

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dimana kebutuhan protein hewani sangat diperlukan. Usaha dibidang pemotongan terus berkembang pesat, baik dari segi bidang kualitas ataupun kuantitas. Faktanya kebutuhan akan protein seperti ayam sebagai kebutuhan pokok manusia. Guna memenuhi kebutuhan protein bagi perkembangan tubuh manusia, dimana produk ayam potong mempunyai kelebihan masing-masing, dalam hal ini, untuk mendukung berjalannya usaha dan berkembangnya dalam usaha maka kegiatan pemasaran yang baik dan tepat sangatlah penting dalam memegang peranan tersebut.

Persaingan yang sangat ketat dibidang usaha pemotongan ayam ini menjadikan sedikit sulit untuk penjualan, karena sudah banyak masyarakat yang sedang menjalankan. Semakin banyak nya pelaku usaha ini dapat diartikan sebagai salah satu indikator bahwa daerah tersebut berhasil membangun ekonomi mandiri.

UD. Wahyu Jaya adalah usaha pemotongan ayam yang berdiri pada tahun 1996, merupakan usaha yang berlokasi di Babelan Kota. UD. Wahyu Jaya memiliki 2 karyawan yang dimana masing-masing karyawan memiliki tugas berbeda dan saling berkoordinasi. UD. Wahyu Jaya memasarkan produknya masih secara tradisional.

Ada beberapa pesaing yang produknya serupa dengan UD. Wahyu Jaya yang perbandingan harganya produk ayam potong di Babelan Kota dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. 1 Produk ayam potong di Babelan Kota

Merk produk ayam potong	Harga perkilo (Kg)
“A” (Produk Pesaing)	Rp28.000
“B” (Produk Pesaing)	Rp29.500

“C” (Produk Yang Diteliti)	Rp28.500
----------------------------	----------

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa harga ayam potong termahal di merk “B” diamana harga perkilo dengan harga Rp29.500/kg. dan harga ayam potong termurah di merk “A” dengan harga Rp28.000/kg. produk merk “C” memiliki harga Rp28.000/kg.

Pada produk pesaing A memiliki kelemahan dimana pemilik usaha tidak bisa memenuhi permintaan pelanggan untuk mengantarkan kelokasi mengantarkan pesanan pelanggan kelokasi pelanggan, dan produk pesaing B juga tidak bisa memenuhi permintaan pelanggan untuk mengantarkan kelokasi pelanggan, sedangkan produk C yang diteliti pemilik usaha mampu memenuhi permintaan pelanggan untuk mengantarkan kelokasi pelanggan.

Pada produk pesaing A tidak memiliki bangku untuk pelanggan bila mengantri, pada produk B lokasi yang terkena sinar matahari dan tidak adanya penutup untuk menghalang sinar matahari langsung, sedangklan produk C yang diteliti memiliki tempat duduk untuk pelanggan bila mengantri tetapi jumlah nya masih kurang.

Pada produk pesaing A pemasarannya masih tradisonal datang langsung kelokasi penjual bila ingin membeli produk, pada produk pesaing B sama dengan produk pesaing A dimana pemasarannya masih tradisonal, dan pada produk C yang diteliti pemasarannya bisa melalui aplikasi whatsapp.

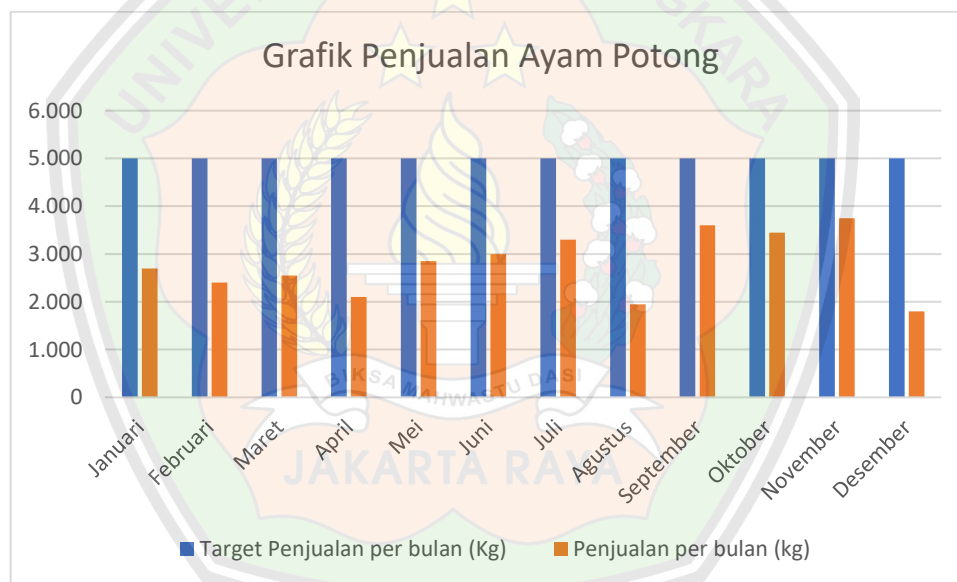
Untuk target penjualan yang diinginkan oleh UD. Wahyu Jaya sebesar 5.000 kg perbulan, namun pemilik usaha belum mencapai target penjualan dalam perbulan, dikarenakan ada masalah market (pemasaran). Konsumen lebih memilih harga lebih murah dibanding produk ayam potong UD. Wahyu Jaya yang dihargai dengan harga Rp28.500/kg. Hasil penjualan ayam potong segar oleh UD. Wahyu Jaya dari bulan Januari sampai Desember 2021 bisa dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 1. 2 Data penjualan ayam potong per bulan

No.	Bulan	Target Penjualan per bulan (Kg)	Penjualan per bulan (kg)	%
1	Januari	5,000	2,700	54

2	Februari	5,000	2,400	48
3	Maret	5,000	2,550	51
4	April	5,000	2,100	42
5	Mei	5,000	2,850	57
6	Juni	5,000	3,000	60
7	Juli	5,000	3,300	66
8	Agustus	5,000	1,950	39
9	September	5,000	3,600	72
10	Oktober	5,000	3,450	69
11	November	5,000	3,750	75
12	Desember	5,000	1,800	36

Sumber: Data Primer, 2021



Gambar 1. 1 Grafik penjualan ayam potong

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dan gambar 1.1 diatas bisa disimpulkan bahwa dari periode januari hingga desember 2021, UD. Wahyu Jaya tidak dapat mencapai target penjualan yang ditetapkan UD. Wahyu Jaya. Data jumlah penjualan pun bersifat fluktuatif, dimana penjualan paling banyak terjadi pada bulan november sebanyak 3,750 kg dan penjualan paling sedikit terjadi pada bulan desember sebanyak 1,800 kg.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik UD. Wahyu Jaya, terdapat beberapa faktor yang mengakibatkan penjualan turun, salah satunya adalah banyaknya pesaing yang menawarkan harga lebih murah serta strategi pemasaran yang dilakukan masih kurang efektif.

Berdasarkan kondisi saat ini, maka perlu dikembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan metode SWOT dengan mempertimbangkan semua faktor bisnis internal dan eksternal untuk meningkatkan penjualan ayam potong setiap bulannya. Analisis SWOT yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara internal dan eksternal. Untuk menentukan kelebihan dan kekurangan usaha ayam potong UD. Wahyu Jaya kemudian harus melakukan analisis eksternal dan internal untuk mengetahui potensi prospek dan ancaman yang mungkin dihadapi perusahaan.

Berdasarkan uraian permasalahan di UD. Wahyu Jaya untuk meningkatkan penjualan ayam potong tiap bulannya maka perlu dilakukan penelitian yang tujuannya untuk mengetahui penyebab atau kondisi yang mengakibatkan penjualan tidak mencapai target serta strategi pemasaran apa yang cocok digunakan UD. Wahyu Jaya jika ingin meningkatkan penjualan produknya. Analisis studi ini dapat digunakan oleh pemilik dan pekerja UD. Wahyu Jaya menjadi acuan dan alat penilaian bagi pelaku usaha untuk terus memperbaiki rencana pemasaran berjualan ayam potong.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari deskripsi yang diberikan di latar belakang, permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Belum tercapainya target penjualan yang diinginkan oleh UD. Wahyu Jaya.
2. Persaingan yang semakin ketat karena permintaan ayam potong yang lebih murah dan segar.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini diperoleh rumusan masalah dari konteks sebelumnya, yaitu

1. Bagaimana strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan oleh UD. Wahyu Jaya dengan menggunakan metode SWOT

2. Bagaimana mengidentifikasi alternatif strategi yang sesuai atau terbaik nbbagi UD. Wahyu Jaya dengan menggunakan metode QSPM

#### **1.4 Batasan Masalah**

Keterbatasan Masalah mencoba mencegah penyimpangan atau memperluas cakupan topik, membuat penelitian lebih fokus dan lebih mudah untuk dijelaskan guna memperoleh tujuan penelitian. Di antara kendala tantangan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengambilan data dilakukan selama periode 29 desember 2022 sampai 4 januari 2023.
2. Area penjualan objek penelitian hanya berfokus di daerah babelan kota.
3. Aspek finansial tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan uraian permasalahan berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Menganalisis SWOT ( *strengths, weaknesses, opportunities, threats*) dalam meningkatkan penjualan ayam potong.
2. Menganalisis strategi pemasaran yang cocok dalam meningkatkan penjualan ayam potong di UD. Wahyu Jaya menggunakan metode QSPM.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

- a. Bagi UD. Wahyu Jaya

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi UD. Wahyu Jaya mengenai strategi pemasaran menurut analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan ayam potong.

- b. Bagi Universitas

Sebagai referensi tambahan bagi pembaca dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

c. Bagi penulis

Menambah wawasan keilmuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

### **1.7 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di UD. Wahyu Jaya di wilayah Babelan Kota, Kabupaten Bekasi dan berlangsung sekitar dari bulan Desember 2022 sampai bulan Januari 2023.

### **1.8 Metode Penelitian**

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan dengan mengamati lokasi penelitian yang disurvei dan mengumpulkan informasi dengan observasi langsung, wawancara dengan pemilik dan dokumentasi.

### **1.9 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian terdiri dari memperoleh gambaran umum dan garis besar dari masing-masing atau bagian yang terkait untuk memiliki sistematika dan penelitian ilmiah nantinya. Adapun sistem penulisan skripsi yang disusun oleh penulis adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan berisi penjelasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian dan sistem penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan dalam penelitian, rencana dan saran untuk melakukan penelitian.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian bab ini berisi tentang alur proses penelitian dan dilakukan dengan menggunakan metode SWOT.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyangkut perhitungan informasi yang diperoleh untuk mendapatkan hasil yang menjelaskan tujuan penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini memberikan kesimpulan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran beserta proposisi analisis SWOT yang sesuai untuk menentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan ayam potong.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini biasanya memuat daftar pustaka acuan seperti buku dan sumber penelitian lainnya.

