

BAB I

PENDAHULUAN

Bab 1 berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Bebek kampus merupakan salah satu usaha makanan yang dijalankan oleh Laboratorium Sistem Manufaktur untuk memanfaatkan peluang pasar. Bebek kampus yaitu makanan olahan bebek yang dimasak dengan cara dikukus tanpa air tapi menggunakan gedebok pisang. Daging bebek yang sudah dilumuri bumbu khas dan khusus. Lalu dibungkus dengan daun pisang dan dikukus selama kurang lebih 3 jam. Proses mengukus ini juga menggunakan gedebok pisang. Air dari gedebok pisang ini yang membuat bebek menjadi lezat selain bumbunya. Hasil pengukusan selama 3 jam ini membuat bumbu meresap rata pada dagingnya yang menjadi empuk dan rendah kolesterol (Anonim, 2016).

Permintaan bebek kampus pada awalnya cukup banyak namun semakin lama permintaan terhadap bebek kampus semakin menurun. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Data permintaan bebek kampus

Bulan	Permintaan bebek (ekor)
(September - Desember) 2015	432
(Januari - April) 2016	246
(Mei - Agustus) 2016	186
(September - Desember) 2016	128
(Januari - April) 2017	55

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui permintaan bebek kampus setiap 4 bulannya. Pada bulan September – desember 2015 permintaan bebek sebanyak 432 ekor dan terus mengalami penurunan hingga mencapai 55 pada bulan januari – april 2017. Hal ini diduga karena pemilik usaha bebek kampus kurang mengetahui bebek kampus yang disukai oleh konsumen. oleh karena itu untuk mengetahui preferensi konsumen maka digunakan metode konjoin, untuk mengetahui atribut seperti apa

yang disukai oleh konsumen. Kemudian, untuk mengetahui strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh pemilik usaha bebek kampus maka digunakan analisis SWOT.

Analisis konjoin merupakan suatu teknik yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan relatif berdasarkan persepsi pelanggan yang dibawa oleh suatu produk tertentu dan nilai kegunaan yang muncul dari atribut produk terkait. Untuk menentukan strategi pemasaran, analisis konjoin ini tepat dan baik. Bahkan pada tataran yang lebih tinggi bisa dipakai untuk segmentasi pasar berdasarkan preferensi konsumen terhadap atribut produk yang dipilihnya. Filosofi dari teknik analisis ini ialah setiap stimulus apa saja yang bisa berupa produk, merek atau barang yang dijual dipasar akan dievaluasi oleh konsumen sebagai suatu kumpulan atribut-atribut tertentu. Oleh karena itu, teknik ini sangat bermanfaat dalam pemasaran untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk yang diluncurkan di pasar (Hair, 2009).

Setelah mengetahui atribut atribut yang berpengaruh pada penjualan bebek kampus maka perlu dilakukan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Treaths*) untuk mengetahui strategi apa yang akan dilakukan oleh Laboratorium Sistem Manufaktur agar penjualan bebek kampus semakin meningkat. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan) (Kotler, 2009).

Lingkungan eksternal yaitu unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang signifikan, yang mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba. Unit bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran untuk menelusuri trend dan perkembangan penting serta semua peluang dan ancaman yang berhubungan dengannya (Kotler, 2009). Sedangkan lingkungan internal adalah kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya (Kotler, 2009).

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan analisis konjoin dalam menentukan preferensi**

konsumen terhadap bebek kampus” yaitu untuk mengetahui atribut atribut bebek kampus yang disukai oleh konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fakta-fakta yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah atribut bebek kampus yang disukai oleh konsumen?
2. Bagaimanakah strategi pemasaran yang akan dilakukan agar penjualan bebek kampus semakin meningkat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan, maka berikut ini merupakan tujuan penelitian yang ingin dicapai:

1. Mengetahui atribut bebek kampus yang disukai oleh konsumen.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang akan dilakukan agar penjualan bebek kampus semakin meningkat.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan diharapkan bermanfaat Bagi Laboratorium Sistem Manufaktur yaitu sebagai masukan untuk mengembangkan usaha bebek kampus.

1.5 Batasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan maka terdapat batasan masalah yang sudah ditentukan yaitu pengambilan data hanya diambil dari mahasiswa, dosen, dan karyawan Universitas Trunojoyo Madura yang pernah mengkonsumsi bebek kampus.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan tahapan dalam pengerjaan laporan penelitian. Berikut ini merupakan sistematika dari laporan penelitian produk bebek kampus:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang teori serta materi yang berkaitan dengan topik skripsi yang akan dilaksanakan yaitu tentang pengembangan produk bebek kampus dengan menggunakan metode konjoin. Teori ini berfungsi sebagai acuan serta langkah-langkah dalam penelitian agar penelitian ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang lokasi dan waktu, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, tahap penelitian, tahap pengumpulan data dan *flowchart* penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang pengolahan data serta analisa dari penelitian yang akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada yaitu mengenai atribut yang diinginkan konsumen bebek kampus serta strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh Laboratorium Sistem Manufaktur untuk mengembangkan usahanya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang diberikan oleh peneliti terhadap laboratorium untuk mengembangkan usaha bebek kampus.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN