

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pengembangan perusahaan ditentukan dengan kemampuan membangun strategi. Karena strategi memaksa perusahaan untuk memandang masa depannya secara proaktif. Strategi membantu memberikan kesadran tentang arah yang dituju perusahaan, menjaga kesinambungannya, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif.²

Proses penyusunan strategi sangat dibutuhkan, karena merupakan perencanaan jangka panjang. Konsep strategi berkembang mulai dari alat untuk mencapai tujuan kemudian berkembang menjadi alat menciptakan keunggulan bersaing dan selanjutnya menjadi tindakan dinamis untuk memberikan kekuatan motivasi kepada stakeholder agar perusahaan tersebut dapat memberikan kontribusi secara optimal.³

Setiap perusahaan harus menggunakan strategi untuk mengembangkan usahanya. Tidak hanya perusahaan besar saja yang mempunyai manajemen strategis, perusahaan kecilpun sebaiknya dikelola dengan menggunakan manajemen strategis. Manajemen

² AB Susanto. *Manajemen Strategik Komprehensif*. (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2014). hal. 11

³ Freddy Rangkuti. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), hal. 12.

strategis merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan.⁴

Kegiatan bisnis merupakan kegiatan yang membutuhkan persiapan dan pemahaman dengan sangat serius, mulai dari merencanakan tahapan yang akan dibuat kemudian monitor dan tahapan pelaksanaan serta evaluasi dari bisnis yang akan dijalankan. Dalam kegiatan pemasaran produk yang disiapkan harus memiliki keunggulan dan kualitas karena seiring berjalannya waktu kegiatan bisnis akan mendapatkan pesaing. Sebelum terjun ke masyarakat, pemasar setidaknya harus melakukan riset di pasar sehingga mengerti apa yang menjadi kebutuhan masyarakat dan produk yang diciptakan dapat diminati serta memberikan manfaat maupun kepuasan pelanggan.

Manajemen pemasaran adalah salah satu jenis manajemen yang dibutuhkan atau harus ada dalam semua bisnis. Karena manajemen pemasaran menyangkut semua produk dan jasa agar dikenal pelanggan atau konsumen. Manajemen pemasaran merupakan sebuah rangkaian dari beberapa proses seperti proses analisis, proses perencanaan, proses pelaksanaan serta proses pengawasan dan pengendalian dalam kegiatan pemasaran dengan tujuan untuk mencapai target dalam perusahaan dengan efektif dan efisien.

Strategi pemasaran sangat membantu perusahaan dalam memposisikan produk mereka dan menentukan dalam target produk

⁴ M. Suyanto. *Strategic Management Global Most Admired Companies*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007). hal. 10

yang yang akan dipasarkan kepada para pelanggan atau konsumen. Perusahaan yang tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang berbeda – beda dapat menyiapkan strategi pemasaran dengan membagi para pelanggannya dalam berbagai kelompok. Strategi pemasaran dituntut harus mampu menyesuaikan dengan kondisi pasar dan konsumen yang ada hal tersebut bertujuan untuk membantu perusahaan dalam mencapai target penjualan. Pemasaran mempunyai peran penting dalam kehidupan masyarakat dan perusahaan karena menyangkut berbagai bidang dalam kehidupan terutama ekonomi dan sosial. Dengan adanya pemasaran maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Dalam menjalankan strategi marketing tentunya ada beberapa konsep bauran pemasaran. Empat unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu strategi produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi tempat (*place*), strategi promosi (*promotion*). Bauran pemasaran atau *marketing mix* sangat penting untuk diperhatikan pada saat awal memulai bisnis karena hal tersebut akan mempengaruhi berkembang dan berjalannya suatu usaha.

Dalam hal ini membahas tentang Usaha Peternakan Puyuh. Puyuh memiliki tubuh kecil dan merupakan unggas yang hidup di daratan. Bagi sebagian orang burung puyuh sudah terdengar tidak asing karena dagingnya yang enak dan bisa di nikmati. Burung puyuh pada dasarnya memakan biji – bijian, namun juga biasa di jumpai memakan

hewan yang mempunyai tubuh mungil seperti serangga. Burung puyuh dapat dibedakan dari ukuran tubuhnya, biasanya puyuh jantan dewasa memiliki ukuran lebih kecil dibandingkan dengan puyuh betina. Burung puyuh sendiri memiliki keunikan yang membuat berbeda dari burung lainnya yaitu mempunyai daya tahan tubuh yang kebal akan penyakit.

