka.

Uggascare saat ini masih dalam tahap perkembangan maka dari itu dibutuhkan analisis secara lebih mendalam terkait strategi yang akan dihadapi oleh perusahaan Uggascare. Untuk mengetahui strategi yang tepat pada *startup* Uggascare maka dibutuhkan analisa secara lebih mendalam dan detail sehingga dengan hal ini dapat menggunakan analisis SWOT. Hal ini dikarenakan analisis SWOT bersifat deskriptif sehingga mampu menjelaskan dan menempatkan situasi dan kondisi yang dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing sebagai faktor masukan yang tepat. Analisis SWOT sebagai alat yang efektif untuk membantu dalam proses pengambilan keputusan dengan menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi perusahaan sehingga pelaku bisnis dapat melakukan pengambilan keputusan untuk menentukan usulan strategi dalam pengembangan perusahaan.

Analisis SWOT memiliki 4 komponen dasar, yaitu:

- 1) *Strengths* (S) merupakan suatu situasi atau kondisi kekuatan yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan pada saat ini.

- 2) *Weakness* (W) merupakan situasi atau kondisi kelemahan dari organisasi atau perusahaan pada saat ini.
- 3) *Opportunities* (O) merupakan suatu situasi atau kondisi peluang yang berasal dari luar organisasi atau perusahaan saat ini .
- 4) *Threats* (T) merupakan suatu situasi ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi hingga dapat memberikan ancaman eksis bagi tensi organisasi dimasa depan.

1.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus terhadap pengembangan strategi bisnis pada bagian operasional *startup* Unggascare berdasarkan analisa menggunakan metode SWOT dan TOWS.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dijelaskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal peluang dan ancaman yang tedapat di dalam *startup* Unggascare?
2. Apa rencana strategi Unggascare dalam memanfaatkan peluang digitalisasi pada industri unggas?
3. Bagaimana strategi pengembangan yang dibutuhkan oleh *startup* Unggascare untuk mengungguli branding *startup* Unggascare pada industri unggas?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi strategi yang akan diterapkan untuk strategi pengembangan bisnis pada *startup* unggas care kedepan, mengingat turbulensi pasar di kalangan pengguna anak *startup* yang sering berubah karena ketatnya persaingan pasar. Maka dibutuhkan tujuan sebagai berikut, yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor internal kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal peluang dan ancaman yang terdapat di dalam *startup* Unggas Care.
2. Untuk mengetahui rencana strategi Unggascare dalam memanfaatkan peluang digitalisasi pada industri unggas.
3. Untuk mengetahui strategi pengembangan apa saja yang dibutuhkan oleh *startup* Unggascare untuk mengungguli branding *startup* Unggascare pada industri unggas.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini digunakan untuk memberikan hasil informasi yang dapat digunakan untuk dapat meningkatkan pemahaman informasi dan keahlian yang terkait untuk mengelola pengembangan strategi bisnis pada *startup* Unggascare. Selain itu, kepentingan penelitian ini juga ditujukan untuk memberikan panduan tentang strategi pengembangan bisnis yang dapat dilakukan oleh sumber daya manusia di *startup* Unggascare.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini memberikan informasi mengenai faktor - faktor yang dapat dipertimbangkan dan digunakan untuk melakukan pengembangan strategi bisnis Unggascare secara lebih mendetail. Melalui penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan strategi pengembangan dalam meningkatkan branding Unggascare agar dapat terus bersaing dengan kompetitor pada industri unggas.