

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi manajemen adalah proses atau urutan tindakan pengambilan keputusan yang mendasar dan menyeluruh disertai bersama keputusan untuk oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. Ada beberapa pendapat para ahli tentang pengertian strategi antara lain, menurut Stephanie K. Marrus strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.² Menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai apa yang terjadi.

Menurut J.L. Thompson strategi adalah sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.³ Manajemen strategi pemasaran merupakan bisnis yang dinamis karena kegiatannya merupakan gabungan hasil interaksi dari berbagai kegiatan, yang programnya di mulai dengan sebutir gagasan produk dan tidak terhenti sampai keinginan konsumen benar-benar terpuaskan setelah memahami perencanaan

² Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 31

³ Sandar Oliver, *Strategi Public Relations*, (London: Erlangga, 2006), h. 2

usaha, langkah selanjutnya mempelajari dan melatih bagaimana barang dan jasa di hasilkan itu di distribusikan atau dipasarkan.

Berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal, seperti deregulasi, persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek.⁴ Penetapan harga, kebijakan harga menjadi penting karena harga sering dijadikan dasar untuk melakukan tindakan, baik oleh pembeli maupun oleh penjual. Hal ini mudah dimengerti, karena transaksi terjadi pada saat kesepakatan harga antara penjual dan pembeli diadakan. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi :

1. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternative yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
2. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini

⁴ Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta:Erlangga 2001), Jilid 1 Cet Ke-8, h. 439.

terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaat secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.⁵

Usaha produksi ayam potong ini dari anakan hingga menjadi ayam potong yang siap jual atau siap panen untuk dijual dipasaran. Usaha produksi ayam potong ini menggunakan ayam ras pedaging atau ayam boiler. Ayam pedaging merupakan jenis ras yang paling unggul. Ayam potong memiliki daging yang khas yang diolah bisa dibuat apa saja juga mempunyai kaya protein yang tinggi. Ayam ras pedaging ialah jenis ras yang paling unggul karena dihasilkan dari persilangan bangsa - bangsa ayam yang mempunyai daya produktivitas yang tinggi. Ayam potong ini juga memiliki keunggulan yaitu dengan waktu 2-3 bulan saja bisa langsung dipanen. Waktu pemeliharaannya sangat singkat serta menguntungkan, sehingga banyak pengusaha baru dan peternak musiman yang bermunculan di beberapa wilayah Indonesia. Dalam memulai usaha ini tentu diperlukan persiapan sarana prasarana serta peralatan, agar usaha menjadi lebih maksimal. Usaha ayam potong ini sudah berjalan dan beroperasi sejak tahun 2003 yang lalu dan berjalan sampai sekarang ini. Pengembangan usaha ternak ayam pedaging akan berhasil apabila peternak mampu mengelolah usaha tersebut dengan baik. Pengelolaan usaha ternak ayam pedaging harus ditunjang dengan kemampuan manajemen yang baik, mulai dari manajemen produksi, keuangan,

⁵ Ibid, h. 152.

sumberdaya manusia, hingga manajemen pemasaran. Peternak sebagai pengambilan keputusan bisnis harus memiliki kompetensi yang baik dalam mengelolah seluruh fungsi usaha tersebut. Hal tersebut akan berpegaruh terhadap keberhasilan usahanya.

Usaha ini didirikan oleh perorangan yang bertempat tinggal di desa Tales Selatan, Ngadiluwih kab Kediri. Ditinjau dari wawancara tersebut usaha ini pertama kali didirikan oleh mertua bapak jali dan kemudian mertua meningal dunia saat itulah bapak jali mengantikan orang tuanya yang dirintis pada tahun 1999 atau 2000an yang dikelola bapak jali dan istrinya di tahun 2003 hingga sekarang. Untuk mengembangkan usahanya butuh waktu 2-3 tahun. Bapak jali memilih mengembangkan usaha ini dikarenakan ajuran dari mertua bisnis tersebut tidak boleh ditinggalkan begitu saja dan bapak jali mempunyai cita cita untuk membuka lowongan pekerjaan mengigat banyaknya pengangguran disekitar lingkunganya. Bapak jali menjual produknya ke broker juga ke pedangang pedangang yang nantinya akan dijual lagi di pasar tradisional bapak jali juga menyediakan ayam potong atau ayam yang siap masak di rumahnya. Untuk menarik perhatian para pembeli bapak jali mematok harga murah dan kualitas yang bagus. Usahanya kini mulai berkembang pedagang yang tetap mengambil ayamnya kurang lebih ada 20 pedagang dan kini mempunyai karyawan. Meskipun begitu banyak pro dan kontra yang dijalani bapak jali dalam usahanya. Masalah yang sering dihadapi yaitu menetapkan harga ditengah ketidakstabilan harga jual yang mempengaruhi naik turunnya penjualan.

Harga bagi perusahaan adalah hal penting yang perlu dipikirkan, oleh karena harga adalah kebijaksanaan pemasaran yang akan langsung mempengaruhi pendapatan. Pendapatan sebuah perusahaan adalah hasil dari perkalian dari kuantitas yang dijual dengan harga yang diterapkan. Harga juga menjadi penting oleh karena harga akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk dan sekaligus pada saat yang sama untuk menentukan berapa besar keuntungan perusahaan. Ketidakstabilan harga merupakan kegagalan dalam menetapkan harga akan berpengaruh kepada konsumen dan sekaligus pemasar. Perubahan harga ayam yang terjadi di pasar sering membuat pedagang yang ada di pasar tersebut merasa dirugikan dengan terjadinya kenaikan harga ayam yang tidak stabil. Kenaikan harga tersebut sangat berpengaruh besar terhadap permintaan ayam di pasar. Hal ini yang membuat pedagang tidak bisa mendapatkan keuntungan yang lebih, tidak hanya pedagang yang merasakannya, pembeli yang bertindak sebagai konsumen pun, ikut merasakan kenaikan harga ayam yang terlalu tinggi.

Dari permasalahan yang ada yaitu ketidakstabilan harga ayam potong dan untuk meningkatkan target pasar maka diperlukan dengan Analisa SWOT (*strenght, weakness, opportunity, treads*) merupakan salah satu metode dalam melakukan penyusunan strategi perusahaan dengan melihat kondisi lingkungan perusahaan baik itu lingkungan internal maupun eksternal. Analisa SWOT lebih menekankan kepada bagaimana kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam menghadapi peluang dan ancaman yang ada. SWOT sendiri merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan), *Weakness*

(kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT digunakan dalam melakukan analisis strategis perusahaan. Hal ini disebabkan karena analisa SWOT menyediakan suatu informasi yang mendalam tentang kondisi internal perusahaan dan lingkungan eksternal yang dihadapi perusahaan, sehingga perusahaan akan mempunyai gambaran tentang keputusan strategis apa yang akan diambil. Analisa SWOT ini sampai saat ini memang masih menjadi pilihan bagi perusahaan untuk digunakan sebagai alat analisa dasar perencanaan strategis. Hal ini disebabkan Analisa SWOT memiliki kecenderungan sangat sederhana dan mudah untuk diterapkan. Selain itu, analisa SWOT juga mempunyai kemampuan untuk menggambarkan bagaimana kekuatan dan kelemahan internal perusahaan sekaligus juga ancaman dan peluang pasar yang dihadapi di lingkungan eksternal perusahaan. Dengan memahami kondisi internal dan eksternalnya tersebut, diharapkan perusahaan akan mampu menemukan formulasi strategis yang tepat.

Berdasarkan gambaran diatas masalah yang sering dihadapi yaitu ketidakstabilan harga dalam menetapkan harga pasar yang berujung pada menurunnya penjualan ayam potong. Mengapa terjadi ketidakstabilan harga ayam potong sehingga dapat mempengaruhi daya tingkat dan pencapain target penjualan ayam potong. Apakah mungkin menurunnya penjualan ayam potong hanya saat harga tinggi. Penetapan harga yang berperan penting dalam mempengaruhi penjualan di pasar, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Manajemen Dalam Meningkatkan Harga**

Jual Dan Pencapaian Target Pasar Ditengah Ketidakstabilan Harga Ayam Potong Melalui Analisa SWOT”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengapa terjadi ketidakstabilan harga pasar?
2. Faktor apa yang menjadikan ketidakstabilan harga sehingga mempengaruhi tiingkatkan harga jual dan pencapaian target penjualan ayam potong ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian adalah sebagai berikut ini :

1. Untuk menganalisis mengapa terjadinya ketidaksabilan harga pasar
2. Untuk menganalisis faktor apa yang mempengaruhi ketidakstabilan harga sehingga mempengaruhi meningkatkan harga jual dan pencapaian target penjualan ayam potong.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat yaitu :

1. Manfaat Pribadi

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penulis dalam praktek manajemen khususnya strategi manajemen, menambah pengalaman menganalisis dengan menggunakan SWOT dan menyelesaikan permasalahan kasus dibidang strategi manajemen, memperluas kompenen yang mempengaruhi target penjualan dibidang pemasaran dan menganalisa meningkatkan harga jual terlebih dahulu apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh penjual ayam potong.

2. Manfaat Universitas

Penelitian ini dapat diharapkan dapat berguna bagi kampus dalam membina dan membimbing mahasiswa khususnya pada prodi manajemen bisnis syariah untuk melakukan kegiatan praktek dan mengamati menganalisa yang terjadi secara langsung.

3. Manfaat Perusahaan Bagi pihak "Penjual Ayam Potong"

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan harga jual dan target jual pasar.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Secara Konseptual

Definisi konseptual merupakan unsure penelitian yang menerangkan teori dan karakteristik. Berdasarkan teori, maka disimpulkan bahwa definisi konseprual dari masing – masing variable berikut ini :

a. Strategi

Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁶

b. Harga Jual

harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Harga jual adalah nilai yang tercermin dalam daftar harga, harga eceran, dan harga adalah nilai akhir yang diterima oleh perusahaan sebagai pendapatan atau net price. Harga jual merupakan penjumlahan dari harga pokok barang yang dijual, biaya administrasi, biaya penjualan, serta keuntungan yang diinginkan.⁷

c. Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan

⁶ Setyo Soedrajat, *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*, (Jakarta:Ikral Mandiri Abadi,1994), h. 17

⁷ Achmad Slamet dan Sumarli, *Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng* . Pres, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika, Vol. 11, 2, 2002, h.47.

tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.⁸ Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

2. Penegasan Secara Oprasional

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komponen – komponen dalam analisis SWOT yang meliputi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang kemudian berguna untuk menentukan strategi meningkatkan harga jual dan pencapaian target harga ayam potong.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan menggunakan uraian yang sistematis guna memudahkan pengkajian dan pemahaman mengenai persoalan yang ada. Adapun sistematika penulisan skripsi pada penelitian ini berisi tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Pada bagian isi terdiri dari enam bab dimana masing-masing bab terdapat sub bab sebagai penjelasannya. Sistematika dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagian Awal

⁸ Freddy Rangkuty, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h.19.

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar grafik, daftar lampiran dan abstrak.

2. Bagian Isi

Bagian isi penelitian terdiri dari enam bab sebagai berikut :

BAB I :Pendahuluan yang berisi latar belakang, tujuan, manfaat dan hasil, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka yang berisilandasanteoritis, penelitian terdahulu, kerangka konseptual.

BAB III :
Metode penelitian yang berisipendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian yang berisipaparan data dan temuan penelitian.

BAB V : Pembahasan yang berisi analisis hasil temuan melalui teori yang ada.

BAB VI : Penutup, merupakan bagian akhir dari sebuah penelitian yang berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran didapat dari keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh peneliti.

3. Bagian Akhir

Bagianakhir dalam penelitian ini berisi daftarpustaka,lampiran-lampiran,suratpernyataankeaslian tulisan,dan daftar riwayat hidup.