

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Beternak merupakan usaha yang dikembangkan untuk mendapat keuntungan. Selain diambil telurnya bebek juga merupakan unggas penghasil daging. Sekarang kebutuhan akan telur unggas dan daging bebek sangat meningkat dikarenakan minat masyarakat untuk mengkonsumsi telur bebek dan daging bebek yang mampu mencukupi kebutuhan protein hewani dalam tubuh manusia. Daging ayam ras dan daging bebek hampir sama lezatnya. Namun, meningkatnya minat konsumsi daging bebek disebabkan daging bebek yang lebih enak dan gurih (Anggorodi, 1995).

Tabel I. 1 Produksi Telur Bebek

Provinsi	2014	2015	2016	2017	2018
DKI Jakarta	155	181.3	161.84	-	-
Indonesia	303.051	278.535,41	292.035,28	337.783	332.402

*Sumber : BPS (2018)

Telur bebek adalah bahan makanan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Telur bebek mengandung energi sebesar 189 kilokalori, protein 13,1 gram, karbohidrat 0,8 gram, lemak 14,3 gram, kalsium 56 miligram, fosfor 175 miligram, dan zat besi 3 miligram. Selain itu, di dalam telur bebek juga terkandung vitamin A sebanyak 1230 IU, vitamin B1 0,18 miligram dan vitamin C 0 miligram. Hasil tersebut didapat dari melakukan penelitian terhadap 100 gram telur bebek, dengan jumlah yang dapat dimakan sebanyak 90 %. Untuk meningkatkan produksi telur, bebek dipelihara secara intensif dengan aturan yang sesuai sehingga bebek dapat berkembang dengan maksimal termasuk peletakan pangan bebek yang berada di kandang. Besarnya peluang dari peternak bebek yang banyak dijalani masyarakat dapat menjadi suatu sumber penghasilan. Sebagai langkah awal, peternak tidak diharuskan untuk memelihara banyak sekaligus.

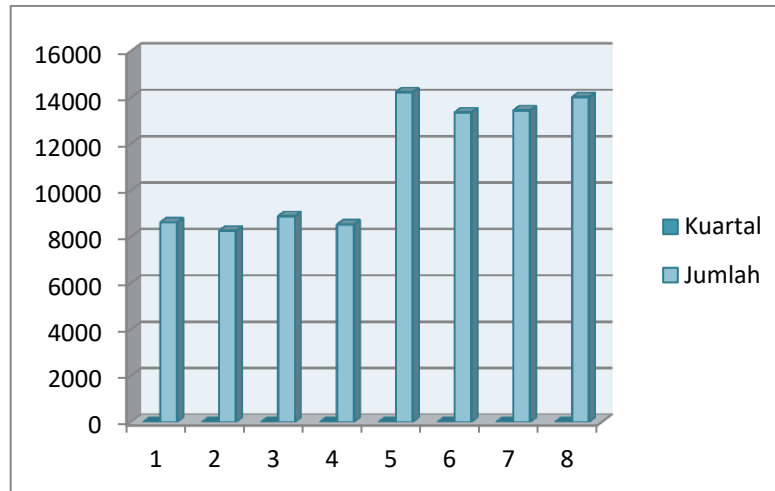
Tabel I. 2 Kandungan Gizi Telur Bebek

Telur (100 gram)	Energi (kkal)	Protein (gram)	Lemak (gram)	Karbohidrat (gram)	Natrium (mg)	Kalsium (mg)
Bebek Rebus	185	12,8	13,8	1,5	146	56
Bebek Asin	183	12,7	13,6	1,4	529	120

*Sumber : LAGIZI Health & Nutrition Service

Usaha telur bebek ini sudah dijalankan selama kurang lebih dua tahun yang terletak di daerah Cakung, Jakarta Timur. Awal didirikannya usaha ini yaitu hanya sebatas ingin memiliki beberapa bebek untuk di pelihara sendiri dan jumlahnya sendiri hanya sekitar 10 bebek namun pemilik dari usaha ini mengembangkan jumlah bebek secara bertahap yaitu menjadi sekitar 100 ekor bebek hingga sekarang jumlah bebek yang dimiliki sebanyak 250 ekor.

Perusahaan sudah memiliki beberapa konsumen tetap yang selalu membeli telur setiap harinya. Untuk jumlah telur yang diinginkan dari setiap konsumen tetap berkisar antara 25 butir sampai 200 butir. Untuk 25 butir biasanya dibeli oleh penjual susu jahe yang menggunakan telur bebek sebagai campurannya dan sisanya dibeli oleh penjualan martabak asin yang menggunakan telur bebek sebagai bahan utamanya dan biasanya konsumen ini meminta 3 hari sekali untuk dikirim.



Gambar I. 1 Grafik Penjualan

Gambar I.1 diatas menjelaskan bahwa terdapat ketidakstabilan penjualan setiap tiga bulan atau disebut dengan kuartal. Selama dua tahun penjualan terdapat 8 kuartal yang menjelaskan jumlah produk yang terjual untuk setiap kuartalnya. Pada tahun pertama penjualan masih sedikit namun seiring bertambahnya waktu penjualan meningkat hingga kuartal ke 8. Pada kuartal pertama jumlah penjualan produk sebanyak 8.610 butir, kuartal kedua sebanyak 8.250 butir, kemudian kuartal ketiga sebanyak 8.880 butir, kuartal keempat 8.520 butir.

Masalah yang ada pada usaha telur bebek ini yaitu masih terjadinya ketidakstabilan penjualan setiap harinya dan kurangnya proses pemasaran terpadu yang diterapkan. Hal ini akan menjadi kendala ketika terjadi penumpukan *stock* karena bebek akan memproduksi telur setiap harinya, sehingga perusahaan akan mendapatkan masalah risiko penumpukan telur. Hal ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kerugian atau bahkan kebangkrutan yang akan dialami perusahaan jika masalah tidak diselesaikan.

Kegiatan memasarkan telur bebek bukan menjadi hal mudah perusahaan untuk memaksimalkan proses pemasarannya oleh karena itu perusahaan harus memikirkan plan yang ingin dijalankan pada proses pemasarannya. Sehingga, untuk mengatasi beberapa masalah pemasaran harus mengetahui faktor-faktor yang terlibat dan saling mempengaruhi. Untuk mempertimbangkan atau menghitung

faktor yang terlibat dan saling mempengaruhi, metode *Analytical Network Process* (ANP) dianggap bisa membantu menyelesaikan masalah yang ada.

Pada penelitian ini, metode *Analytical Network Process* (ANP) dapat digunakan untuk mengetahui bobot kepentingan dari faktor yang saling mempengaruhi. Strategi pemasaran sangat berperan penting terhadap kesuksesan suatu usaha, sehingga penelitian ini sangat berguna untuk membantu dalam pemilihan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat menyelesaikan masalah yang ada pada pemasaran telur bebek cakung ini.

I.2 Perumusan Masalah

Dari beberapa masalah yang sudah diuraikan atas, maka perumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi pada pemasaran telur bebek cakung?
2. Faktor apa yang harus diprioritaskan dalam pemasaran telur bebek cakung berdasarkan hasil metode ANP?
3. Apa saja strategi yang tepat untuk meningkatkan pemasaran telur bebek cakung?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian yang dapat diambil yaitu :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam strategi pemasaran telur bebek cakung.
2. Memperoleh faktor prioritas dari penerapan strategi pemasaran telur bebek cakung.
3. Menentukan strategi pemasaran yang tepat pada ukm telur bebek cakung.

I.4 Batasan Masalah

Dalam pelaksanaannya, penulis merumuskan batasan masalah dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Telur bebek cakung berfokus pada masalah pemasaran.
2. Penelitian terkait dengan persaingan pasar.

I.5 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kegunaan bagi para pembacanya. Manfaat penelitian ini diantaranya:

1. Bidang Akademis
 - a. Memberikan referensi dan informasi pada masyarakat yang bekerja atau memiliki usaha di bidang telur bebek.
 - b. Memberikan referensi pada masyarakat yang memiliki usaha di bidang telur bebek dengan metode *Analytical Network Process* (ANP) untuk meningkatkan strategi pemasaran bagi penelitian terkait.
 - c. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah referensi dan informasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Bidang Usaha
 - a. Memberikan suatu referensi untuk mempertimbangkan keputusan untuk menentukan strategi pemasaran bagi para pengusaha telur bebek.
 - b. Memberikan referensi dan informasi untuk meningkatkan strategi pemasaran yang maksimal dengan metode *Analytical Network Process* (ANP)

I.6 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun penelitian ini, uraian sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang relevan yang berhubungan dengan penelitian. Landasan teori tersebut digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini.

BAB V ANALISIS

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini.