

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi era globalisasi sebuah perusahaan diharapkan mampu untuk bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis baik itu dari dalam maupun luar negeri, pada umumnya salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup, perkembangan posisi perusahaan dan laba adalah dengan kegiatan pemasaran. Karena keberhasilan kegiatan pemasaran sangat menentukan posisi pasar perusahaan. Artinya perusahaan tersebut dapat menjadi *top leader* diantara perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama dan merupakan keberhasilan dari pemasaran perusahaan itu sendiri. Pemasaran merupakan salah satu fungsi dalam perusahaan yang sering disebut sebagai ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan, walaupun pada dasarnya semua fungsi dalam perusahaan merupakan suatu sistem yang saling berhubungan, saling mempengaruhi, dan tidak dapat dipisahkan. Pentingnya pemasaran menyebabkan perusahaan berusaha untuk berhasil di bidang ini dengan melakukan berbagai langkah strategis dalam pemasaran yang sering disebut dengan strategi pemasaran. Di setiap perusahaan baik yang memproduksi barang atau jasa akan selalu dihadapkan pada berbagai permasalahan, yaitu mengenai strategi pemasaran apa yang efektif dalam memasarkan suatu barang atau jasa tersebut. Dengan adanya kebijakan penentuan strategi pemasaran maka perusahaan mempunyai suatu

pedoman baku dalam memasarkan produknya. Oleh karenanya strategi pemasaran bagi sebuah perusahaan adalah sangat penting.

Subsektor peternakan adalah salah satu sub sektor andalan dalam sistem dan usaha agrobisnis di Indonesia yang telah menerapkan strategi *demand driven* yang sebenarnya. Subsektor strategis yang menyerap jutaan lapangan kerja di pedesaan dan perkotaan tersebut tidak hanya menjalankan sistem produksi dengan *supply-oriented* yang sangat rentan terhadap turunnya harga akibat kelebihan penawaran, namun sejak awal perkembangannya tumbuh dan berkembang karena merespon permintaan anjloknya harga akibat kelebihan penawaran, namun sejak awal perkembangannya tumbuh dan berkembang karena merespon permintaan masyarakat akan daging dan telur (Kompas, 2005).

Situasi krisis global dewasa ini memaksa pihak manajemen perusahaan untuk semakin cepat tanggap akan perubahan lingkungan yang demikian cepat. Profesionalisme tampaknya kini semakin dibutuhkan. Pengendalian perusahaan tidak lagi dapat dilakukan hanya berdasarkan intuisi atau pengalaman saja, namun pengetahuan menjadi faktor penting lain yang perlu dipadukan. Maka dalam kondisi resesi seperti yang kita hadapi saat ini, tugas manajemen dalam mengendalikan perusahaan menjadi lebih berat lagi.

Persaingan semakin ketat, sekarang dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat yang dapat dijadikan senjata dalam perang persaingan antar pengusaha. Strategi pemasaran merupakan rencana yang

menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Ada program pemasaran (seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk) memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan.

Untuk itu perusahaan harus memiliki strategi-strategi baru untuk mengetahui segi positif dan segi negatif diperusahaan dengan menggunakan analisa SWOT untuk memformulasikan strategi marketing yang baru.

Analisis SWOT merupakan identifikasi akan faktor eksternal dan internal dan strategi yang mencerminkan bandingan antara keduanya. Hal ini didasarkan pada logika bahwa strategi yang efektif adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang bisnis, namun pada waktu yang bersamaan meminimumkan kelemahan dan ancaman yang ada.

Usaha ayam kampung super ini juga mengalami jatuh bangun. Usaha ayam kampung super ini didirikan pada tahun 2009 sampai sekarang masih memproduksi ayam kampung super. Untuk pemasaran ayam kampung super ini masih lokal atau masih lingkup Ponorogo tetapi jika pasar di Ponorogo sepi maka melakukan pemasaran keluar kota yaitu kota Solo Jawa Tengah. Usaha ayam kampung ini memiliki persaingan yang kuat selain di Desa Jambon, bisa disebut di Desa Ngunut Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo, dan di Desa Menggare Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo, dan masih banyak yang baru bermunculan.

Untuk memenangkan persaingan maka harus menyusun strategi yang tepat maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Ayam Kampung Super (Desa Jambon Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Melihat pesatnya persaingan pemasaran saat ini akan barang (produk) dan jasa, maka hal ini sangat membutuhkan suatu strategi bersaing yang tepat guna memasarkan barang (produk) yang diproduksi. Maka muncul berbagai permasalahan diantaranya :

- a. Strategi pemasaran apakah yang seharusnya dilakukan untuk meningkatkan penjualan ayam kampung super di Desa Jambon Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo ?
- b. Bagaimana strategi Pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan ayam kampung super di Desa Jambon Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian dapat ditetapkan sebagai berikut:

- a. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan usaha.

- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan sesuai kondisi usaha.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu :

- a. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan dan informasi bagi pimpinan usaha dalam menentukan kebijakan pemasaran yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang ditetapkan.

- b. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan memberikan informasi khususnya dalam bidang pemasaran, agar dapat dijadikan acuan atau bahan perbandingan bagi mahasiswa lain yang membuat tugas akhir di waktu yang akan datang dengan pokok permasalahan yang sama.