

BAB I

PENDAHULUAN

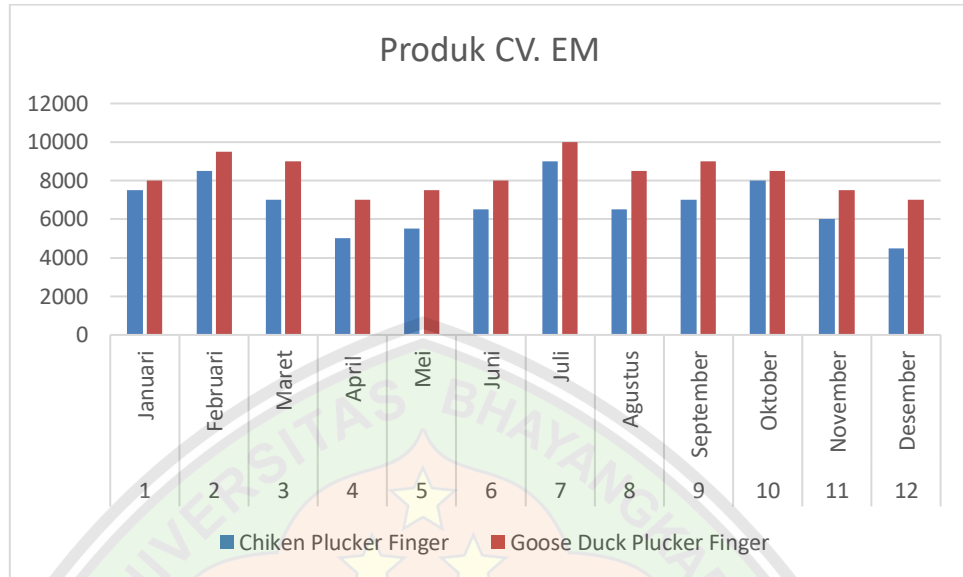
1.1 Latar Belakang

Produk perunggasan merupakan salah satu primadona untuk pemenuhan pangan masyarakat Indonesia. Bagaimana tidak, produk perunggasan menyuplai tidak kurang dari sekitar 65% konsumsi protein masyarakat dibanding dengan produk lainnya. Menurut (Poultry Indonesia, 2023) perkiraan konsumsi ayam ras pedaging masyarakat Indonesia di tahun 2023 berada di angka 12,58 kilogram per kapita per tahun. Sedangkan jika merujuk pada prognosa produksi ayam ras pedaging di Indonesia tahun 2023 maka seharusnya bisa ditingkatkan lagi hingga 14,33 kilogram per kapita per tahun.

Sebagai perusahaan di industri perunggasan, ayam memiliki prospek yang potensial semakin bertumbuh di Indonesia. Pasalnya, faktor seperti pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan secara umum, dan peningkatan pengetahuan gizi oleh masyarakat juga mendukung permintaan produk peternakan ayam. Kendati demikian, industri ini memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi sehingga perusahaan harus bisa menjaga pangsa pasarnya, supaya bisa bertahan dalam jangka panjang. Faktor lain yang harus diwaspadai ada risiko dari wabah flu burung, risiko ini cukup berdampak pada operasional bisnis karena bisa mempengaruhi ketersediaan pasokan persediaan maupun mempengaruhi tingkat permintaan dari masyarakat sebagai dampak kehati-hatian atas produk-produk unggas.

Salah satu perlengkapan dari mesin pencabut bulu ayam adalah *Chicken Plucker Finger* yaitu karet yang berada di dalam mesin pencabut bulu ayam yang berfungsi untuk melepaskan bulu-bulu hewan unggas seperti ayam dan bebek dengan cepat dan mudah. CV. EM merupakan salah satu dari banyaknya perusahaan yang kini berfokus pada industri yaitu pembuatan produk berbahan karet. Mereka melangsungkan usahanya yang kini sudah ada dengan produknya seperti “*Goose Duck Plucker Finger* dan *Chicken Plucker Finger*”. Berikut ini adalah data grafik penjualan CV. EM, akan tetapi untuk penjualan dari *chiken plucker finger*

lebih rendah dari produk lainnya sehingga untuk pemilihan topik berfokus pada penjualan *chicken plucker finger* agar penjualannya bisa seimbang dengan produk lainnya.



