

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### A. Konteks Penelitian

*Home industry* Sador Feed Tulungagung merupakan usaha yang bergerak di bidang konsentrat pakan ternak, beralamat di Dusun Blimbing, Desa Ngranti, Kec. Boyolangu, Kab. Tulungagung. Konsentrat ternak merupakan suatu bahan pakan yang memiliki kandungan energi dan protein tinggi. Bahan bakunya terdiri dari jagung, kedelai, dedak, kopra, kacang hijau dan lainnya yang memiliki nutrisi dan protein tinggi.

Usaha ini berdiri pada tahun 2019, yang hitungannya masih tergolong usaha baru. Berawal dari eksperimen pribadi untuk pakan ternaknya. Percobaan dilakukan sebelum tahun 2019 sampai akhirnya tahun 2019 siap untuk memasarkan produk. Melihat dari hasil ternak yang baik, banyak tetangga yang melirik pakan racikan ini kemudian menyarankan untuk memproduksi lebih banyak dan memasarkannya. Saat ini Sador Feed sudah memiliki beberapa macam produk konsentrat yaitu pakan super, pakan kering (A), pakan kering (B), pakan fermentasi (A), pakan fermentasi (B). Pembuatan konsentrat ini juga harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan ternak. Konsentrat bagi ternak bermanfaat untuk meningkatkan mutu gizi pakan sehingga mempercepat pertumbuhan dan perkembangan ternak.

Penjualan produk ini dilakukan secara online dan offline, penjualan offline dilakukan untuk peternak masyarakat sekitar, sedangkan penjualan

online dilakukan di media sosial facebook dan whatsapp. Saat ini pemasaran sudah sampai ke luar kota (Kediri, Blitar, Trenggalek, Jombang), hal ini dikarenakan owner yang melakukan promosi di media sosial, serta adanya WOM (*Word Of Mouth*).

Perkembangan bisnis ini cukup baik dan memiliki peluang yang besar, jika perkembangan peternak sapi atau kambing di Indonesia semakin meningkat, maka permintaan pakan sapi harus tetap tersedia sepanjang tahun. Produksi pakan ternak per hari mencapai 3 ton pakan hingga lebih, produksi pakan juga memperhatikan kondisi pasar ternak. Penjualan pakan bisa meningkat ketika pada hari raya besar, karena kebutuhan akan protein ternak meningkat. Sebaliknya penjualan bisa menurun ketika terjadi wabah atau penyakit ternak seperti wabah PMK. Hal ini menjadikan bisnis ini terkendala karena tidak adanya peternak yang membeli. Pada saat ini, setelah wabah PMK berakhir penjualan mulai stabil dan terus meningkat.

Selain itu namanya bisnis pasti memiliki pesaing, banyak pesaing mulai dari pabrik, agen yang sama di sekitar tempat usaha. Hal ini akan menjadikan sebuah tantangan bagi pelaku bisnis. Mereka harus mampu mempertahankan dan mengembangkan produknya demi kelangsungan suatu bisnis. Pelaku bisnis harus mengetahui dan menguasai kondisi pasar agar produk dipasarkan sesuai dengan permintaan pasar. Melihat adanya pesaing yang banyak, *home industry* Sador Feed tetap memprioritaskan serta konsisten terhadap bahan pakan ternak yang berkualitas demi kepuasan konsumen. Serta melakukan inovasi baru dengan melakukan

percobaan formula baru, agar produknya bisa bertambah. Selain itu *home industry* Sador Feed juga menerima kritik dan saran dari konsumen, jika ada pakan yang kurang baik untuk kondisi ternak, mereka akan siap memperbaiki. Dengan begitu produknya akan dikenal dan terbukti mampu menggemukan pakan ternak secara cepat.

Dalam persaingan bisnis ini diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar penjualan meningkat serta jangkauan pemasarannya meluas. Persaingan usaha juga harus diiringi dengan pengembangan usaha ataupun pengembangan produk. Dari pengembangan produk ini, diperlukan daya inovatif pelaku bisnis agar bisnisnya tetap berjalan. Pelaku bisnis juga telah berlomba-lomba untuk kelangsungan usaha mereka, mengasah ide kreatif agar bisnis mereka tetap berjalan dan sesuai yang diharapkan.

Pemasaran merupakan salah satu hal pokok yang dilakukan sebuah bisnis untuk memperoleh keuntungan, mengembangkan usaha dan meningkatkan penjualan. Berhasil atau tidaknya pemasaran dalam bisnis tersebut tergantung pada SDM yang ada. Pemasaran adalah kegiatan penyaluran barang atau jasa hingga sampai ke konsumen. Menurut Kotler dan Keller pemasaran dalam lingkup luas adalah proses sosial seorang individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menghasilkan dan mempertahankan suatu produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.<sup>2</sup> Seorang pemasar hendaknya

---

<sup>2</sup> Tiara Kamilla et al., "Strategi Pemasaran Serta Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam Pengembangan Produk Mouku Cimahi," *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi* Vol.2, No. 1 (February 7, 2023), hal. 1-8

mengetahui kebutuhan para konsumen dan membaca kondisi pasar agar nantinya produk sampai ditangan konsumen sesuai dengan yang diharapkan.

Dalam pemasaran perlu strategi-strategi yang baik untuk meningkatkan penjualan maupun menghadapi persaingan. Penerapan strategi yang digunakan setiap bisnis tentunya tidak sama, karena setiap pelaku bisnis memiliki cara tersendiri dalam pemasarannya sesuai dengan kebutuhan target pasar dan juga bentuk produk. Dengan memahami strategi pemasaran yang baik sebuah perusahaan bisa mengarahkan sumber daya dan upaya mereka secara efektif untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, serta mencapai tujuan bisnis lainnya. Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh hasil yang maksimal. Strategi ini sangat penting mengingat sebaik apapun segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti strategi yang tepat. Tujuan dari strategi juga digunakan untuk memperoleh keunggulan kompetitif dalam menghadapi pesaing. Strategi pemasaran memerlukan keputusan dari manajemen tentang elemen bauran pemasaran perusahaan yaitu keputusan di bidang perencanaan produk, kegiatan promosi, pemilihan tempat, rancangan harga.<sup>3</sup> Pengembangan produk juga perlu dilakukan untuk kelangsungan suatu bisnis. Menurut Assauri pengembangan produk adalah kegiatan yang

---

<sup>3</sup> Nurul Farida Lailatul Fitria, *Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Jajanan Oleh-Oleh Khas Trenggalek Di Kios Budidaya Mbak Rizky Di Dusun Kranding Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek*, (Tulungagung: Skripsi,2021)

dilakukan untuk menghadapi kemungkinan produk ke arah yang lebih baik, sehingga bisa memberikan kegunaan dan kepuasan yang lebih banyak.<sup>4</sup>

**Tabel 1.1**  
**Data penjualan *Home Industry Sador Feed* dari tahun 2021-2023**

<b>Nama Produk</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Pakan kering A	6.250 karung	5.625 karung	7.200 karung
Pakan kering B	3.125 karung	2.900 karung	3.600 karung
Pakan super	5.100 karung	4.762 karung	5.412 karung
Pakan fermentasi A	370 karung	330 karung	396 karung
Pakan fermentasi B	382 karung	365 karung	408 karung
Total	15.227 karung	13.982 karung	17.016 karung

*Sumber : Pemilik Home Industry Sador Feed*

Data penjualan di atas merupakan data penjualan produk dari tahun 2021 sampai 2023. Dapat dilihat pada tahun 2022 *home industry Sador Feed* mengalami penurunan penjualan, dikarenakan adanya virus PMK. Tetapi di tahun berikutnya mengalami peningkatan penjualan.

Dari data yang diperoleh penjualan produk *Sador Feed* sempat mengalami peningkatan cukup baik sebelum adanya PMK, dan ditahun 2023 penjualan kembali meningkat karena perluasan pasar. Produk ini memiliki kualitas baik untuk perkembangan ternak, sehingga banyak diminati konsumen.

Dalam penelitian Dika Hikmawan (2022), dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Toko AGS Kuningan). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi covid-19 dan adanya persaingan

---

<sup>4</sup> Puji Muniarty et al., *Perancangan Dan Pengembangan Produk* (Global Eksekutif Teknologi, 2023).

bisnis yang ketat membuat tingkat penjualan menurun. Metode yang digunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini dalam melakukan strategi pemasaran Toko UMKM menggunakan bauran pemasaran (produk, harga, promosi, lokasi).<sup>5</sup>

Penelitian ini dilakukan dengan alasan peneliti ini mengetahui sejauh mana strategi pemasaran dan pengembangan yang diterapkan di *home industry* Sador Feed untuk meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan latar belakang di atas dan kajian literatur yang didapat, terdapat kebaharuan yang peneliti ambil dengan penelitian terdahulu, yaitu terdapat pada waktu yang berbeda dan masalah atau fenomena yang berbeda. Maka peneliti melaksanakan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran dan Pengembangan dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakan Ternak Pada *Home Industry* Sador Feed Tulungagung”.

## B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian berdasarkan latar belakang, permasalahan yang dikemukakan dapat diusulkan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada *home industry* Sador Feed Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan?

---

<sup>5</sup> Dika Hikmawan, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Toko AGS Kuningan),” *Change Think Journal* 1, no. 01 (March 30, 2022): 50–59.

2. Bagaimana strategi pengembangan produk yang diterapkan pada *home industry* Sador Feed Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran pada *home industry* Sador Feed Tulungagung?
4. Apa solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala pelaksanaan strategi pemasaran?

#### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh *home industry* Sador Feed Tulungagung.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh *home industry* Sador Feed Tulungagung.
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran *home industry* Sador Feed Tulungagung.
4. Untuk mengetahui solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala strategi pemasaran.

#### D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya, yakni penelitian ini meneliti Strategi Pemasaran dan Pengembangan dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakan Ternak Pada *home industry* Sador Feed Tulungagung. Penelitian ini dilakukan di *home industry* Sador Feed Tulungagung dan untuk pihak narasumber yang terkait

yang dicari informasinya yaitu pihak yang bersangkutan seperti pemilik Sador Feed dan karyawan.

#### E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat atau kegunaan.

Adapun manfaat atau kegunaan yang diperoleh, yaitu:

##### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis kegunaan penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu dan juga penerapan strategi pemasaran dan pengembangan pakan ternak untuk meningkatkan volume penjualan.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Akademik

- 1) Menambah wawasan keilmuan tentang strategi pemasaran dan pengembangan dalam pengelolaan bisnis bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.
- 2) Dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi penelitian yang berhubungan dengan strategi pemasaran dan pengembangan produk.
- 3) Dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan juga inspirasi untuk memperoleh, mengelola dan mengembangkan ilmu tentang dunia bisnis pakan ternak dan juga strategi yang tepat dalam pengelolaannya.



b. Bagi masyarakat

Sebagai bahan untuk informasi bagi masyarakat dan pelaku bisnis pakan ternak, serta mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan pengembangan yang tepat dalam penerapannya.

c. Bagi perusahaan

Dapat memberikan saran, ide, gagasan dan masukan kepada sebuah perusahaan agar dapat meningkatkan volume penjualannya dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis melalui sebuah strategi pemasaran yang tepat.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Strategi

Strategi dalam kamus bahasa Indonesia merupakan rencana yang detail mengenai rancangan guna memperoleh tujuan yang diinginkan atau mencapai sasaran khusus.<sup>6</sup> Menurut Marrus strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut bisa dicapai.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Sasmitasen, Sri Harjanti, et.all. *Pengembangan Home Industri di Desa Nibung Paloh*, (Sukabumi : CV Jejak, 2020), hal. 6-9.

<sup>7</sup> Dimas Hendika Wibowo, et. all., “*Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM(Studi Pada Batik Di Jeng Solo*, *Jurnal: Administrasi Bisnis*”, Vol. 29, No. 1, (2015),hal.60

## b. Pemasaran

Pemasaran adalah proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk dari produsen ke konsumen.<sup>8</sup>

## c. Penjualan

Menurut KBBI penjualan adalah pengeluaran langsung berhubungan dengan usaha pemasaran produk.

### 1. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi pemasaran dan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan pada *home industry* Sador Feed. Pengembangan dilakukan untuk menciptakan pembaharuan, melatih, meningkatkan kemampuan secara nyata untuk dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan efektif dan efisien. Pemasaran dilakukan untuk mengenalkan produk dan memperoleh keuntungan.

## G. Sistematika Penulisan Skripsi

### BAB I : PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

#### B. Fokus Penelitian

---

<sup>8</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), hal. 1

- C. Tujuan Penelitian
- D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah
- E. Manfaat Penelitian
- F. Penegasan Istilah

## BAB II : LANDASAN TEORITIS

- A. Strategi Pemasaran
- B. Strategi Pengembangan Produk
- C. Volume Penjualan
- D. Penelitian Terdahulu

## BAB III : METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Pendekatan Penelitian
- B. Lokasi Penelitian
- C. Kehadiran Peneliti
- D. Data dan Sumber Data
- E. Teknik Pengumpulan Data
- F. Teknik Analisis Data
- G. Pengecekan Keabsahan Temuan
- H. Tahap-Tahap Penelitian

## BAB IV : HASIL PENELITIAN

- A. Paparan Data
  - 1. Sejarah Home Industry Sador Feed
  - 2. Kepemilikan dan Struktur Organisasi Sador Feed

3. Jumlah dan jenis produk Sador Feed

B. Temuan Penelitian

1. Strategi pemasaran *home industry* Sador Feed.
2. Strategi pengembangan produk *home industry* Sador Feed.
3. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran *home industry* Sador Feed.
4. Solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala strategi pemasaran.

C. Analisis Data

1. Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di *home industry* Sador Feed.
2. Analisis strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan di *home industry* Sador Feed.
3. Analisis kendala dalam pelaksanaan strategi pemasaran *home industry* Sador Feed
4. Analisis solusi dari kendala pelaksanaan strategi pemasaran.

## BAB V : PEMBAHASAN

- A. Strategi pemasaran Home Industry Sador Feed.
- B. Strategi pengembangan produk Home Industry Sador Feed.

- C. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran Home Industry Sador Feed.
- D. Solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala strategi pemasaran.

## BAB VI : PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran