

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis pada saat ini sangatlah ketat, mulai dari bisnis retail, bisnis perumahan dan lain-lain. Persaingan bisnis ini terjadi hampir di setiap lini, mulai dari sisi produsen hingga distributor, semua menginginkan laba yang maksimal. Dapat dirasakan terjadi pula pada bisnis penampungan susu sapi perah, jasa penampungan atau pengepul susu sapi perah ini sangatlah penting bagi keberlangsungan hidup masyarakat Desa Geger, yang bermata pencaharian dengan berternak sapi perah. Dari hasil beternak sapi perah ini masyarakat Desa Geger bisa memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Bruce Henderson, pendiri Boston Consulting Group memperingatkan “jika suatu bisnis tidak mempunyai keunggulan yang khas dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya. Artinya setiap perusahaan harus mempunyai strategi yang berbeda dan sulit untuk ditiru, agar memiliki strategi yang kuat dan dapat bertahan lama, apabila perusahaan mempunyai strategi yang sama dengan pesaing, berarti perusahaan tersebut tidak memiliki strategi apapun untuk bersaing dengan para pesaing.”¹

Setiap perusahaan pastinya sudah merencanakan dan mengatur strategi dalam menjalankan bisnisnya, agar bisa berjalan dan bersaing dengan baik dengan perusahaan yang lain. Bagian yang sangat penting dalam berbisnis yaitu pandangan pemilik terhadap strategi yang akan diambil untuk menghadapi dan memenangkan persaingan. Pada hal ini perusahaan harus mengerti mengenai cara-cara apa yang dilakukan perusahaan untuk mencapaitujuan.

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Jakarta:Erlangga, 2009), hlm 5.

dan rencananya. Hal ini membuat perusahaan harus memberikan garis besar mengenai metode yang akan diterapkan untuk perusahaannya.²

Di Desa Geger sendiri mayoritas penduduk bekerja dan berpenghasilan dari beternak sapi perah,. Jumlah sapi yang berada di Desa Geger ini mencapai kurang lebih sekitar 5500 ekor sapi perah, jumlah sapi perah ini hampir sama dengan jumlah penduduk yang ada di Desa Geger. Sapi perah adalah ternak yang sangat tepat untuk dikembangkan mengingat produk yang dihasilkan hewan tersebut merupakan bahan pangan yang bergizi yaitu susu,. Usaha budidaya sapi perah merupakan salah satu industri berbasis pedesaan dan padat karya sehingga dapat membangkitkan perekonomian masyarakat di pedesaan yang merupakan jumlah terbesar dari penduduk Indonesia.³

Dengan mayoritas penduduk yang berpenghasilan dari beternak sapi perah, banyak koperasi-koperasi yang berdiri sebagai jasa penampung susu sapi perah. Salah satu perusahaan peternakan yang ikut meramaikan pasar ternak di Kabupaten Tulungagung adalah UD Sumber Pangan yang terletak di Desa Geger Kecamatan Sendang. UD Sumber Pangan merupakan koperasi yang berdiri sebagai jasa penampungan hasil susu sapi perah dan merupakan koperasi yang terbesar dan terbanyak jumlah peternaknya di Desa Geger. Hal tersebut dikarenakan UD Sumber Pangan menerapkan strategi bisnis dengan tepat.

² Catharina Visa Okta Frida, *Dasar-Dasar Perencanaan Bisnis*, (TK:Garudhawaca, 2020), hlm 161.

³ Sudi Nurtini dan Mujtahidah Anggraini, *Profil Perternakan Sapi Perah Rakyat di Indonesia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada Univesity Press, 2014), hlm 11-12.

Dalam suatu bisnis atau usaha dinilai dikatakan berhasil dengan baik jika dalam proses pelaksanaan suatu produk barang dan jasa tersebut sampai ke tangan konsumen tanpa merugikan maupun menimbulkan rasa ketidakpuasan kepada kedua belah pihak, baik produsen dan pihak konsumen yang nantinya menikmati barang atau jasa yang dipasarkan. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus berusaha menetapkan suatu strategi bisnis yang dapat meningkatkan laba atau keuntungan. Dengan begitu strategi bisnis yang dijalankan diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah mengenai apa yang dilakukan oleh perusahaan dalam memanfaatkan peluang atau kesempatan yang ada, sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan⁴.

Berdasarkan penelitian terdapat beberapa faktor baik internal dan eksternal yang dapat memengaruhi suatu keberhasilan dari sebuah usaha. Dalam penelitian tersebut faktor internal dan eksternal sangat berpengaruh positif dalam kegiatan usaha pemasaran produknya. Pentingnya perusahaan mengetahui faktor-faktor kunci sukses dalam internal dan eksternal lingkungan perusahaan merupakan nilai lebih untuk daya saing perusahaan. Faktor-faktor sukses tersebut seperti Kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor yang penting dalam suatu usaha, karena kepuasan pelanggan ini menjadi strategi bisnis jangka panjang serta mendorong agar suatu usaha mengerti dan memenuhi apa yang dibutuhkan dan di

⁴ Novarone, O, *Analisis Pengaruh Tingkat Kesuksesan Produk Baru Dalam Peningkatan Kinerja Pemasaran*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol 11. No 1, 2003, hlm 114.

inginkan para konsumennya. Kepuasan konsumen bisa dipengaruhi oleh harga, sebab harga merupakan daya tarik produk atau jasa. Karena harga sering sekali digunakan sebagai indikator bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.⁵

Kualitas pelayanan juga mempengaruhi nilai positif dari perusahaan, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang tidak diharapkan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen. Kepuasan konsumen juga tergantung pada kualitas jasa atau pelayanannya. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁶

Selain itu, hal penting yang harus diterapkan oleh sebuah perusahaan agar bisnisnya berjalan dengan lancar yaitu menyediakan fasilitas bagi konsumennya. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga sebagai alat untuk membedakan program bisnis dengan perusahaan pesaing.⁷

Seperti ilmu pengetahuan yang bersifat dinamis dan selalu mengalami suatu perubahan. Perubahan dalam dunia bisnis adalah suatu keharusan karena

⁵ Djasalim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm 37.

⁶ Philip Kholter, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm115.

⁷ Andi Mappi Sammeng, *Cakrawala Pariwisata*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm 39.

dunia bisnis sebagai induk dari pemasaran yang terus-menerus berubah menyesuaikan diri dengan kemajuan jaman. Strategi bisnis disuatu perusahaan, selalu bertindak dinamis dan juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip unggul dimana perusahaan harus meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku dan terus-menerus melakukan suatu perubahan atau inovasi.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menjadi termotivasi untuk meneliti dan menganalisisnya dalam Skripsi yang berjudul “**Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kepuasan Peternak: Studi Kasus UD Sumber Pangan Desa Geger, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi harga dalam meningkatkan kepuasan peternak di UD Sumber Pangan Desa Geger, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana strategi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan peternak di UD Sumber Pangan Desa Geger, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung?
3. Bagaimana strategi fasilitas dalam meningkatkan kepuasan peternak di UD Sumber Pangan Desa Geger, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang di lakukan adalah:

1. Untuk mendeskripsikan dan mengetahui strategi harga dalam meningkatkan kepuasan peternak di UD Sumber Pangan Desa Geger, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mendeskripsikan dan mengetahui strategi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan peternak di UD Sumber Pangan Desa Geger, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mendeskripsikan dan mengetahui strategi fasilitas dalam meningkatkan kepuasan peternak di UD Sumber Pangan Desa Geger, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan ini adalah:

Manfaat penelitian adalah *follow up* penggunaan informasi dari hasil penelitian. Tentunya setiap penelitian yang dilakukan pastinya memberi manfaat baik bagi objek peneliti, khususnya dan seluruh komponen yang terlibat di dalamnya. Manfaat dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan strategi dalam berbisnis.

