

# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Potensi agribisnis khususnya di subsektor peternakan dinilai memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Kebutuhan akan pangan berupa daging, telur dan susu sebagai sumber protein menjadi landasan untuk mengembangkan subsektor ini. Di Indonesia terdapat berbagai macam jenis peternakan yang terdiri dari peternakan ruminansia dan unggas. Sektor peternakan unggas dalam hal ini sangat populer yaitu peternakan ayam ras. Ayam ras terdiri dari ayam ras pedaging dan ayam ras petelur. Ayam ras petelur adalah ayam yang dipelihara untuk menghasilkan produk utama yaitu telur dan produk sampingan yaitu ayam afkir dan kotoran. Salah satu wilayah yang memiliki peternakan ayam ras petelur adalah Kabupaten Cianjur. Berikut adalah data populasi ayam ras petelur di Kabupaten Cianjur tahun 2017 – 2018 pada Tabel 1.

Tabel 1 Data populasi ayam ras petelur Kabupaten Cianjur tahun 2017 - 2018

Tahun	Jumlah (ekor)	Persentase (%)
2017	1.634.267	-
2018	1.810.019	10,75

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Cianjur (2020)

Berdasarkan data pada Tabel 1, total populasi ayam ras petelur di Kabupaten Cianjur tahun 2017 – 2018 mengalami kenaikan populasi ayam ras petelur pada tahun 2018 sebanyak 175.752 ekor, yang berarti akan berpengaruh kepada produksi telur ayam ras pada Kabupaten Cianjur. Berikut adalah data produksi telur ayam ras di Kabupaten Cianjur tahun 2017 – 2018 pada Tabel 2.

Tabel 2 Data produksi telur ayam ras Kabupaten Cianjur tahun 2017 – 2018

Tahun	Jumlah (kg)	Persentase (%)
2017	15.021.544	-
2018	16.636.988	10,75

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Cianjur (diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 2, menunjukkan bahwa dengan kenaikan populasi ayam ras petelur pada tahun 2018 maka akan berpengaruh terhadap total produksi telur ayam ras dari tahun 2017 – 2018.

Perencanaan pemasaran sangat penting dalam sebuah bisnis peternakan ayam ras petelur. Kegiatan operasional yang lancar dan hasil produksi yang tinggi tidak akan menghasilkan keuntungan secara maksimal apabila perencanaan pemasaran tidak dilakukan dengan baik. Perencanaan pemasaran meliputi segala aspek yang berhubungan dengan tata cara agar produk dapat sampai ke tangan konsumen yang meliputi strategi pemasaran, bauran pemasaran, analisis pesaing, analisis saluran distribusi dan analisis peluang pasar. Permasalahan dalam pemasaran sering kali terjadi, hal ini merupakan penghambat bagi perkembangan



perusahaan. Faktor-faktor yang menjadi penyebabnya antara lain kebijakan perusahaan yang kurang menguntungkan dan strategi pemasaran tidak maksimal.

PT Berkas Selalu Mengalir (PT BSM) merupakan salah satu peternakan ayam ras petelur yang berpusat di Desa Gunungsari, Kecamatan Ciranjang, Kabupaten Cianjur. Perusahaan berfokus pada budidaya ayam ras petelur mulai dari pemeliharaan DOC hingga menjadi ayam periode *layer* dengan jumlah produksi telur selama tahun 2018 sebanyak 1.896.014 kg, sehingga *market share* di Kabupaten Cianjur yang dimiliki perusahaan sebesar 11,34%. Hasil produksi rata-rata PT BSM mencapai 4,5 ton telur setiap harinya. Produk utama yang dihasilkan oleh PT BSM adalah telur ayam utuh yang dikemas dalam peti kayu. Telur hanya melalui proses sortasi sederhana yakni dengan memisahkan telur yang retak dan yang utuh serta tidak adanya *grading* telur. PT BSM dalam melakukan kegiatan promosi menggunakan via telepon atau disebut promosi secara langsung. Saat melakukan promosi sering kali ditemukan kegiatan tawar-menawar, melihat hal tersebut terdapat resiko jika dalam satu hari harga telur di pasar sedang naik dan terjadi tawar-menawar harga antara agen ke peternak. Jika tidak ada *win win solution* maka akan berdampak pada penumpukan telur di peternak dan alur distribusi yang tidak tetap. Solusi dalam permasalahan ini adalah dengan menganalisis aspek pasar dan pemasaran pada PT BSM, memperbaiki sistem pengemasan dan melakukan perluasan pasar melalui *digital marketing* dengan menggunakan sistem *website* agar perusahaan mendapatkan keuntungan dan manfaat karena dapat meminimumkan adanya resiko penekanan harga dan alur distribusi yang tidak tetap.

Perluasan pasar dan penambahan nilai produk penting dilakukan karena kunci keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya terletak pada peningkatan produksi. Perluasan pasar dapat dilakukan dengan cara *digital marketing* yaitu membuat *website*, perusahaan dapat menetapkan harga dengan mengikuti *update* PINSAR. Perluasan pasar dengan membuat *website* juga dapat memperkenalkan dan mempromosikan tentang perusahaan ke masyarakat luas. Penjualan dilakukan dengan minimal *order* dengan ketentuan khusus dan mengelompokkan agen lama dengan agen baru agar permintaan setiap agen dapat terpenuhi.

Kajian pengembangan bisnis perluasan pasar telur ayam ras melalui *digital marketing* dapat menjadi solusi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya dan menjadi bahan evaluasi untuk merumuskan strategi baru dalam bersaing dengan perusahaan sejenis.

## 1.2 Tujuan

Tujuan penyusunan Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis perbaikan sistem pengemasan dan perluasan pasar telur ayam melalui *website* berdasarkan hasil analisis SWOT pada PT BSM.
2. Menyusun Kajian Perencanaan Pengembangan Bisnis perbaikan sistem pengemasan dan perluasan pasar telur ayam melalui *website* meliputi aspek non finansial dan aspek finansial.