

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bidang peternakan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah di Indonesia. Di wilayah Aceh, khususnya di Kota Lhokseumawe terdapat 7.429 ekor dan di Kabupaten Aceh Utara sebanyak 35.654 ekor hewan ternak. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa aktivitas peternakan merupakan pekerjaan utama bagi sebagian besar masyarakat di berbagai daerah[1]. Para peternak dapat dikategorikan menjadi tiga golongan berdasarkan metode pemeliharaan dan skala usaha yang mereka terapkan. Ketiga golongan tersebut adalah peternak intensif, semi-intensif, dan tradisional. Peternak semi-intensif dan tradisional, umumnya menjalankan usaha peternakan mereka secara mandiri atau independen. Akibatnya, mereka masih sangat membutuhkan dukungan dari pihak eksternal, seperti toko atau penyedia jasa yang menawarkan berbagai kebutuhan untuk ternak mereka (*poultry shop*). Kebutuhan ini meliputi pakan ternak, obat-obatan untuk menjaga kesehatan hewan, peralatan peternakan, serta berbagai produk lain yang diperlukan untuk kelangsungan usaha mereka.

Ketersediaan akses terhadap toko-toko penyedia kebutuhan hewan ternak menjadi faktor penting yang dapat menunjang produktivitas serta keberlanjutan usaha peternakan mereka. Selain itu, keterbatasan akses informasi terkait harga dan ketersediaan produk membuat peternak mengalami kesulitan dalam merencanakan kebutuhan pakan mereka dengan lebih efisien[2]. Namun, meskipun kebutuhan peternak terhadap produk pakan, obat-obatan, dan peralatan peternakan sangat tinggi, akses untuk mendapatkan barang-barang tersebut sering kali terbatas. Keterbatasan akses fisik ke toko *poultry shop* penyedia kebutuhan ternak, ditambah dengan kurangnya informasi terkait harga, stok barang, dan kualitas produk, menjadi kendala besar yang dihadapi oleh peternak dalam mengelola usaha mereka. Untuk menjawab tantangan tersebut, evolusi teknologi informasi dan komunikasi khususnya dalam bentuk platform digital seperti *E-Marketplace*, menawarkan solusi yang potensial.

Secara prinsip, *E-Marketplace* bekerja dengan cara yang hampir sama seperti pasar tradisional, namun berbentuk secara virtual. Pemilik *E-Marketplace* berperan untuk mempertemukan penjual dan pembeli melalui platform internet mereka[3]. Dengan memanfaatkan media online dan *E-Marketplace*, masyarakat dan pemilik usaha *poultry shop* dapat lebih mudah berkomunikasi dan melakukan transaksi dengan pendekatan yang lebih optimal dan hemat sumber daya, serta mengakses jaringan yang luas hingga tingkat global[4].

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada penjelasan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana *E-Marketplace* dapat membantu para peternak dalam memenuhi kebutuhan peternakan mereka?
2. Bagaimana *E-Marketplace* membantu pemilik usaha *Poultry Shop* memasarkan produk?
3. Bagaimana implementasi sistem *E-Marketplace* untuk Kota Lhokseumawe dan Kabupaten Aceh Utara?

1.3 Batasan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, penelitian menetapkan beberapa asumsi untuk memperjelas fokus pembahasan dan membatasi ruang lingkup penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini meliputi hal-hal berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus di wilayah Kota Lhokseumawe dan beberapa lokasi tertentu di Kabupaten Aceh Utara.
2. Data penelitian ini diperoleh dari Dinas Kelautan, Perikanan, Pertanian dan Pangan Kota Lhokseumawe, serta Dinas Perkebunan, Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Aceh Utara dan survey langsung kepada pihak-pihak terkait.
3. Penelitian ini hanya menyediakan dua jenis *user* yaitu para peternak dan para pemilik toko *poultry shop* dan *web admin*.
4. Aplikasi *E-Marketplace* berbasis mobile ini hanya menyediakan dalam bentuk *mobile*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini telah dirangkum menjadi beberapa poin sebagai berikut:

1. Pengembangan sistem informasi *E-Marketplace* berbasis *mobile* untuk memudahkan para peternak mencari kebutuhan hewan ternak, membandingkan harga, kualitas dan stok agar lebih efisien bagi peternak.
2. Pengembangan sistem informasi *E-Marketplace* berbasis *mobile* untuk memudahkan para pemilik toko *poultry shop* memasarkan produk dan memperluas jangkauan pasar mereka.
3. Implementasi sistem informasi *E-Marketplace* berbasis *mobile*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan tujuan yang telah di jelaskan sebelumnya, diharapkan penelitian ini memberikan bermanfaat dan dampak yang signifikan bagi berbagai pihak terkait, baik dari segi praktis. Berikut adalah poin poin pemaparan manfaat penelitian ini:

1. Bagi para peternak, terutama yang tergolong semi-intensif dan tradisional
 - a. aplikasi *E-Marketplace* yang dikembangkan akan mempermudah akses terhadap kebutuhan peternakan seperti pakan, obat-obatan, dan peralatan peternakan.
 - b. Memberikan informasi yang mudah diakses terkait harga, stok, dan lokasi penjualan, para peternak dapat merencanakan pembelian dengan lebih efektif dan efisien.
 - c. Dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan mereka.
2. Bagi pemilik toko *poultry shop* atau penyedia kebutuhan peternakan
 - a. aplikasi ini akan membantu memperluas jangkauan pasar pemilik usaha *poultry shop*, tidak hanya terbatas pada area lokal tetapi juga menjangkau peternak di wilayah yang lebih luas.
 - b. Dengan menggunakan platform ini, pemilik toko *poultry shop* dapat menawarkan produk secara lebih mudah kepada peternak, meningkatkan penjualan, serta membangun relasi bisnis yang lebih kuat dan berkelanjutan.
3. Penelitian ini juga akan memberikan manfaat bagi pemerintah daerah

- a. Pemerintah dapat memanfaatkan aplikasi ini untuk memantau kebutuhan serta perkembangan usaha peternakan di wilayah tersebut.
- b. mendukung program-program yang lebih tepat sasaran demi kemajuan sektor peternakan lokal.
- c. Memudahkan dinas terkait mendata usaha *poultry shop*.