b. Menjadi bahan acuan atau masukan untuk pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu untuk penelitian lanjutan terhadap objek yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga

Dapat memberikan informasi dan bahan pertimbangan bagi para calon pelaku usaha dalam mengambil keputusan dan tindakan dalam kaitannya dengan strategi dalam bisnis, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang strategi apa saja yang harus dilakukan pelaku usaha dalam berbisnis untuk memperoleh kepuasan konsumen.

b. Bagi Peneliti

Dapat memberikan pengalaman dan menambah pengetahuan peneliti terhadap kebijakan strategi bisnis yang diterapkan oleh UD Sumber Pangan dalam terbentuknya kepuasan konsumen atau pelanggannya.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan juga bisa dijadikan acuan bagi peneliti berikutnya atau peneliti lain yang ingin mengkaji lebih mendalam

mengenai topic dengan focus serta setting yang lain sehingga memperkaya temuan penelitian ini.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan menumbuhkan kesadaran para pembaca untuk mengetahui pentingnya strategi dalam berbisnis sehingga akan diperoleh hasil yang maksimal dalam kegiatan usaha.

E. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah pemahaman dan menghindari kesalahan penafsiran terhadap fokus penelitian, maka peneliti menyajikan definisi konseptual serta definisi operasional.

1. Penegasan istilah secara konseptual

Strategi bisnis UD Sumber Pangan merupakan strategi yang sudah dirancang dan dibuat secara bijaksana oleh pemiliknya untuk para konsumen tentunya, yang gunanya untuk mencapai apa yang diinginkan dengan strategi yang berbeda dengan pesaingnya. Adapun istilah yang terdapat pada judul skripsi ini yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, faktor

pendukungnya sesuai dengan prinsip dan efisiensi untuk mencapai tujuan secara efektif.⁸

- b. Bisnis adalah suatu usaha yang dilakukan dengan cara mengelola barang maupun jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan atau laba yang dilakukan oleh pelaku bisnis.⁹
- c. Kepuasan adalah perasaan yang timbul dalam diri baik perasaan senang atau kecewa seseorang karena membandingkan hasil dari suatu produk. Kepuasan merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwasannya produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat kepuasan bisa lebih atau kurang¹⁰
- d. Konsumen adalah setiap orang yang memakai atau menggunakan barang dan jasa yang tersedia didalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹¹
- e. Peternak adalah suatu kegiatan dalam mengembangkan dan membudidayakan hewan ternak dengan tujuan mendapatkan manfaat serta hasil dari kegiatan yang telah dilakukan tersebut.

2. Penegasan Istilah secara Operasional

⁸ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran Cetak ke-II*, (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm 17.

⁹ Rasmulia Sembiring, *Pengantar Bisnis*, (TKP: La Goods Publishing, 2014), hlm 2.

¹⁰ Handi Irawam D, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), hlm 3.

¹¹ Fajar Nugroho Handayani, Ahmad Raihan Harahap, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), hlm 2.

Secara oprasional yang dimaksud peneliti dengan judul “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kepuasan Peternak: Studi Kasus UD Sumber Pangan, Desa Geger, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung” adalah suatu penelitian ilmiah untuk memperoleh keterangan atau data-data mengenai strategi bisnis dalam meningkatkan kepuasan peternak yang melibatkan perumusan, implementasi dan dampak hasil strategi bisnis.

F. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penyusunan laporan model penelitian kualitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

- A. Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.
- B. Bagian isi atau teks, yang merupakan inti dari laporan yang terdiri dari:
 - Bab I**, pendahuluan yang berisi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan.
 - Bab II**, kajian pustaka, terdiri dari: kajian fokus pertama, kajian fokus kedua, dan seterusnya, hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir teoritis.

Bab III, metode penelitian, terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV, hasil penelitian, terdiri dari: paparan data, dan temuan penelitian.

Bab V, pembahasan, yang berisi tentang: analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

Bab VI, penutup, terdiri dari: kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

C. Bagian Akhir, bagian ini memuat tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.