

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di era persaingan saat ini setiap perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil selalu berupaya agar usahanya dapat berlangsung dalam jangka waktu yang lama bahkan tetap survival terlebih di tengah pandemic covid-19. Kelangsungan perusahaan dapat dicapai melalui salah satunya pemanfaatan peluang yang ada. Ketatnya persaingan dalam dunia usaha membuat owner dan manajer berfikir bagaimana cara agar tetap bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen baik berupa produk atau jasa. Dengan demikian maka diperlukan adanya strategi yang tepat. Strategi merupakan aspek yang penting bagi perusahaan yang mana strategi adalah sebuah cara atau taktik yang dirancang oleh perusahaan yang dinilai efektif guna tercapainya tujuan perusahaan yang diinginkan.

Setiap perusahaan berusaha untuk mempertahankan perusahaan dan membutuhkan pengelolaan usaha yang baik sangat menentukan tercapainya tujuan perusahaan. Dibutuhkannya strategi keunggulan bersaing untuk mengatasi persaingan yang ada terutama pada perusahaan yang bergerak dibidang yang sama. Keunggulan bersaing adalah suatu keuntungan yang diperoleh lebih dari pesaing dengan menawarkan pelanggan nilai yang lebih besar, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan memberikan manfaat tambahan dan layanan pada harga yang lebih tinggi (Richad Vernando 2020)

Serangkaian kegiatan manajemen berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasi dan pengendalian. Seperti yang kita ketahui bahwa kebutuhan manusia yang sangat tidak terbatas, apabila kebutuhan sudah dipenuhi muncul lagi kebutuhan lain. Hal ini juga berkaitan dengan keinginan manusia akan produk dan jasa akan terus meningkat seiring dengan perkembangan zaman.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara, Peran penting tersebut mendorong negara berkembang untuk terus mengupayakan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Salah satu jenis usaha yang menjanjikan dengan potensi keuntungan lumayan besar adalah bisnis peternakan. Peternakan sapi perah merupakan salah satu dibidang peternakan yang memiliki peran strategis dalam memenuhi pangan yang terus meningkat, peningkatan pendapatan penduduk dan peningkatan perekonomian nasional. Pengembangan sapi perah telah mendorong terciptanya peternakan berkelanjutan, penyediaan protein hewani bagi masyarakat, penyediaan bahan baku industry dan penambahan lapangan kerja. Direktorat jendral peternakan (2010) mengatakan permintaan susu nasional 80% masih diimpor diluar negeri. Hal ini memberikan peluang bagi peternak untuk meningkatkan populasi dan produktivitas sapi perah dalam negeri serta mengurangi ketergantungan impor.

Peternakan sapi perah rakyat menjadi usaha yang mampu membangkitkan perekonomian masyarakat. Usaha peternakan sapi perah bila diklasifikasikan berdasarkan skala usaha terdiri atas perusahaan peternakan sapi perah dan peternakan sapi perah rakyat. Kementerian Pertanian menyatakan perlunya meningkatkan

konsumsi susu nasional sebagai asupan bergizi untuk memperkuat daya tahan tubuh di tengah pandemi COVID-19, dimana berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tingkat konsumsi susu masyarakat Indonesia tahun 2019 masih berkisar 16,23 kg per kapita per tahun.

**Jumlah Ternak Besar Menurut Jenisnya  
per Kecamatan 2018**

Kecamatan	Sapi Perah	Sapi	Kerbau	Kuda
01. Sidoarjo	2	173	-	6
02. Buduran	50	596	8	1
03. Candi	141	331	10	13
04. Porong	260	452	18	2
05. Krembung	46	197	41	14
06. Tulangan	29	664	11	7
07. Tanggulangin	10	420	59	6
08. Jabon	4	826	175	15
09. Krian	1 845	1 477	33	1.00
10. Balongbendo	293	2 405	38	8.00
11. Wonoayu	56	1 750	65	8
12. Tarik	99	806	110	5.00
13. Prambon	1 204	564	1	4
14. Taman	120	325	3.00	2
15. Waru	9	99	1.00	5
16. Gedangan	179	423	14	9
17. Sedati	139	162	1.00	5
18. Sukodono	12	671	17	8

**Gambar 1.1 data pusat statistik kabupaten Sidoarjo  
Jumlah Ternak Besar Menurut Jenisnya per Kecamatan tahun 2018**

<b>Nama peternakan</b>	<b>Alamat</b>
Peternakan sapi perah Chaqiqi	Jl. Sawunggaling Timur No.14 Sambikerep, Jemundo,Kec. Taman Kab. Sidoarjo 61257
Peternakan Sapi perah Suryadi	Desa plaosan,kec. Wonoayu,Sidoarjo
Peternakan sapi perah “Drajat Farm”	Jl. Karangnongko,karangpuri RT 02 RW 04 Kec. Wonoayu,Kab. Sidoarjo 61261
Peternakan sapi perah “Sumber waras dairy farm”	Jl. Pattimura IV No.5 Menyanggong, kletek kec.Taman,Kab.Sidoarjo
Peternakan susu sapi pak ridwan	Perumahan pondok jati blok BW 03 Jati,Kec. Sidoarjo Kab. Sidoarjo 61212
Kampoeng ternak STMJ	Jl.Ngelom megare RT 02 RW 01 Kec.Taman Kab. Sidoarjo Jawa Timur 61257

**Tabel 1.1 Data peternakan susu sapi perah di Sidoarjo**

**Sumber : Marketshare**

Saat ini ditengah pandemi COVID-19 asupan makanan dan minuman bergizi tinggi sangat diperlukan untuk memperkuat daya tahan tubuh salah satunya melalui

konsumsi susu, mengingat banyaknya manfaat yang diperoleh diantaranya untuk pertumbuhan yaitu regenerasi sel, penguatan tulang dan gigi, menyokong pertumbuhan fisik, meningkatkan kecerdasan dan juga dapat meningkatkan imunitas tubuh sehingga meminimalisir potensi terinfeksi agen penyakit. Berdasarkan pernyataan diatas menjadi sumber permintaan yang semakin meningkat terhadap produksi susu sapi untuk memenuhi kebutuhan dan konsumsi masyarakat. Berikut ini merupakan data pendapatan UD.Baqoroh Joyo kel.Cemengkalang Kec.Sidoarjo Kab.Sidoarjo selama 8 bulan terakhir yakni bulan januari-agustus 2021

**Tabel 1.2 data penjualan susu sapi UD.Baqoroh Joyo Sidoarjo  
Periode Januari-Agustus 2021**

NO	BULAN	LITER	PENJUALAN
1	Januari	5.100 Liter	Rp. 51.000.000
2.	Februari	7.050 Liter	Rp. 70.500.000
3.	Maret	8.700 Liter	Rp. 87.000.000
4.	April	8.700 Liter	Rp. 87.000.000
5.	Mei	9.300 Liter	Rp. 93.000.000
6.	Juni	11.250 Liter	Rp. 112.500.000
7.	Juli	12.000 Liter	Rp. 120.000.000
8.	Agustus	10.500 Liter	Rp. 105.000.000

Berdasarkan table 1.2 diatas memberitahukan data penjualan peternakan susu sapi UD.Baqoroh joyo, Sidoarjo mengalami peningkatan yang cukup baik dan dapat bertahan dimasa pandemi. Pada bulan januari peternakan UD. Baqoroh Joyo mampu

menghasilkan 200 Liter tiap harinya, proses pemerahan susu sapi terjadi disetiap harinya jika diakumulasikan dalam 1 bulan (30 hari) maka pada bulan Januari mampu menghasilkan 5.100 Liter. Dijual harga perliternya Rp. 10.000 untuk susu sapi mentah sehingga pada bulan Januari 2021 UD.Baqoroh Joyo mendapatkan pendapatan penjualan sebesar Rp. 51.000.000, dan terus terjadi peningkatan yang signifikan hingga puncaknya pada bulan Juli 2021 dan mendapatkan omset penjualan sebanyak Rp.120.000.000 dengan penjualan 12.000 Liter . Hal tersebut dilatar belakangi oleh terjadinya fenomena panic buying susu pateurisasi bear brand saat pandemic covid-19. Karena adanya peningkatan kebutuhan masyarakat Indonesia di tengah pandemi COVID-19 sedangkan di pasaran susu tersebut habis dan tidak mudah ditemukan, jikalau ada harganya melonjak dari harga biasanya. Kelangkaan tersebut membuat masyarakat di Sidoarjo lebih memilih untuk membeli susu sapi murni di UD.Baqoroh Joyo karena harga lebih murah, namun pada bulan Agustus 2021 mengalami penurunan, hal ini dikarenakan adanya edukasi dari media online dan dokter lainnya yang mengatakan bahwa semua susu mempunyai kandungan dan manfaat yang sama dalam memperkuat daya tahan tubuh dan bagi kesehatan. Sehingga masyarakat kembali mengonsumsi susu yang siap minum seperti di supermarket-supermarket.

Untuk mengetahui strategi keunggulan bersaing yang paling tepat adalah menggunakan metode yang merumuskan suatu strategi pengembangan usaha yakni analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengetahui kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunity) dan Ancaman

(Threats) pada objek penelitian. Dan hasil dari analisis SWOT dapat dirumuskan suatu strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja pemasaran yang tepat sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan.

Berdasarkan kajian secara empiris dan secara teoritis maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Strategi Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Dimasa Pandemi Covid-19”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

- 1) Bagaimana strategi keunggulan bersaing yang diterapkan UD.Baqoroh Joyo dalam meningkatkan kinerja pemasaran dimasa pandemi covid-19 ?
- 2) Bagaimana kinerja pemasaran berdasarkan penerapan strategi UD.Baqoroh Joyo selama pandemi covid-19 ?

### **1.3 Tujuan penelitian**

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja pemasaran yang diterapkan oleh UD.Baqoroh Joyo dimasa pandemi covid-19
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis kinerja pemasaran selama pandemic covid-19

## **1.4 Manfaat penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca dan mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan topik strategi bisnis dengan menggunakan analisis SWOT. Dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

### **1.4.2 Secara praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan tinjauan kembali, pertimbangan atau kebijakan dan evaluasi pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Peternakan UD.Baqoroh Joyo dalam mengambil kebijakan dan pemecahan masalah mengenai strategi keunggulan bersaing yang digunakan oleh UD.Baqoroh Joyo. Juga sebagai masukan/pertimbangan dalam upaya peningkatan kinerja serta dapat menjadi referensi dalam pengambilan keputusan bisnis.