

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri peternakan merupakan bagian dari pembangunan industri pertanian. Seiring bertambahnya populasi Indonesia dan pertumbuhan ekonominya, peternakan memiliki nilai tambah untuk memenuhi permintaan pangan yang terus meningkat. Dengan adanya industri peternakan juga diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.¹ Industri peternakan mampu berkembang dengan baik di Indonesia. Banyak masyarakat yang belajar hingga kemudian menjadi seorang peternak handal sekaligus pengusaha, salah satunya menjadi peternak ayam petelur hingga kemudian menjadi pengusaha atau penjual telur.

Peternakan ayam petelur merupakan sektor peternakan dengan nilai ekonomi tinggi serta memiliki hubungan juga usaha yang lain, terutama dalam industri pakan petelur. Mengingat pertumbuhan bisnis pada saat ini cukup tinggi, dimana perusahaan dengan produk yang sama saling bersaing untuk memperebutkan pasar dan konsumen. Dalam kondisi tersebut, perusahaan dituntut untuk mengetahui kondisi pasar, produk serta jasa yang akan dipasarkan.²

Konsep dan desain tertentu pada tingkat strategis merupakan faktor penentu keberhasilan. Analisis pasar, pelanggan dan produk sangat penting. Menurut Purwanto, analisis strategis mencakup “segitiga strategis”, yaitu: pelanggan, pesaing, dan perusahaan. Kegiatan produksi dan bisnis sebagian besar perusahaan/unit usaha hanya terfokus pada pembuatan produk, termasuk perusahaan kecil dan menengah. Perusahaan juga harus fokus mengembangkan bisnis yang sudah ada agar tetap kompetitif.³

Strategi pemasaran adalah cara bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Strategi pemasaran dapat dianggap sebagai salah satu dasar untuk mengembangkan rencana induk perusahaan. Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi

¹Rizwan, Nazaruddin, dkk, “Analisis Strategi Pemasaran Peternakan Ayam CV Intan Jaya Abadi Sukabumi”, Vol. 6 No. 2,126.

²Andika Syaputra, Skripsi “Analisis Strategi Pengelolaan Usaha Ternak Ayam Petelur Bintang Emas Nagari Sicincin”, (Sumatera: IAIN Batusangkar, 2021), 1.

³ Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV Ryama Widya, 2008), 21.

pemasaran adalah meningkatnya persaingan yang dihadapi bisnis pada umumnya.

Pemasaran dapat dianggap berhasil jika produsen dan konsumen menikmati barang atau jasa yang dijual serta tidak merugikan atau menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan berusaha menetapkan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan keuntungan dengan cara meningkatkan penjualan.⁴ Penerapan strategi pemasaran dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam menawarkan produk usahanya.

Persaingan bisnis yang muncul tentunya tidak dapat dipisahkan dari suatu usaha. Persaingan menjadi kenyataan dalam dunia bisnis. Agar mampu bersaing dengan pelaku komersial lainnya, perlu dilakukan upaya peningkatan kualitas agar menghasilkan produk yang diinginkan konsumen. Perusahaan dapat memilih cara bersaing, baik melalui harga terendah maupun produk dengan kualitas terbaik. Jika perusahaan sulit bersaing dalam harga, sebaiknya perusahaan bersaing melalui kualitas produk atau kualitas pelayanan.⁵ Pentingnya mengetahui faktor keberhasilan lingkungan perusahaan menjadi hal positif bagi timbulnya daya saing perusahaan. Meningkatnya daya saing dapat dikelola dengan baik apabila aspek modal, pengelolaan maupun pemasaran dalam perusahaan juga berjalan dengan baik.

Pemasaran oleh peternak ayam petelur seringkali dilakukan secara langsung ke konsumen, karena mudah diakses oleh masyarakat umum. Hampir semua upaya difokuskan pada metode ini. Meskipun pendekatan bauran pemasaran akan membuat produk terlihat lebih bernilai.

Ayam petelur merupakan salah satu jenis unggas yang dipelihara untuk produksi telur dan berperan sangat penting dalam kebutuhan protein manusia. Usaha peternakan ayam petelur merupakan industri yang menjanjikan bagi peternak karena memiliki prospek pertumbuhan yang besar jika dikelola dengan baik. Dari tahap *start-up* hingga produksi telur, pakan berkualitas, kandang

⁴ Henny Leondro, Dimas Pratidina, “*Analisis Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Di Peternakan Bapak Andika Desa Ngadireso Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang*”. Jurnal Sains Peternakan, Vol. 5, No.1, 2017, 30-31.

⁵ Annisa Yuliana, Ratnawilli, dan Etni Arini, “*Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing (Studi kasus Rumah Makan Kampung Kecil Tanah Patah Kota Bengkulu)*”, Jurnal Ekonomi Manajemen. (Bengkulu: Universitas Muhammadiyah Bengkulu), 3.

bebas dari berbagai macam faktor, dan yang terpenting teknologi dari pemeliharaan ayam petelur.

Usaha peternakan ayam di daerah Pati, kecamatan Wedarijaksa yaitu Dua Naga Jaya baru berdiri sekitar 10 tahun. Pada awal berdiri di tahun 2010 jumlah populasi awal ayam petelur yang dikelola sebanyak 1.500 ekor. Seiring dengan bertambahnya kebutuhan konsumen ditambah dengan keuntungan yang didapatkan oleh pemilik peternakan ayam skala usaha ditambah menjadi lebih besar lagi. Selain meningkatkan jumlah produksi telur dengan menambah jumlah ayam dan pelebaran kandang, Dua Naga Jaya juga mengelola usaha pakan ayam dalam bentuk toko pakan unggas agar dapat seimbang dengan peningkatan biaya produksi yang semakin meningkat. Biaya pakan yang dikeluarkan untuk usaha ternak ayam petelur tidaklah sedikit ditambah dengan biaya bibit dan biaya obat-obatan.

Fakta bahwa pengusaha tidak memahami kapasitas lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dimilikinya akan membuat bisnisnya tertinggal. Karena perubahan yang disebabkan oleh lingkungan internal dan lingkungan eksternal akan mengarah pada penyesuaian keadaan, kondisi perubahan tersebut. Padahal strategi yang tepat sangat diperlukan untuk mengembangkan bisnis dan mencapai tujuan bisnis jangka panjang. Demikian juga dengan tingkat persaingan pemasaran telur ayam di Kabupaten Pati. Jumlah perusahaan sejenis dan jumlah saluran distribusi juga menjadi salah satu masalah yang dihadapi. Kemudahan menjual hasil produksi akan mempengaruhi keberhasilan usaha peternakan. Namun, jika tidak dimanfaatkan secara efektif akan mempengaruhi pendapatan petani.

Di kecamatan Wedarijaksa sendiri memang banyak sekali UMKM yang bergerak dibidang yang sama dan memiliki jenis produk yang sama pula. Akan tetapi peneliti tertarik melakukan penelitian di Usaha telur ayam Dua Naga Jaya, karena usaha ini memiliki keunggulan yang bagus untuk bersaing dengan usaha lainnya. Keunggulan telur ayam Dua Naga Jaya dibanding dengan usaha yang lain yakni lebih mengedepankan kualitas produk dengan menjual telur dengan kualitas yang paling bagus, memiliki harga jual yang kompetitif, serta memiliki variasi produk yang berbeda dengan pesaing sehingga dapat memuaskan keinginan dan selera konsumen.

Tabel 1.1
Data Pesaing Usaha Telur Ayam Dua Naga Jaya Pati di
wilayah kecamatan Wedarijaksa Pati

Nama Pesaing	Lokasi	Jumlah Produksi	Harga (Butir)
Dua Putra	Ds. Panggungroyom	Rp. 11.000	Rp. 1.700
Berkah Abadi	Ds. Suwaduk	Rp. 10.000	Rp. 1.800
Toko Lestari	Ds. Jontro	Rp. 13.000	Rp. 1.800
Toko Azamat	Ds. Bumi Ayu	Rp. 10.000	Rp. 1.700
Telur Ayam Bu Nanik	Ds. Ngurensiti	Rp. 12.000	Rp. 1.500
Toko Murah	Ds. Pajaran	Rp. 11.000	Rp. 1.700
Farm Fresh	Ds. Pagerharjo	Rp. 13.000	Rp. 1.800

Perusahaan/unit usaha dituntut untuk selalu berinovasi dalam kegiatan usahanya dalam strategi bersaing. Dimana dalam strategi bersaing, suatu bisnis harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen dan suatu badan usaha yang efisien harus mampu bersaing dengan bisnis lain industri sejenis lainnya. Seperti kondisi yang dialami oleh Usaha Ayam Petelur Dua Naga Jaya di Pati.

Dalam berbisnis di bidang ini, pemilik usaha harus memiliki strategi pemasaran tersendiri untuk menarik pelanggan agar tetap bertahan dalam memilih produknya sehingga usaha tersebut memiliki daya saing yang kuat, sehingga meningkatkan jumlah pelanggan dari hasil penjualan.

Ukuran keberhasilan usaha peternakan ayam ini dalam menghadapi meningkatnya daya saing perlu menerapkan strategi pemasaran dan pengelolaan modal dengan baik. Strategi pemasaran mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kemampuan menjangkau pelanggan sebanyak-banyaknya merupakan salah satu indikator yang menunjukkan bahwa strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan cukup baik. Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti usaha ayam petelur di Dua Naga Jaya tentang bagaimana pemilik usaha ayam petelur di Dua Naga Jaya menerapkan strategi pemasaran agar tetap kuat sebagai usaha dan dapat bersaing. dengan UKM yang jenis usahanya berbeda. Sehingga peneliti mengangkat judul penelitian "*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Ayam Petelur Dua Naga Jaya Pati*".

B. Fokus Penelitian

Dalam mempertajam kajian, peneliti kualitatif menetapkan bahwa pengertian fokus lebih ditujukan pada tingkat kebaruan informasi yang diperoleh dari situasi (lapangan) sosial.⁶

Fokus penelitian berguna untuk membatasi objek penelitian yang akan diangkat, selain itu juga berguna agar peneliti tidak terpaku pada ilmu yang diperoleh di lapangan. Penetapan fokus penelitian lebih mengarah pada tingkat kebaruan informasi yang diperoleh dari situasi ekonomi dan sosial, yang bertujuan untuk membatasi penelitian kualitatif. Dengan demikian, dalam penelitian ini fokus penelitian adalah strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing studi kasus Dua Naga Jaya Pati.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada usaha ayam petelur Dua Naga Jaya Pati?
2. Bagaimana kelebihan dan kekurangan yang dihadapi dalam meningkatkan daya saing usaha ayam petelur Dua Naga Jaya Pati?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian memiliki nilai jika memiliki tujuan. Berdasarkan apa yang penulis uraikan di atas dalam latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada usaha ayam petelur Dua Naga Jaya Pati.
2. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dihadapi dalam meningkatkan daya saing usaha ayam petelur Dua Naga Jaya Pati.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini memperoleh hasil yang dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Untuk Ilmu, hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan dasar untuk penelitian selanjutnya pada mata pelajaran yang sama, serta

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 377.

- untuk pengembangan, khasanah pengetahuan, pemasaran literatur ilmiah, dan peningkatan daya saing.
- b. Untuk Lembaga, hasil penelitian ini memberikan informasi ide dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya guna mempromosikan pemasaran terkait pemasaran di Indonesia.
 - c. Untuk Masyarakat, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan menginformasikan penelitian lainnya.
2. Secara Praktis

Kemampuan menemukan strategi pemasaran yang baik dan tepat berdasarkan teori yang ada dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan sebagai kontribusi dalam promosi usaha ayam petelur. Dapat digunakan untuk mendalami strategi pemasaran yang digunakan Dua Naga Jaya untuk meningkatkan daya saingnya.

F. Sistematika Penulisan

Tujuan dari sistematika skripsi adalah untuk memberikan gambaran tentang setiap bagian atau bagian-bagian yang berkaitan, sehingga nantinya dapat diperoleh kajian yang sistematis dan ilmiah. Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Depan

Bagian muka ini terdiri dari: halaman sampul (*cover*), halaman judul, nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, halaman daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian isi

Pada bagian ini terdapat lima bab yang saling terkait, antara bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Mencakup tentang latar belakang masalah, focus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang deskripsi pustaka yang mencakup telaah pustaka yang diperlukan untuk memaparkan penelitian sejenis yang pernah dilakukan untuk mengetahui posisi dari penelitian ini.

Dilanjutkan dengan kerangka teori yang membahas teori yang digunakan dalam penelitian ini dan yang terakhir hipotesis sebagai hasil kesimpulan sementara.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Membahas tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknis pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran, dan penutup.

3. Bagian akhir

Pada bab akhir terdiri dari daftar pustaka, riwayat hidup penulis, dan lampiran-lampiran.

