

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi kini yang berkembang semakin pesat yakni ditandai dengan pendatang baru dalam beragam jenis usaha. Dunia bisnis saat ini yang berkembang semakin cepat didasari oleh minat konsumen yang akan terus berubah menyebabkan peningkatan pada pesaing bisnis dan terjadinya persaingan merebutkan pangsa pasar dan konsumen terutama pada usaha sejenis. Kondisi seperti ini produsen memperoleh tekanan bisnis yang kuat untuk tetap bertahan dan mengembangkan bisnisnya dengan tujuan memperoleh keuntungan. Namun, pada sisi konsumen akan memperoleh keuntungan karena kebutuhan terhadap barang dapat terpenuhi. Salah satu jenis usaha adalah Peternakan Bebek Petelur.

Menurut Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan tahun 2018 Sektor Peternakan memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional sebesar 231,71 Triliun . Sedangkan Menurut Badan Pusat Statistik pada Tahun 2019 usaha pada Sektor Peternakan mengalami peningkatan menjadi 257,01 Triliun. Telur merupakan makanan ideal yang padat gizi, enak rasanya, harganya relatif murah dibandingkan dengan sumber protein hewani lainnya dan mudah didapatkan. Telur yang dikonsumsi masyarakat Indonesia umumnya berasal dari unggas yang di ternakkan. karena memiliki komposisi zat gizi yang lengkap.

Produksi telur yang tinggi dengan banyaknya permintaan cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan harga relatif murah, mudah di ditemukan dan rasa yang enak, telur dapat diolah menjadi berbagai macam makanan sehingga telur banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Pada umumnya

telur yang diproduksi oleh peternak unggas di Indonesia adalah telur ayam dan telur itik. Berikut merupakan tabel produksi telur di Indonesia:

Tabel 1.1. Produksi Telur di Indonesia Tahun 2015-2019

Produksi	2015	2016	2017	2018	2019
Telur Ayam Layer (Ton)	1372829.00	1485687.93	4632834.10	4688120.66	4753382.00
Telur Ayam Buras (Ton)	190738.86	196703.11	221000.27	212341.84	220244.03
Telur Itik (Ton)	278535.41	292035.28	337783.23	338507.58	352939.13

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1. Pertumbuhan Produksi Telur Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir yakni tahun 2015 hingga 2019 terus mengalami kenaikan. Produksi telur tertinggi adalah telur ayam layer kemudian diikuti oleh telur itik dan produksi terendah adalah telur ayam buras. Telur itik yang berada diposisi tengah dapat menjadi sebagai barang substitusi (pengganti). Masyarakat umumnya cenderung memilih konsumsi telur ayam yang memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan telur itik.

Jawa Timur merupakan daerah yang juga memiliki produksi telur itik yang berlimpah. Menurut hasil Pengembangan Peternakan Itik di Jawa Timur, itik adalah salah satu aset nasional yang bisa diandalkan sebagai sumber gizi dan pendapatan masyarakat. Beberapa daerah di Jawa Timur memiliki potensi peternakan itik yaitu Mojokerto, Lamongan dan Sidoarjo (Permatasari, 2021). Berikut jumlah produksi telur di Sidoarjo.

Tabel 1.2. Data Produksi Telur di Sidoarjo Tahun 2018

Jenisnya	Telur (kg)
Ayam Buras	223.249
Ayam Ras Petelur	475.949
Itik	1.922.765

Sumber: Dinas Pangan dan Pertanian Sidoarjo, 2018

Tahun 2018 produksi telur tertinggi di Sidoarjo berdasarkan pada tabel 1.2. adalah telur itik dengan jumlah 1.922.765 kg. Jumlah persediaan telur yang melimpah menyebabkan adanya permasalahan dalam pemasaran yaitu karakteristik produk yang merupakan bahan pangan yang mudah rusak, mudah busuk, dan daya simpan yang rendah sehingga proses pengawetan merupakan salah satu cara untuk mengatasinya. Pengasinan telur adalah salah satu upaya untuk mengawetkan telur dengan memperpanjang masa simpan, membuang bau amis terutama pada telur bebek dan menciptakan rasa yang khas. Terdapat berbagai macam metode pengasinan telur, Namun yang sering dijumpai menggunakan metode pengasinan secara tradisional yaitu pengasinan menggunakan adonan garam. Metode pengasinannya yaitu garam yang dicampur dengan komponen-komponen lainnya seperti abu gosok, batu bata merah, kapur, tanah liat dan sebagainya (Sahria, 2017). Konsumen telur asin memiliki selera dan preferensi tersendiri. Sebelum memutuskan untuk membeli produk konsumen terlebih dahulu memperhatikan dan mempertimbangkan ciri-ciri fisik atau atribut. Hal ini menuntut Industri pengolahan telur asin untuk memenuhi atribut-atribut yang diinginkan oleh konsumen, atribut telur asin membantu produsen telur asin dalam menentukan strategi pemasaran.

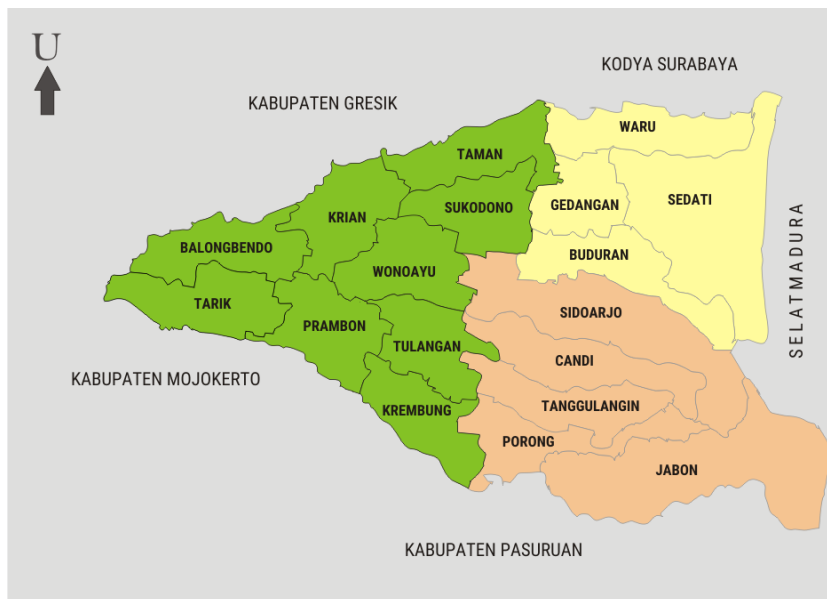
Kecamatan Candi merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Sidoarjo dengan produksi telur itik yang cukup tinggi (Permatasari, 2021). Keunggulan daerah ini yaitu memiliki lokasi yang dekat dengan pabrik pengolahan ikan dan udang sehingga menghasilkan limbah pakan alami yang memberikan dampak baik pada kualitas telur. Sejak munculnya infeksi coronavirus novel 2019 (Covid 19) di Wuhan, China pada bulan Desember menyebar dengan cepat keseluruh tiongkok dan negara lainnya. World Health Organization (WHO) mengumumkan bahwa 30 Januari 2020 menetapkan sebagai Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Dunia/ Public Healt Emergency of International

Concern (KKMMD/ PHEIC). Kedaruratan kesehatan masyarakat ini diakibatkan adanya Corona Viruz Disease atau yang dikenal dengan sebutan Covid 19. Awal Maret 2020 wabah Covid memasuki Indonesia dan meluas keseluruh pelosok negeri. Virus ini dapat menginfeksi siapapun tanpa pandang usia dan dapat menular dengan mudah melalui kontak dengan penderita.

Peningkatan jumlah kasus corona semakin meningkat, mengingat bahaya akan virus tersebut yang membutuhkan penanganan pemerintah membuat kebijakan penanganan covid 19 dengan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Melalui Peraturan Menteri Kesehatan No. 9 Tahun 2020 tentang Pedoman PSBB dalam rangka Percepatan Penanganan Covid-19 yang ditetapkan pada 3 April 2020 memperoleh hasil Kebijakan antara lain: 1) Peliburan sekolah dan tempat kerja; 2) Pembatasan kegiatan keagamaan; 3) Pembatasan kegiatan di tempat/ fasilitas umum; 4) Pembatasan kegiatan sosial budaya; 5) Pembatasan moda transportasi; dan 6) Pembatasan kegiatan lainnya terkait aspek pertahanan dan keamanan.

Upaya pemerintah dalam mengantisipasi perkembangan virus corona saat ini cukup membuat khawatir masyarakat. Bukan hanya itu kebijakan pemerintah daerah dengan memberlakukan lockdown untuk beberapa wilayah. Kebijakan tersebut merupakan bagian dari peraturan perundang-undangan yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan (Yunus & Rezki, 2020). Tingkat penyebaran Covid-19 berpotensi berdampak secara langsung terhadap ekonomi termasuk juga usaha mikro kecil dan menengah. Hal ini disebabkan oleh kebijakan pemerintah yang membatasi jam operasional toko dan jumlah pengunjung agar tidak terjadi kerumunan. Pandemi ini menyebabkan adanya perubahan pola pembelian konsumen, meskipun sudah banyak yang melakukan pembelian secara online, namun

beberapa konsumen tetap melakukan pembelian secara offline dengan mengunjungi toko atau pusat pembelanjaan (Sobron et al., 2020).