Gambar 1. 1 Grafik Internal Perusahaan

Sumber : Pengolahan Data (2022)

Pada data di atas diambil dari tahun sebelumnya, yang dimana grafik penjualan tidak stabil dalam setiap bulannya, dari setiap bulan memiliki data yang berbeda-beda dalam setiap penjualan *chicken plucker finger*. Hal ini tergantung dari permintaan customer.

Tabel 1. 1 Daftar Harga Pesaing Jenis Produk *Chiken Plucker Finger*

Jenis Produk	Harga Chiken Plucker Finger				
	Produk Yang Di Teliti	A (Produk Pesaing)	B (Produk Pesaing)	C (Produk Pesaing)	D (Produk Pesaing)

<i>Chicken</i>	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.
<i>Plucker</i>	2.500	2.000	2.200	4.000	3.000
<i>Finger</i>					

Sumber: Internal Perusahaan (2022)

Tabel 1.1 merupakan perbandingan pasar dengan pesaing berdasarkan jenis harga *chicken plucker finger* yang sudah ditentukan. Terlihat bahwa harga 1 pcs *chicken plucker finger* di CV. EM berada di bawah harga produk pesaing “C” dengan harga Rp. 4.000, sebaliknya harga produk pesaing “A” berada di bawah harga *chicken plucker finger* CV. EM dengan harga Rp. 2.000 dan seterusnya.

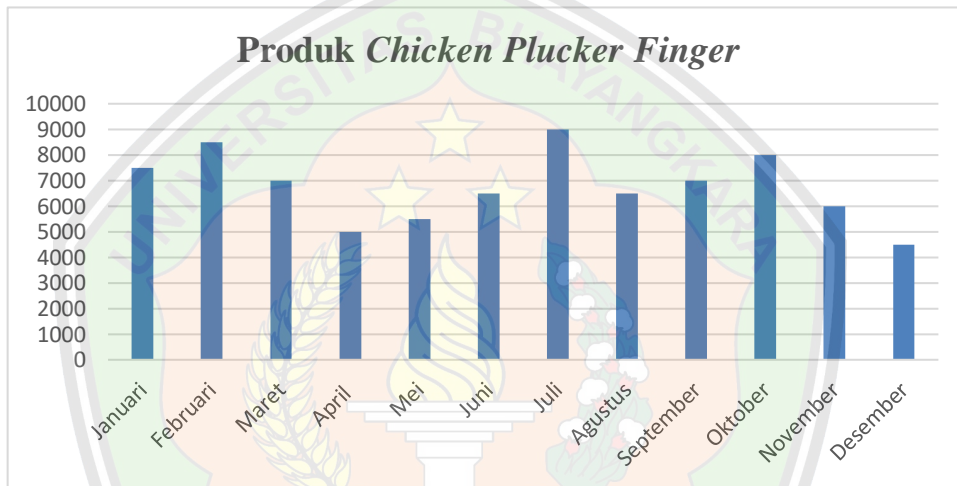
Tabel 1. 2 Data Penjualan *Chicken Plucker Finger* Januari sampai Desember Tahun 2022.

Bulan	Jumlah Terjual per-pcs(per bulan)
Januari	7.500 Pcs
Februari	8.500 Pcs
Maret	7.000 Pcs
April	5.000 Pcs
Mei	5.500 Pcs
Juni	6.500 Pcs
Juli	9.000 Pcs
Agustus	6.500 Pcs
September	7.000 Pcs
Oktober	8.000 Pcs
November	6.000 Pcs
Desember	4.500 Pcs
Total Terjual	81.000 Pcs

Bulan	Jumlah Terjual per-pcs(per bulan)
Rata-rata perbulan dalam 12 bulan	6.750 Pcs

Sumber : Internal Perusahaan (2022)

Gambar 1. 2 Grafik Penjualan *Chicken Plucker Finger* Setiap Bulan CV. EM



Sumber : Internal Perusahaan(2022)

Pada data di atas diambil dari tahun sebelumnya, jumlah penjualan dimana setiap 12 bulan mempunyai data penjualan yang berbeda pada setiap bulannya. Hal tersebut dikarenakan pesaing di dunia industri semakin besar. Di tahun 2022 mengalami perubahan penjualan, meski tidak secara signifikan tetapi CV. EM menginginkan hasil penjualannya terus bertambah sampai menggapai sasaran, ialah menggapai 6.750/Pcs *chicken plucker finger* dalam perbulan. Disini bisa dilihat pada bulan april, mei, juni, agustus, november, desember menghadapi penyusutan, hal ini tergantung dengan permintaan dari customer.

Untuk penjualan *chicken plucker finger* tersebut hanya melalui perantara penjualan. CV. EM belum mempromosikan produk melalui platform media sosial seperti whatsapp, instagram, dan berbagai platform lainnya. Pemilik CV. EM juga menjual produknya di berbagai CV/UMKM. Tingkatan persaingan antar perusahaan

saat ini semakin tinggi, memasarkan serta memberikan barang barang terbaik dengan harga yang terjangkau dari suatu bisnis mungkin mempunyai pengaruh terhadap tumbuhnya minat *customer* dan daya beli. Oleh sebab itu organisasi harus lebih aktif, kreatif dan imajinasi pada hal ini. Perusahaan harus mempunyai sistem manajemen pemasaran yang kuat agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam pasang pasar yang ada.

Untuk itu kebutuhan terhadap analisis dan mengembangkan strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dan QSPM karena metode ini mudah dipahami dan juga dapat menghasilkan strategi-strategi yang dihasilkan dan akan dipilih oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan pada sebuah perusahaan. Lalu berikut adalah penelitian penelitian terdahulu (1) strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pupuk kompos dengan analisis SWOT, hasil penelitian: ini 1) mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*), 2) Strategi ini mempunyai nilai tertinggi adalah SO yaitu dengan memperbaiki mutu produk dan menjaga kesinambungan produk di pasaran, menjaga manajemen organisasi dan selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan. (2) analisis SWOT sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing, berdasarkan hasil penelitian ini dan diskusi yang telah dilakukan CV dua putri sholehah kabupaten probolinggo dapat memperbaiki kelemahan perusahaan agar dapat menjadi kekuatan yang mendukung untuk merebut peluang pasar. (3) analisis SWOT strategi pemasaran produk perbankan syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini : 1) strategi SO (*strength opportunities*) memperluas pangsa pasar, memperkuat kerjasama dengan koperasi, 2) strategi WO (*weakness opportunities*) menggunakan strategi jempot bola, meningkatkan loyalitas nasabah, peningkatan kualitas produk, 3) strategi ST (*strength threats*) menjalin kerjasama dengan bank lain, menetapkan target pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan, 4) strategi WT (*weakness threats*) melaksanakan peningkatan promosi melalui berbagai media, menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

Untuk itu diperlukan penelitian ini dengan judul “Analisis strategi pemasaran *chicken plucker finger* di CV. EM dengan metode SWOT dan QSPM”. Diharapkan bisa dapat meningkatkan volume penjualan dan menguasai pasar.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah diterangkan pada latar belakang, kita bisa mengidentifikasi masalah berikut :

1. CV. EM kurang memperhatikan aspek promosi dan pengiklanan dapat menjadi hambatan dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Pesaing CV. EM semakin ketat, dimana kebutuhan customer *chicken plucker finger* lebih memilih harga yang lebih murah sehingga perlu adanya strategi pemasaran yang lebih baik.
3. Pendapatan pada bulan April, Mei, Juni, Agustus, November, Desember 2022 mengalami penurunan dan dibawah rata-rata pendapatan perbulannya, sehingga menimbulkan kerugian.

1.3 Rumusan Masalah

Demi meningkatkan penjualan, terutama pada produk *Chicken Plucker Finger*, penulis ingin menyajikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang signifikan di CV. EM yang mempengaruhi penjualan ?
2. Bagaimana menentukan posisi strategi penjualan produk *chicken plucker finger* di CV. EM dengan menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) ?
3. Bagaimana menentukan strategi pemasaran menurut QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperuntukan menghindari adanya penyimpangan atau memperluas cakupan subjek, sehingga penelitian lebih terfokus dan mudah di bahas, sehingga mencapai tujuan penelitian. Beberapa batasan masalah penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Produk yang dibahas dari CV. EM yaitu *chicken plucker finger*.
2. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dan (Quantitative Strategic Planing Matrix) QSPM.
3. Data hanya berfokus pada bulan Januari sampai dengan Desember 2022.
4. Penelitian ini dilakukan pada CV. EM di Perum. Trias Estate, JL. Alpukat 1, Blok A 11 No. 1, Cibitung, Bekasi.
5. Penelitian tidak membahas segi finansial dan profitabilitas dari CV. EM

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang signifikan di CV. EM yang mempengaruhi analisis penjualan.
2. Untuk mengetahui posisi strategi pemasaran *chicken plucker finger* di CV. EM pada diagram SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).
3. Untuk mengetahui urutan strategi peningkatan pemasaran yang harus dilakukan dengan menggunakan metode QSPM (Quantitative Strategic Planing Matrix).

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian menjadi masukan untuk meningkatkan strategi pemasaran kepada pemilik CV. EM.
2. Menjadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan strategi pemasaran kepada pemilik CV. EM.
3. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa pengetahuan tambahan dan menjadi referensi khususnya dalam konteks

analisis SWOT & QSPM, serta bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan informasi tersebut.

1.7 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian Tempat yang dipilih untuk melakukan penelitian dan pemasaran produk ini adalah CV. EM di JL. Alpukat 1, Perumahan Trias Estate, Blok A 11 No. 1, 17520, RT.002/RW.019, Cibitung, Bekasi dan waktu penelitian Februari 2023 – Maret 2023.

1.8 Metode Penelitian

Berikut langkah-langkah metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis untuk penulisan tugas akhir ini, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapat langsung dari objek penelitian

2. Wawancara

Wawancara yaitu melakukan pengumpulan data dengan mengadakan wawancara yang dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur dengan objek masal maupun personal, serta memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada sumber informasi.

3. Observasi

Observasi lapangan dilakukan untuk mendapatkan gambaran secara aktual dari kondisi yang ada. Hal yang didapatkan dari observasi maupun suatu elemen penting dalam pengumpulan data penelitian ini.

4. Kuesioner

Kuesioner adalah penyebaran pertanyaan yang di peruntukan untuk customer sebagai umpan balik bagi perusahaan.

5. Data sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang di dapat dari studi pustaka,

dokumen perusahaan, dan kajian literatur yang melibatkan teori-teori sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian. Sumber data sekunder ini mencakup buku-buku perpustakaan dan jurnal..

1.9 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi yang baik, diperlukan sistem penulisan skripsi yang tepat. Sistem penulisan yang baik yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan akan mencakup penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan untuk penelitian, perancangan dan usulan dalam membuat penelitian.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bagian bab ini berisi tentang alur proses penelitian dan dilaksanakan dengan metode SWOT dan QSPM.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang perhitungan data yang sudah didapat, sehingga Dapat memperoleh hasil yang nantinya akan memperjelas tujuan penelitian

BAB V PENUTUP

Pada bagian bab ini dijelaskannya tentang kesimpulan yang sudah diambil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, analisis data dan yang dapat dibuat berdasarkan penelitian yang telah selesai.

DAFTAR PUSTAKA

Dalam bagian ini biasanya berisi daftar referensi acuan dalam penulisan, seperti buku, dan sumber-sumber penelitian lainnya.