

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran ternak domba telah menjadi salah satu industri yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan petani dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di Kabupaten Jember. Domba adalah salah satu hewan ternak yang paling umum dipelihara di Indonesia salah satunya di Kabupaten Jember, dengan potensi yang sangat besar dalam meningkatkan pendapatan petani. Berdasarkan data statistik populasi ternak tahun 2019 sampai 2023 populasi ternak domba terus mengalami peningkatan. Data pada tahun 2019 yaitu sebanyak 81.196, pada tahun 2020 sebanyak 83.029, pada tahun 2021 sebanyak 84.354, dan pada tahun 2022 sebanyak 86.145. Namun, industri pemasaran ternak domba di Kabupaten Jember masih menghadapi beberapa tantangan, seperti persaingan yang sangat ketat, biaya produksi yang tinggi, dan kualitas produk yang tidak terjamin.

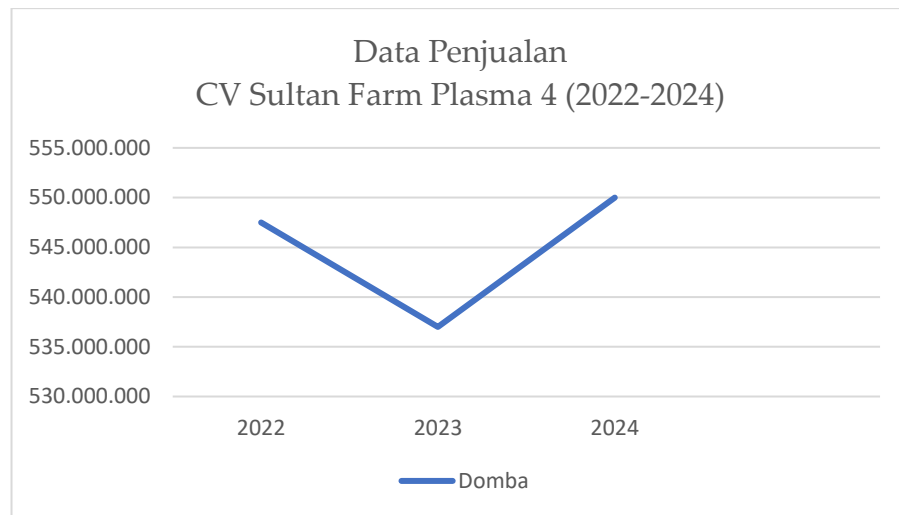
Meninjau dari jumlah peternak domba di wilayah Jember meningkat secara signifikan, dari sekitar 20 peternak pada tahun 2017 hingga menjadi lebih dari 200 peternak pada tahun 2024. Pada biaya produksi yang tinggi ini bisa mencapai hingga 75% dari total biaya produksi. Dalam formulasi untuk menaikkan bobot domba 1kg, diperlukan sekitar 7kg pakan, dengan biaya sekitar Rp. 20.000 /kg kenaikan berat. Sejauh ini masih banyak peternak tradisional yang belum menerapkan manajemen pemeliharaan yang baik, termasuk dalam hal pakan dan Kesehatan ternak hal ini menjadi akibat kualitas produk menjadi tidak terjamin. Rantai pasok yang Panjang dapat mempengaruhi kualitas domba yang sampai ke konsumen akhir.

CV Sultan Farm Plasma 4 berlokasi di Desa Tenggir Barat Kecamatan Jelbuk, Kabupaten Jember. CV Sultan Farm Jember merupakan pusat peternakan domba yang menyediakan domba dengan berbagai macam jenis domba yang diinginkan. Tak hanya itu CV Sultan Farm 4 juga menjual domba tersebut dengan harga yang sangat miring. CV Sultan Farm 4 memberikan solusi beternak modern tanpa bau, merawat dan bisa di pantau di mana saja melalui Handphone. CV Sultan

Farm Plasma 4 memiliki dua jenis persilangan domba, yaitu Batur X Dormas dan Texel X Dormas. Peternakan tersebut memiliki jadwal pemberian pakan yang teratur dan menggunakan konsentrat sebagai salah satu komponen pakan dan pemberian minum dilakukan secara terus-menerus. CV Sultan Farm Plasma 4 memiliki kebijakan sanitasi kandang yang rutin dilakukan pada pagi dan sore hari, dengan fokus pada kebersihan setelah pemberian pakan. CV Sultan Farm Plasma 4 menekankan pentingnya kesehatan ternak dan melakukan langkah-langkah preventif, seperti pemeriksaan rutin, untuk mencegah penyakit pada ternak. CV Sultan Farm Plasma 4 terlihat memiliki pendekatan yang komprehensif terhadap manajemen domba, melibatkan aspek-aspek seperti jenis domba, pemberian pakan, sanitasi kandang, dan perawatan kesehatan ternak. Peternakan tersebut sudah menerapkan sistem pemasaran konvensional yaitu dari mulut ke mulut dan sistem digital marketing. Namun, hal tersebut masih belum optimal sehingga sangat berpengaruh terhadap penjualan domba pada CV Sultan Farm Plasma 4. Terdapat data penjualan domba yang mengalami naik turun atau tidak stabil dari tahun 2022 hingga 2024.

Berdasarkan data penjualan CV Sultan Farm Plasma 4 selama tahun 2022-2024 mengalami naik turunnya penjualan. Hal ini diketahui dengan adanya data penjualan ternak domba 2022 sebesar Rp. 547.500.000, dan pada tahun 2023 sebesar Rp. 537.000.000, kemudian pada tahun 2024 menghasilkan omset sebesar Rp. 550.000.000. artinya penjualam produk domba mengalami naik turun penjualan, Hal ini dapat dijelaskan bahwa kondisi penjualan pada tahun 2022 mengalami peningkatan permintaan dikarenakan permintaan konsumen yang terus-menerus setiap pembelian domba. pada tahun 2023 penjualan domba mulai mengalami penurunan penjualan karena adanya pesaing sejenis yang menjual produk yang sama. Salah satu pesaing domba yang berada di kabupaten Jember adalah Gumukmas Multi Farm, dan beberapa farm yang setara seperti Raja Domba, Pondok Domba, Opank Farm, Siswanto Farm, Bagas Farm, dan berbagai pesaing Farm lainnya. Hal ini menyebabkan rendahnya keinginan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk, dengan adanya pesaing setiap tahun dan rendahnya konsumen dalam melakukan pembelian tidak mungkin penjualan selalu meningkat pasti akan mengalami yang

namanya penurunan penjualan. Data penjualan CV Sultan Farm Plasma 4 disajikan pada gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan CV Sultan Farm Plasma 4
Sumber : pemilik usaha CV Sultan Farm Plasma 4

Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran. sehingga perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. (Kotler and Amstrong, 2012:72)

Dalam upaya meningkatkan kualitas pemasaran ternak domba, maka perlu dirancang sebuah strategi pemasaran untuk mempertahankan eksistensi perusahaan untuk memperluas pangsa pasar (Andini dkk., 2021) dan tidak mengalami naik turunnya pendapatan ditengah era persaingan ketat saat ini. Menentukan strategi

pemasaran dengan mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman menggunakan analisis Matriks IE (Internal – Eksternal) dan Matriks SWOT (Strengt, Weaknes, Opportunities, Threats). Kemudian dilakukan pengambilan keputusan menggunakan analisis Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) untuk mendapatkan prioritas strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mengetahui alternatif strategi pada CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan pada latar belakang, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Strategi Pemasaran CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember?
2. Bagaimana identifikasi matriks BCG (*Boston Consulting Group*) yang dapat diterapkan pada CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember?
3. Bagaimana strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember?
4. Strategi prioritas apa yang tepat untuk digunakan CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman didalam CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember.
2. Mengidentifikasi matriks BCG (*Boston Consulting Group*) yang dapat diterapkan pada CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember.
3. Merumuskan strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember.
4. Menentukan strategi prioritas yang tepat untuk digunakan oleh CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan untuk digunakan sebagai evaluasi guna meningkatkan penjualan CV Sultan Farm Plasma 4 Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi serta sebagai tambahan literature kepustakaan dibidang penelitian mengenai strategi pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan dapat digunakan sebagai referensi untuk peneliti-peneliti selanjutnya tentang strategi pemasaran.