Gambar 1.1. Peta Kabupaten Sidoarjo

Kecamatan Candi merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Sidoarjo dengan produksi telur itik yang cukup tinggi (Permatasari, 2021). Keunggulan daerah ini yaitu memiliki lokasi yang dekat dengan pabrik pengolahan ikan dan udang sehingga menghasilkan limbah pakan alami yang memberikan dampak baik pada kualitas telur. Salah Desa Kebonsari merupakan Desa yang terletak di Kecamatan Candi Sidoarjo, masyarakat menyebutnya sebagai “Kampung Bebek dan Telur Asin” yang telah di resmikan oleh presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2012. Desa kebonsari mendapat julukan tersebut karena sebagian warganya bermata pencaharian sebagai peternak itik serta salah satu hasil produk unggulan Sidoarjo. Kelompok peternak itik dan pengerajin telur asin diketuai oleh Nur Hidayat. Peternak bebek di Kampung Bebek dan Telur Asin ini menggunakan pakan limbah tambak Sidoarjo seperti kupang dan Kepala Udang yang menjadikan rasa telur asin ini khas sehingga harga yang ditawarkan juga lebih mahal. Kemudian, telur asin tersebut dikembangkan oleh peternak dengan mengeluarkan berbagai varian rasa diantaranya rasa ikan (salmon, kepiting,

barbeque) dan telur asin herbal (rasa ginseng, akar alang-alang, daun jambu batu, daun salam) sehingga mampu meningkatkan nilai ekonomis. Inovasi telur asin ini masih belum banyak ditemukan pada pengerajin lainnya khususnya di Sidoarjo Sehingga kelompok peternak ini memiliki peluang yang besar.

Masa pandemi sekarang ini menyebabkan terhambatnya beberapa aktivitas bisnis. Dampak akibat pandemi covid-19 pada usaha telur asin di kampung bebek ini adalah pengiriman produk diberbagai pulau maupun luar negeri menjadi terhambat. Selama ini telur asin dipasarkan secara offline dengan membuka gerai atau toko disekitar peternakan dan pemasok telur asin di pusat pembelanjaan besar seperti Transmart dan Superindo. Selain itu, secara online yakni melalui sosial media seperti Shopee dan Whatsapp. Pandemi covid-19 yang masih belum reda menyebabkan adanya penurunan jumlah pengunjung pada pasar modern sehingga ikut berpengaruh pada penjualan produk telur asin, telur asin yang tidak terjual akan dikembalikan kepada produsen karna produk memiliki masa simpan yang tidak lama.

Sebelum adanya pandemi Covid 19 hasil penjualan telur asin juga berasal dari kunjungan wisatawan yang datang ke Desa Kebonsari, tetapi akibat pandemi covid-19 yang membatasi kegiatan masyarakat agar tidak menimbulkan kerumunan menyebabkan berkurangnya jumlah penjualan mengingat hingga sampai saat ini kondisi pandemi masih belum berakhir. Oleh karena itu, perlu adanya strategi pemasaran yang tepat agar usaha telur asin agar tetap bertahan dan berkembang mengikuti situasi saat ini.

Berdasarkan latar belakang diatas maka, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PREFERENSI KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN TELUR ASIN PADA MASA PANDEMI COVID 19.”**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik usaha Telur Asin Desa Kebonsari Sidoarjo?
2. Bagaimana preferensi konsumen produk Telur Asin Desa Kebonsari Sidoarjo?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat produk Telur Asin Desa Kebonsari Sidoarjo pada Masa Pandemi Covid-19?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi karakteristik usaha telur asin Desa Kebonsari Sidoarjo.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap produk telur asin Desa Kebonsari Sidoarjo.
3. Menganalisis strategi pemasaran yang tepat produk telur asin Desa Kebonsari Sidoarjo pada Masa Pandemi Covid-19.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di samping memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang pemasaran berdasarkan teori yang didapatkan selama perkuliahan.
2. Bagi pengusaha, diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan referensi di dalam mengembangkan inovasi produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen serta mampu bertahan dimasa pandemi covid-19 maupun setelah masa pandemi.
3. Bagi Perguruan Tinggi, diharapkan dapat menjadi literatur bagi mahasiswa untuk mendukung kegiatan pembelajaran dan dalam mengembangkan kegiatan penelitian di masa yang akan datang.