

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang melatar belakangi penelitian ini mulai dari permasalahan yang ada, tujuan penelitian, batasan permasalahan penelitian dan juga sistematika penulisan.

### 1.1 Latar belakang Masalah

Telur banyak digemari masyarakat karena kandungan nutrisi lengkap dan mengandung hampir semua zat gizi yang diperlukan tubuh serta harganya terjangkau. Telur ayam merupakan komoditas pangan hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat, selain daging ayam, daging sapi dan susu. Berdasarkan data dari tempo.co konsumsi telur per kapita dari tahun 2018 sampai tahun 2020 mengalami peningkatan. Gambar 1.1 menunjukkan peningkatan konsumsi telur tiap tahunnya di Indonesia.



Gambar 1.1: Konsumsi Telur Per Kapita Per Tahun

Sumber: Tempo.co

Tingginya permintaan terhadap komoditas telur, dianggap menjadi peluang bagi sebagian orang. Peluang ini dimanfaatkan sebagian orang untuk membuat usaha peternakan ayam. Usaha peternakan ayam merupakan salah satu bentuk usaha di bidang agribisnis. Hal ini dapat dilihat dari usaha yang dibangun dengan memanfaatkan lahan yang dimiliki. Usaha ayam petelur ini juga merupakan usaha yang memiliki harga jual produk yang rendah namun menjual dengan kuantitas yang besar. Mengingat jumlah masyarakat Indonesia yang banyak, maka kebutuhan telur ayam sebagai asupan gizi juga banyak. Selain potensi keuntungan yang cukup besar dari usaha ini, usaha peternakan ayam dapat digolongkan sebagai usaha yang relatif mudah karena sarana dan prasarana yang digunakan hanya kandang untuk ayam-ayam tersebut dan juga peralatan yang digunakan pun dapat dikatakan tidak banyak seperti wadah telur yang berbahan plastik atau kayu untuk membawa telur-telur yang dibeli kepada konsumen.

Usaha peternakan ayam biasanya menjual dengan cara yang berbeda. Ada beberapa peternak ayam yang menjual produk dengan menjual daging ayam sebagai produk utamanya namun ada beberapa juga peternak ayam yang menjual produk utama berupa telur. Produk utama dari peternakan ayam petelur adalah telur itu sendiri, sedangkan daging dan kotorannya adalah produk sampingan. Daging ayam yang dijual biasanya berasal dari ayam afkir yaitu ayam yang sudah berusia sekitar 2 tahun dan produksinya sudah tidak menguntungkan secara ekonomis, sedangkan kotoran ayam sendiri bisa digunakan untuk pupuk organik dan juga untuk makanan ikan lele. Ikan lele tersebut tidak untuk dikonsumsi oleh manusia melainkan untuk dijadikan lele indukan.

Yayasan Hutan Organik (HO) merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang pertanian dan peternakan sejak tahun 2001 yang terletak di Jl. Cipendawa Blok S, Cipayung Girang, Megamendung. Produk yang dihasilkan berupa bibit pohon, madu, daging kambing dan telur ayam. Pada bulan Januari sampai Maret Hutan Organik menghasilkan 100kg telur tiap bulannya dari 200 ekor ayam yang dimiliki. Dengan jumlah 100 kg telur yang dihasilkan per bulan, Hutan Organik hanya dapat memenuhi kebutuhan telur untuk warga sekitar peternakan Hutan Organik saja. Hasil wawancara dengan pemilik Hutan Organik menyebutkan bahwa Hutan organik masih memiliki pasar yang masih kecil, belum banyak masyarakat yang tahu akan produk telur Hutan Organik. Dalam wawancara juga Hutan Organik ingin meningkatkan jumlah ayam petelurnya dari 200 ekor menjadi 2000 ekor. Dengan bertambahnya jumlah ayam petelurnya Hutan Organik mengharapkan jumlah telur yang dihasilkan tiap harinya meningkat. Jumlah telur yang meningkat menuntut Hutan Organik untuk meningkatkan dan memperluas target pasarnya agar telur yang dihasilkan dapat dijual dengan cepat. Pada saat ini pasar Hutan Organik untuk produk telur masih terbatas karena belum banyak orang yang mengetahui telur Hutan Organik, selama ini telur Hutan Organik dibeli hanya oleh masyarakat yang ada di sekitar Hutan Organik saja. Hutan Organik tentunya diharapkan memiliki formulasi strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pasar saat ini yang dapat meningkatkan dan memperluas target pasarnya. Berdasarkan ulasan diatas maka penelitian ini dibuat dengan judul “PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM HUTAN ORGANIK MENGGUNAKAN IFE, EFE MATRIX DAN ANALISIS SWOT”.

## **1.2 Pokok Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, permasalahan yang didapatkan adalah objek penelitian Hutan Organik belum menerapkan strategi-strategi pemasaran dengan baik. Hal ini dapat dilihat dengan masih kecilnya target pasarnya, dimana pembeli produk telurnya masih masyarakat sekitar Hutan Organik saja.

## **1.3 Tujuan**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah melakukan perumusan strategi yang tepat bagi Yayasan Hutan Organik untuk meningkatkan dan memperluas target pasarnya dengan melakukan analisis *IFE*, *EFE MATRIX* dan Analisis *SWOT matrix*.

## **1.4 Batasan Masalah**

Pada penelitian ini dibutuhkan pembatasan masalah agar penelitian yang dilakukan bisa menjadi lebih terarah. Berikut merupakan batasan masalah pada penelitian:

1. penelitian berfokus pada pemasaran produk telur ayam

## **1.5 Sistematika penulisan**

Sistematika penulisan dalam skripsi dibagi menjadi 5 bab yaitu sebagai berikut :

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan ini berisikan penjabaran latar belakang, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan yang digunakan, dan sistematika dalam penulisan penelitian ini.

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan penjabaran mengenai teori-teori atau definisi yang dibutuhkan dalam melaksanakan penelitian ini.

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan uraian penyusunan penelitian ini. Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah penelitian pendahuluan, identifikasi masalah, studi pustaka, perumusan masalah, penentuan tujuan, pengumpulan data dan pengolahan data, analisis data, kesimpulan dan saran.

### **BAB IV. PENGUMPULAN DATA**

Bab ini berisikan data penelitian secara data umum seperti jurnal dan data publikasi dari internet dan data khusus, seperti data profile perusahaan, data hasil kuesioner dan data profile responden.

### **BAB V. PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini berisikan pengolahan, analisis dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yang mampu menjawab tujuan dari penelitian Bab ini juga berisikan saran yang ditujukan kepada perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.

