

BAB V

PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Strategi Pengelolaan Industri Ikan Hias Tirta Mas Agung Abadi Dalam Peningkatan Kepuasan Konsumen Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

Sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa strategi pengelolaan industri ikan hias Tirta Mas Agung Abadi dalam peningkatan kepuasan konsumen. Sebagai salah satu industri besar dan yang telah berjalan cukup lama dalam peningkatan kepuasan konsumen strategi pengelolaan yang dilakukan oleh industri ini berhubungan dengan strategi Pengelolaan *POAC (Planing, Organizing, Actuating dan Controlling)*

1. Planning (Perencanaan)

Dalam penentuan perencanaan industry Tirta mas agung abadi menentukan kedalam beberapa kategori seperti berupa produk yang ditawarkan (dihasilkan), Pemilihan Lokasi Industri, harga yang ditentukan di setiap produk , dan strategi promosi.

a. Product (produk)

Produk industri tirta mas agung abadi ini berangkat dari ikan hias guppy dan kemudian berkembang ke berbagai produk seperti berkembangnya jenis ikan hias yang ditawarkan, kebutuhan perawatan ikan dan produk pakan ikan.

b. Place (Lokasi/tempat)

Industri Tirta Mas Agung Abadi terletak dalam lokasi yang strategis sangat mudah dijangkau oleh para konsumen. Industri Tirta Mas Agung Abadi terletak tidak jauh dari pusat kota tulungagung tepatnya di Jl,Ir. Bung Tomo, Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur Kode Pos 66229. Jika dilihat letak geografisnya Industri Tirta Mas Agung Abadi cukup strategi karena dekat dengan akses jalan raya sehingga memudahkan para konsumen untuk datang ke lokasi ini.

c. Price (harga)

Penetapan harga yang ditawarkan oleh indutri Tirta Mas Agung Abadi ini tidak jauh berbeda dengan industi ikan hias pada umumnya. Pada industri ini harga yang ditetapkan sedikit lebih terjangkau dibandingkan dengan industri lain. Penetapan harga yang dilakukan industri ini berdasarkan pada kualitas ikan hias yang dihasilkan.

d. Promotion (promosi)

Promosi bagi Industri Tirta Mas Agung abadi bertujuan untuk menginformasikan dan menawarkan segala jenis produk yang terdapat pad industri Tirta Mas Agung Abadi. Selain dari pada itu promosi dilakukan guna menarik minat calon konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan produk Tirta Mas Agung Abadi.

2. Organizing (Pengorganisasian)

Pengorganisasian pada industry ini didasari oleh pemilihan kualitas SDM yang mempuni dan memiliki etos kerja akan dapat dengan mudah menjalankan kegiatan usaha seperti yang diinginkan.

3. Actuating (Pengarahan)

Industry tirta mas agung abadi memberikan pengarahan kepada seluruh staf dan karyawan yang ada untuk menjalankan tugas sesuai dengan proporsi yang sudah dtentukan sebelumnya. Proses Pelayanan yang dilakukan oleh industri Tirta Mas Agung Abadi dalam rangka mencapai kepuasan konsumen yang dilakukan adalah dengan memberikan kualitas dan kesehatan ikan yang terbaik, memberikan rasa nyaman pada setiap konsumen, dan menjaga ketepatan waktu pengiriman barang atau produknya.

4. Controlling (Pengawasan)

Industri Tirta Mas Agung abadi melakukan evaluasi terhadap kinerja para karyawan dan juga melihat kualitas barang yang dihasilkan apakah sudah memenuhi kriteria para konsumen. Jiika didalam proses peninjauan ini ada kekurangan yang ditemukan maka akan dilakukan evaluasi untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik.

Pemaparan diatas sesuai dengan teori teori yang ada, dimana sebagaimana dijelaskan sebagai berikut:

1. Planning (Perencanaan)

Perencanaan ialah kegiatan yang akan dilakukan di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan. ¹ Perencanaan adalah fungsi manajemen yang paling dasar karena manajemen meliputi penyeleksian di antara bagian pilihan dari tindakan). Empat tujuan yang penting dari perencanaan adalah: a. Mengurangi atau mengimbangi ketidakpastian dan perubahan yang akan datang. b) Memusatkan perhatian kepada sasaran. c) Menjamin atau mendapatkan proses pencapaian tujuan terlaksana secara efisien dan efektif. d) Memudahkan pengendalian.

2. Organizing (Pengorganisasian)

Istilah organisasi mempunyai dua pengertian umum. Pertama, organisasi diartikan sebagai suatu lembaga atau kelompok fungsional, misalnya, sebuah perusahaan, sebuah sekolah, sebuah perkumpulan, badan-badan pemerintahan. Kedua, merujuk pada proses pengorganisasian yaitu bagaimana pekerjaan diatur dan dialokasikan di antara para anggota, sehingga tujuan organisasi itu dapat tercapai secara efektif. Pengorganisasian sebagai proses membagi kerja ke dalam tugas-tugas yang lebih kecil, membebaskan tugas-tugas itu kepada orang yang sesuai dengan kemampuannya, dan mengalokasikan sumber daya, serta mengkoordinasikannya dalam rangka efektivitas pencapaian tujuan organisasi.²

¹ Husaini Usman, *Manajemen, Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet. 1, hlm. 4

² Nanang Fattah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), Cet. IX, hlm. 71

3. Actuating (Pengarahan)

Pengarahan adalah fungsi manajemen yang terpenting dan paling dominan dalam proses manajemen. Fungsi pengarahan ini adalah ibarat starter mobil, artinya mobil baru dapat berjalan jika kunci starternya telah melaksanakan fungsinya. Demikian juga proses manajemen, baru terlaksana setelah fungsi pengarahan diterapkan. Definisi pengarahan ini dikemukakan oleh Malayu S. P. Hasibuan sebagai berikut: pengarahan adalah mengarahkan semua bawahan agar mau bekerjasama dan bekerja efektif dalam mencapai tujuan.³ Oleh karena itu pengarahan perlu dijalankan dengan sebaikbaiknya, dan perlu adanya kerjasama yang baik pula di antara semua pihak baik dari pihak atasan maupun bawahan.

4. Controlling (Pengawasan)

Menurut Chuck Williams dalam buku *Management, Controlling is monitoring progress toward goal achievement and taking corrective action when progress isn't being made.*⁴ (Pengawasan adalah peninjauan kemajuan terhadap pencapaian hasil akhir dan pengambilan tindakan pembetulan ketika kemajuan tersebut tidak terwujud). Pengawasan/pengendalian adalah fungsi yang harus dilakukan manajer untuk memastikan bahwa anggota melakukan aktivitas yang akan membawa organisasi ke arah tujuan yang ditetapkan. Pengawasan yang

³ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen Dasar*, hlm. 183

⁴ Chuck Williams, *Management*, (United States of America: South-Western College Publishing, 2000), hlm. 7

efektif membantu usaha-usaha kita untuk mengatur pekerjaan yang direncanakan dan memastikan bahwa pelaksanaan pekerjaan tersebut berlangsung sesuai dengan rencana.⁵

Hasil penelitian ini sejalan dan sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rustika Atmawati, Febby Gita dan Bayu hardyanto. Pertama dalam penelitian terdahulu oleh Rustika tersebut dijelaskan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kedua penelitian terdahulu oleh febby gita bahwa Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Dan ketiga penelitian terdahulu oleh Bayu Hardyanto bahwa semakin tinggi keunggulan produk dan pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

B. Pola Perilaku Konsumen dalam Pembelian Ikan Hias Pada Industri Ikan Hias UD. Tirta Mas Agung Abadi Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa motif perilaku konsumen dalam jual beli ikan hias pada industri Tirta Mas Agung Abadi dibedakan menjadi 2 yaitu: motif seorang penghobby dan seorang pebisnis. Sedangkan yang menjadi titik kepuasan konsumen pada industri tirta mas agung abadi adalah terletak pada kualitas produk dan harga yang

⁵ Hasbullah, Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 3

ditawarkan. Selain itu yang menjadi titik kepuasan konsumen pada industri juga terlihat pada kualitas pelayanan yang di berikan kepada para konsumen. Perilaku konsumen yang ada pada industri Tirta Mas Agung Abadi ini tidak jauh berbeda pada perilaku konsumen pada umumnya. Sebagaimana di ketahui bahwa perilaku konsumen adalah sebuah keadaan tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.⁶ Perilaku konsumen pada pembelian sebuah barang atau jasa dibedakan menjadi beberapa faktor yaitu diantaranya adalah faktor budaya, faktor keluarga, faktor sosial, dan faktor individu. Perilaku konsumen pada industri tirta mas agung abadi ini para konsumen dalam pembelian ikan hias cenderung mengarah kepada faktor individu karena kebanyakan atas kemauan sendiri baik yang berangkat dari hobby para konsumen sendiri dan dipengaruhi oleh faktor keluarga yaitu dalam pembelian ikan hias digunakan sebagai ladang pencarian. Di dalam industri ini para konsumen dalam memilih dan mencari barang faktor yang paling diperhatikan adalah bagaimana kualitas dan harga dari barang yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan atau industri. Dari wawancara yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dijelaskan bahwa para konsumen lebih memilih membeli produk pada industri ini karena kualitas produk yang lebih baik, harga yang ditawarkan juga lebih terjangkau dan industri ini juga memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen sehingga

⁶ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga,2009), hal166

konsumen merasa puas dengan kinerja yang ada pada industri ini. Pola Perilaku dalam pembelian ikan hias pada UD. Tirta Mas Agung Abadi termasuk ke dalam pola perilaku tahziniat yang artinya dalam perilaku ini konsumen mengerjakan kegiatan muamalat yang bertujuan untuk peningkatan martabat seseorang dihadapan masyarakat dan tuhan Allah SWT. Dalam hal ini kemaslahatan tidak menjadi tolak ukur utama dalam menjalani kehidupan di dunia.

Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Philip Kotler bahwa faktor utama penentu sebuah kepuasan konsumen adalah persepsi dari konsumen terhadap kualitas barang yang dihasilkan. Memberikan kepuasan terhadap konsumen dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan. Setidaknya ada 5 komponen utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen (1) Kualitas produk (2) Kualitas pelayanan atau jasa, (3) Emosi. (4) Harga. (5) Biaya. Jika kelima komponen tersebut dapat terpenuhi maka rasa kepuasan konsumen terhadap barang yang diminta juga akan semakin meningkat.⁷ dari kelima komponen yang di ada, setidaknya ada 3 komponen yang berhasil dilakukan oleh industri tirta mas agung abadi yaitu kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan. Sehingga bisa dikatakan bahwa industri ini telah berhasil menarik tingkat kepuasan bagi para konsumennya.

⁷ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga,2009), hal139

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Usnia Khaira dan Ukty Nabila. Pertama yaitu Penelitian yang dilakukan oleh Usnia Khaira bahwa perilaku konsumen keputusan pembelian ikan salai sangat berhubungan erat dengan pendidikan dan jumlah anggota keluarga konsumen yaitu semakin tinggi tingkat pendapatan dan jumlah anggota keluarga maka semakin banyak keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli ikan salai. Sedangkan yang kedua penelitian dari Ukty Nabila bahwa factor dari keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh factor pribadi, factor keluarga dan factor psikologi. Variabel-variabel yang mempengaruhi proses pembelian adalah kebiasaan orang tua, kebiasaan lingkungan, agama, tempat tinggal, budaya, tingkat pendidikan, keluarga, penjual, kerabat/saudara, teman, situasi/waktu pembelian, status sosial, usia, pendapatan, pekerjaan, waktu luang, motivasi, pelayanan, jenis ikan hias air laut, kekhasan, harga, dan iklan

