

## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Ayam merupakan salah satu ternak yang paling berpotensi dalam menghasilkan daging. Ayam pedaging merupakan jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. Pemeliharaan ayam pedaging hanya membutuhkan waktu yang singkat. Ayam pedaging mampu memproduksi daging secara optimal dengan hanya mengkonsumsi pakan dalam jumlah relatif sedikit. Pakan merupakan komponen terbesar yang mempengaruhi produksi unggas. Pakan terdiri dari beberapa bahan yang disusun sedemikian rupa dengan formulasi tertentu untuk memenuhi kebutuhan ternak. Pakan dapat dinyatakan berkualitas baik apabila mampu memberikan seluruh kebutuhan nutrisi secara tepat, baik jenis, jumlah, serta imbangannya nutrisi tersebut bagi ternak. Komponen *nutrient* tersebut sangat berpengaruh terhadap produksi ayam pedaging terutama untuk pertumbuhan dan produksi daging. Selain itu diperlukan bahan tambahan (*feed additive*) ke dalam campuran pakan untuk meningkatkan pertumbuhan dan daya tahan tubuh ayam pedaging. Usaha ternak ayam broiler menjadi suatu jenis usaha yang cukup berpotensi karena saat ini ayam bisa dikatakan sebagai makanan kita konsumsi dalam kehidupan sehari-hari, populasi ayam pedaging di Indonesia dan Pulau Jawa dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Populasi Ayam Pedaging di Indonesia dan Pulau Jawa

Lokasi	Populasi Ayam Pedaging (ekor)		
	2019	2020	2021
Indonesia	3.169.805.127	2.919.516.243	3.107.183.054
Jawa Barat	811.146.443	710.787.821	780.102.095
Jawa Tengah	617.968.231	547.984.169	580.150.594
Jawa Timur	459.570.078	385.393.591	401.297.579

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Tabel I.1 merupakan data populasi ayam pedaging di Indonesia pada tahun 2019 - 2021 tercatat ada hampir setiap tahunnya lebih 3.000.000.000 ekor ayam

pedaging. Dan pulau jawa merupakan 3 besar populasi terbanyak di Indonesia dengan Jawa Barat menguasai populasi lebih dari 25%.

Dengan populasi ayam broiler yang meningkat setiap tahunnya, diiringi juga dengan meningkatnya jumlah produksi daging ayam di Jawa Barat yang dapat dilihat pada Gambar I.1.

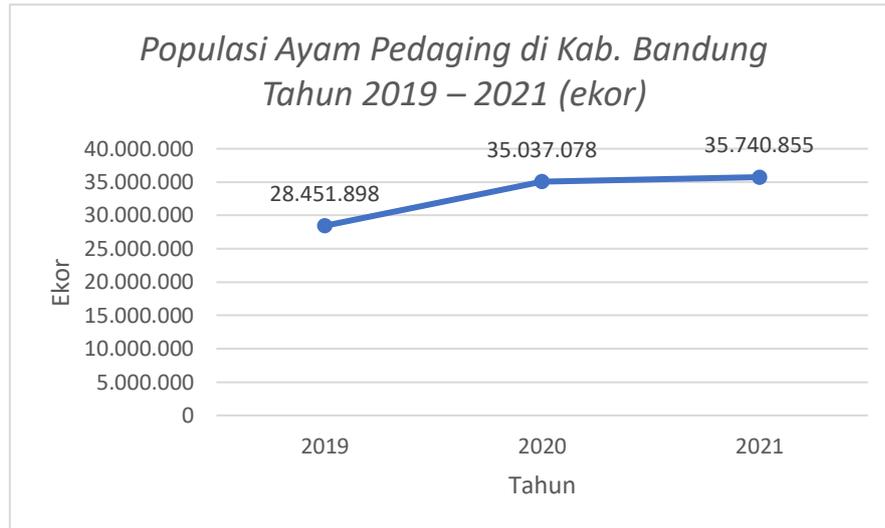


Gambar I. 1 Produksi Daging Ayam di Jawa Barat Tahun 2019 - 2021

Sumber: Badan Pusat Statistik Prov. Jawa Barat, 2022

Gambar I.1 merupakan data produksi daging ayam broiler di Jawa Barat. Pada grafik tersebut terlihat peningkatan setiap tahunnya terhadap produksi daging ayam di Jawa Barat. Bahkan diprediksi untuk tahun 2022 akan menyentuh di angka 900.000 ton.

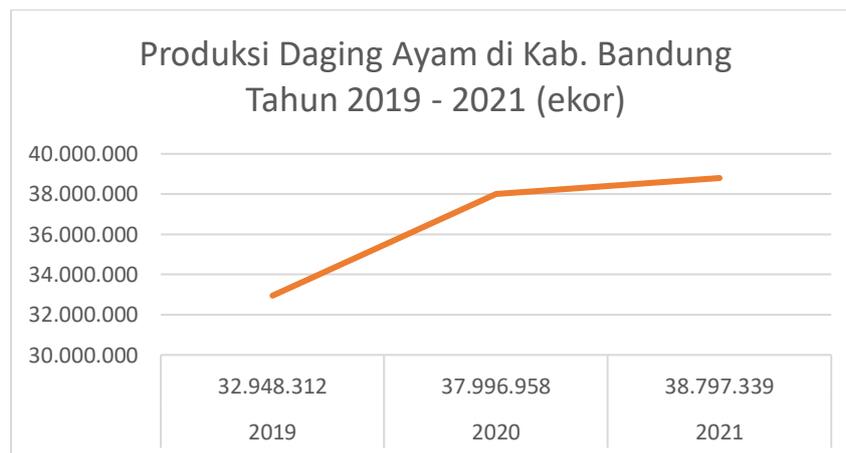
Berikut merupakan data populasi ayam pedaging di Kabupaten Bandung yang didapat dari Open Data Jabar pada Gambar I.2



Gambar I. 2 Populasi Ayam Pedaging di Kab. Bandung Tahun 2019 - 2021

Sumber: Open Data Jabar, 2022

Gambar I.2 menunjukkan bahwa populasi ayam broiler di Kabupaten Bandung mengalami kenaikan pada tahun 2019 hingga 2020. Pada tahun 2021 juga mengalami kenaikan akan tetapi cenderung melandai dibandingkan tahun sebelumnya.



Gambar I. 3 Produksi Daging Ayam di Kab. Bandung Tahun 2019 - 2021

Sumber: Badan Pusat Statistik Prov. Jawa Barat (2022)

Gambar I.3 menunjukkan bahwa produksi daging ayam di Kabupaten Bandung Tahun 2019 hingga 2021. Pada tahun 2019 ke 2020 terjadi kenaikan yang pesat. Diperkirakan produksi akan semakin tinggi mengingat kegemaran masyarakat Indonesia terutama Kabupaten Bandung dalam mengkonsumsi makanan

berbahan dasar Ayam. Dengan data yang disajikan, secara umum industri unggas dalam hal ini yaitu Ayam Pedaging sangat populer dikalangan masyarakat Indonesia.

CV. ASPI merupakan salah satu usaha yang bergerak pada bidang peternakan yang berdomisili di Kabupaten Bandung. CV ASPI menjual produknya secara langsung melalui promosi *door to door* kepada para konsumen dan melalui *booth* dipameran bursa peternakan se Indonesia. Berikut merupakan logo dari CV ASPI yang dapat dilihat pada Gambar I. 4.



Gambar I. 4 Logo Perusahaan CV ASPI

Untuk melakukan bisnisnya, CV ASPI membutuhkan *Days Old Chick* (DOC). DOC adalah anak ayam yang telah menetas dalam umur 1 – 14 hari. Nantinya DOC akan masuk ke kandang yang telah disiapkan.

CV ASPI akan bersaing untuk memenuhi kebutuhan pangan pada sektor Ayam di Kabupaten Bandung bahkan di Jawa Barat. Dengan tujuan tersebut, maka CV ASPI membutuhkan *supplier* DOC untuk menjalankan bisnisnya. Berikut merupakan *supplier* DOC ke CV ASPI yang dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I. 2 *Supplier* DOC ke CV ASPI

No	<i>Supplier</i> DOC ke CV ASPI
1	PT. Wonokoyo Jaya Corporindo
2	PT Malindo Feedmill Tbk
3	PT. Charoen Pokhpand Indonesia

Sumber: Data Perusahaan CV. ASPI (2022)

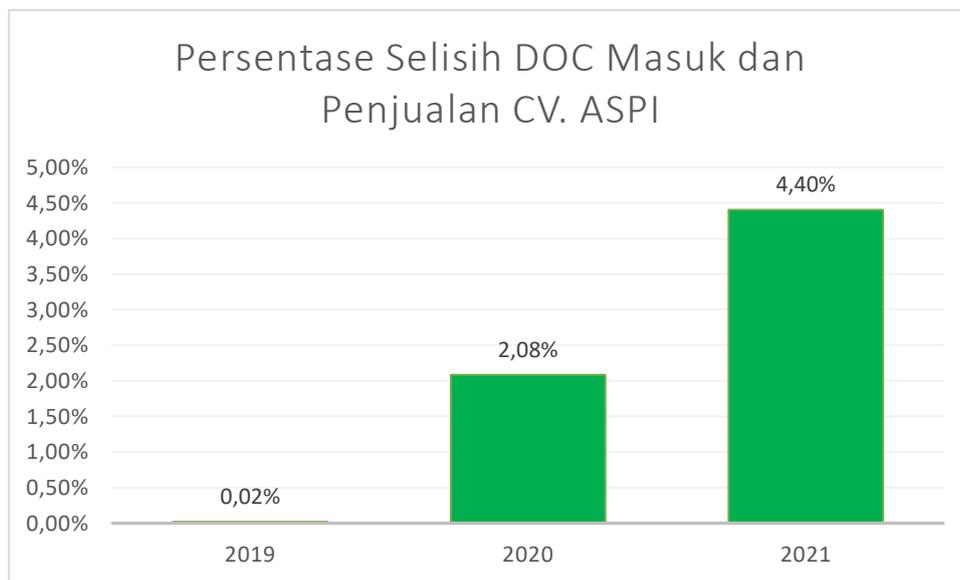
Dengan DOC yang masuk, sehingga CV ASPI dapat menjalankan bisnisnya. Pada Tabel I.2 dapat dilihat DOC masuk yang ada di CV ASPI dan penjualan ayam pedaging.

Tabel I. 3 Data DOC Masuk dan Penjualan Ayam Pedaging CV ASPI

Tahun	DOC Masuk (ekor)	Penjualan Ayam Pedaging (ekor)	Jumlah Kematian Ayam (ekor)
2019	765.485	764.800	530
2020	588.900	576.154	752
2021	745.665	713.654	602

Sumber: Data Perusahaan CV. ASPI (2022)

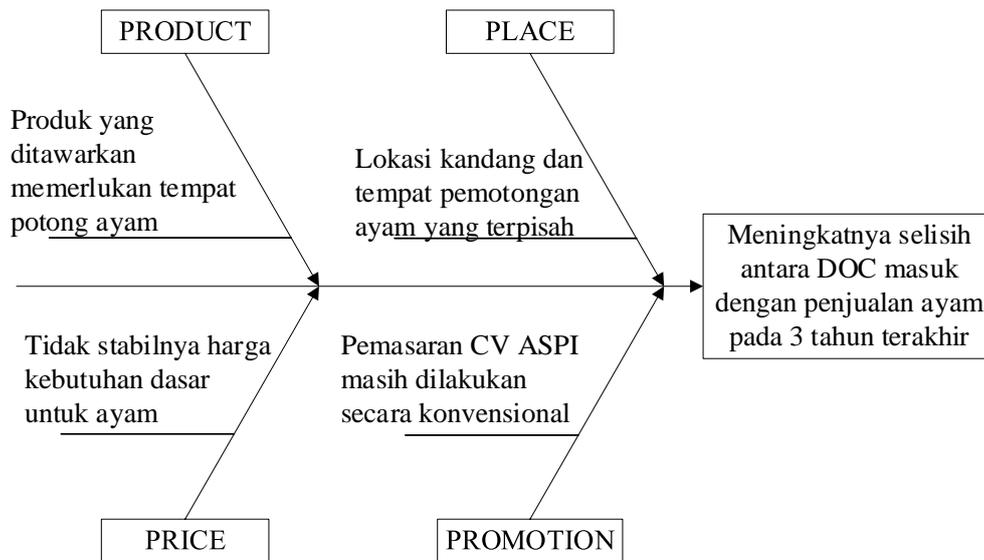
Pada Tabel I.3 dapat dilihat bahwa jumlah DOC masuk dan Penjualan Ayam Pedaging CV. ASPI mengalami penurunan cukup signifikan pada 2019 hingga 2020 yang disebabkan oleh pandemi *Sars-Cov2*. Lalu pada tahun 2021 kembali mengalami kenaikan dari DOC yang masuk dan penjualan ayam. Terdapat perbedaan selisih yang ada antara DOC masuk dan Penjualan Ayam Pedaging yang dapat dilihat pada Gambar I.6.



Gambar I. 5 Persentase Selisih DOC Masuk dengan Penjualan CV ASPI

Jika dilihat pada Gambar I.6, perbedaan selisih antara DOC masuk dengan penjualan ayam dari 3 tahun terakhir mengalami peningkatan. Penyebab peningkatan selisih ini salah satunya karena konsumen mulai beralih membeli melalui kompetitor lain karena pada awal pandemi *Sars-Cov2*, CV ASPI tidak bisa memenuhi seluruh permintaan konsumen. Diperkirakan selisih tersebut akan bertambah 2% setiap tahunnya. Hal ini terjadi disebabkan beberapa faktor. Faktor tersebut dapat diketahui setelah dilakukan identifikasi dan wawancara

kepada Kepala Unit CV ASPI yang ditunjukkan pada *fishbone diagram* pada Gambar I.7.



Gambar I. 6 Fishbone Diagram

Berdasarkan *fishbone diagram* pada Gambar I.7 yang telah dibuat, diketahui bahwa terdapat faktor masalah yang mempengaruhi meningkatnya selisih antara DOC masuk dan penjualan ayam pada CV ASPI. Terdapat 4 permasalahan yang ditemui yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Berikut merupakan penjelasan dari setiap kategori pada Gambar I.7.

1. *Product*

Pada analisis faktor *product*, karena tidak memiliki tempat pemotongan sendiri menyebabkan CV ASPI lambat dalam melayani produknya dan bergantung pada pihak lain. Contohnya beberapa perusahaan yang bergerak pada segmentasi yang sama dengan CV ASPI memiliki tempat pemotongan ayam sendiri sehingga kalah dengan pesaing lainnya.

2. *Price*

Pada analisis faktor *price*, permasalahan terjadi karena tidak stabilnya harga kebutuhan dasar untuk ayam seperti DOC, pakan ternak, dan lain lain.

3. *Place*

Pada analisis faktor *place*, terdapat pada lokasi kandang dan tempat

pemotongan ayam yang terpisah sehingga diperlukan waktu tambahan untuk memindahkan ayam yang siap dipotong.

#### 4. *Promotion*

Pada analisis faktor *promotion*, permasalahan yang terjadi adalah cara pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional. CV ASPI belum memiliki strategi pemasaran lain untuk membantu meningkatkan angka penjualan.

Dalam upaya meminimalisir kembali selisih DOC masuk dengan penjualan yang ada, maka diperlukannya analisis lanjutan yang dilakukan secara mendalam kepada internal CV ASPI maupun eksternal CV ASPI yang menghasilkan solusi terbaik dalam keadaan ini. Dengan demikian, CV ASPI dapat meminimalisir selisih yang terjadi dan mampu bersaing dengan kompetitor lain untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

### **I.2 Alternatif Solusi**

Setelah didapatkan faktor yang mempengaruhi meningkatnya selisih antara DOC masuk dan penjualan ayam pada CV ASPI, lalu dilakukan analisis untuk mengetahui akar permasalahan tersebut. Analisis nantinya akan berpengaruh pada jumlah penjualan yang disajikan pada Tabel I.4.

Tabel I. 4 Alternatif Solusi

Nama Kategori	Permasalahan	Akar Masalah (Ya/Tidak)	Alasan	Alternatif
Product	Produk yang ditawarkan memerlukan tempat potong ayam	Tidak	CV ASPI mengalami kendala pada lokasi pemotongan ayam dengan lokasi kandang, diperlukannya pembangunan tempat potong ayam sendiri untuk mengatasi permasalahan ini. Hal ini tidak bisa dilakukan untuk saat ini karena diperlukannya biaya untuk membangun ini. Disisi lain ini tidak termasuk <i>budgeting</i> CV ASPI dalam waktu dekat	Perancangan Studi Kelayakan untuk pembuatan tempat potong ayam CV ASPI

Tabel I. 4 Alternatif Solusi (Lanjutan)

Price	Tidak stabilnya harga kebutuhan dasar untuk ayam	Tidak	CV ASPI dapat memilih pemasok kebutuhan dasar lain, akan tetapi tetap ada harga yang ditetapkan oleh seluruh pemasok sehingga merupakan sesuatu yang tidak bisa dikontrol	Melakukan analisis efisiensi sistem produksi
Place	Lokasi kandang dan tempat pemotongan ayam terpisah	Tidak	CV ASPI mengalami kendala pada lokasi pemotongan ayam dengan lokasi kandang, diperlukannya pembangunan tempat potong ayam sendiri untuk mengatasi permasalahan ini. Hal ini tidak bisa dilakukan untuk saat ini karena diperlukannya biaya untuk membangun ini. Disisi lain ini tidak termasuk <i>budgeting</i> CV ASPI dalam waktu dekat	Melakukan studi kelayakan mengenai pembuatan tempat potong ayam CV ASPI
Promotion	Pemasaran CV ASPI masih dilakukan secara konvensional	Ya	Permasalahan tersebut dapat dijadikan akar masalah karena data dan informasi yang di dapat mengenai kebutuhan penerapan strategi pemasaran untuk meminimalisir selisih yang terjadi pada CV ASPI	Perancangan strategi pemasaran dengan menggunakan metode QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> )

Pada Tabel I.4 menjelaskan beberapa akar masalah beserta alternatif solusi. Setelah dilakukan identifikasi, maka ditentukan yang akan menjadi akar masalah pada penelitian ini adalah mengenai analisis strategi pemasaran menggunakan metode *QSPM*. Karena menurut pertimbangan Kepala Unit CV ASPI dengan mencari strategi pemasaran merupakan cara terbaik untuk mengatasi permasalahan angka penjualan yang menurun jika dibandingkan dengan ketiga faktor lainnya.

### I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang strategi pemasaran CV ASPI agar dapat tetap bersaing di industri ini?
2. Bagaimana prioritas strategi yang diterapkan CV ASPI menggunakan metode QSPM?
3. Bagaimana implementasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV ASPI?

#### **I.4 Tujuan Tugas Akhir**

Adapun tujuan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang strategi pemasaran pada CV ASPI.
2. Menentukan strategi prioritas yang dapat diimplementasikan dalam mengembangkan usaha.
3. Menentukan rencana implementasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV ASPI.

#### **I.5 Manfaat Tugas Akhir**

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, berikut merupakan manfaat yang didapat setelah penelitian ini yaitu:

1. Bagi perusahaan, dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat membantun CV ASPI dalam meminimalisir selisih DOC masuk dengan jumlah penjualan ayam pedaging.
2. Bagi peneliti, tugas akhir ini bermanfaat dalam mengimplementasikan Analisis SWOT dan QSPM dalam upaya meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam suatu organisasi.

#### **I.6 Sistematika Penulisan**

Tugas akhir ini diuraikan dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

##### **Bab I      Pendahuluan**

Pada bab ini berisi uraian mengenai konteks permasalahan, latar belakang permasalahan yang dialami CV ASPI, perumusan masalah yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan.

##### **Bab II     Landasan Teori**

Bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diambil seperti Kewirausahaan, Manajemen Pemasaran, Statistika, Analisis SWOT, serta Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal.

**Bab III Metodologi Perancangan**

Metodologi penyelesaian merupakan penjelasan metode kerangka kerja yang telah dipilih pada bab Tinjauan Pustaka. Pada bab ini dijelaskan langkah tugas akhir secara rinci meliputi: perancangan, pengumpulan data, perancangan, deskripsi mekanisme verifikasi dan validasi hasil perancangan, menyusun kuesioner.

**Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi**

Seluruh kegiatan dalam rangka perancangan sistem terintegrasi untuk penyelesaian masalah dapat ditulis di bab ini. Kegiatan yang dilakukan dapat berupa deskripsi data, spesifikasi rancangan dan standar perancangan, proses perancangan, hasil rancangan, dan verifikasi hasil rancangan.

**Bab V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan**

Pada bab ini, disajikan hasil rancangan, temuan, analisis dan pengolahan data. Selain itu bab ini juga berisi tentang validasi hasil dari solusi, sehingga hasil tersebut apakah telah benar-benar menyelesaikan masalah atau menurunkan gap antara kondisi eksisting dan target yang akan dicapai

**Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penyelesaian masalah yang dilakukan serta jawaban dari rumusan permasalahan yang ada pada bagian pendahuluan. Saran dari solusi dikemukakan pada bab ini untuk tugas akhir selanjutnya.