Menurut Nasaka puyuh dapat dibudidayakan di daerah tropis, Fase pertumbuhan dibagi menjadi tiga yaitu fase *starter* pada umur 0-2 minggu, fase *grower* 3-5 minggu, dan fase *layer* ketika puyuh umur 6 minggu atau lebih 6 minggu. Rata-rata umur dewasa kelamin pada puyuh rata-rata mencapai dewasa kelamin pada umur 6 minggu, akan tetapi ditemukan juga umur yang lebih tua. Puyuh mencapai kematangan seksual pada umur 35–45 hari, mencapai puncak produksi telur pada umur 11 minggu. Ratriyanto. A menambahkan bahwa produksi telur meningkat dengan cepat sesaat setelah dimulainya peneluran dan mencapai puncak produksi pada umur 11-14 minggu.⁵

Telur puyuh sendiri mempunyai harga jual yang cukup menjanjikan sehingga banyak juga usahawan yang menjual telur puyuh baik di olah maupun di jual langsung. Setelah kurun waktu kurang lebih dari satu tahun puyuh yang sudah tidak produktif dapat di jual untuk di olah dagingnya, unggas puyuh ini dapat di olah menjadi aneka ragam masakan puyuh merupakan hidangan yang memiliki protein tinggi dan

⁵ Dikutip dari Widjatuti, Sujana Endang, *Peningkatan Gizi Masyarakat Dengan Memanfaatkan Pasca Panen Ternak Puyuh Pada Kelompok Tani Desa Loa, Kecamatan Paseh Kabupaten Bandung, Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, Vol 11 (2), 2022, hal. 114-119

dapat membantu masyarakat untuk meningkatkan kebutuhan protein yang di konsumsi dalam tubuh.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut menurut Band. Selain itu menurut Mowen Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut.⁶ Yang menyebabkan kepuasan pelanggan sangatlah penting dalam suatu bisnis karena bisa di katakan sebagai indikator keberhasilan suatu usaha. Konsumen membutuhkan barang atau jasa yang dicari untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mempunyai produk yang berkualitas merupakan incaran para konsumen. Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan tentunya perusahaan harus konsisten memberikan hasil yang terbaik.

Dalam dunia bisnis tingkat persaingan menuntut setiap para pelaku usaha untuk mampu melaksanakan pemasarannya secara efisien dan efektif. Kegiatan pemasaran membutuhkan suatu konsep pemasaran yang sesuai dengan kepentingan pemasar, kebutuhan serta keinginan pelanggan atau konsumen.

Puyuh mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikembangkan karena memiliki manfaat untuk memenuhi kebutuhan

⁶ Trisno Musanto, "Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol 6 (2)

masyarakat, selain itu daging puyuh dapat mendukung ketersediaan protein karena memiliki kandungan gizi yang cukup yang murah serta mudah untuk didapat. Daging puyuh memiliki rasa yang rasa yang gurih dan lezat selain itu daging puyuh juga mempunyai tekstur yang lembut.

Dalam teori pengembangan usaha, inovasi terhadap produk merupakan suatu bagian yang penting dalam pengembangan usaha. Melalui observasi sederhana diketahui bahwa selain membuka usaha peternakan, usaha King puyuh ini mempunyai keunggulan yaitu menjual produk daging mentah kepada para pelanggan.

Dari data hasil pengamatan yang dilakukan dilapangan, bahwa usaha peternakan king puyuh membutuhkan strategi – strategi dalam mengembangkan usaha. Usaha peternakan King puyuh melakukan inovasi dengan tidak hanya mengembangkan peternakan tetapi juga menjual daging puyuh mentah yang diminati oleh banyak pelanggan.

Berdasarkan gambaran diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Pengembangan Usaha Jual Beli Daging Puyuh dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”**

A. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut ini :

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha jual beli daging puyuh “king puyuh”?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha jual beli daging puyuh king puyuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian adalah sebagai berikut ini :

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan usaha jual beli daging “king puyuh”.
2. Untuk menganalisis strategi pengembangan usaha jual beli daging puyuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

C. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari agar suatu permasalahan tidak melebar dan agar lebih terarah sehingga lebih memudahkan peneliti dalam pembahasan hingga tujuan penelitian tercapai. Penelitian ini memfokuskan pada Strategi *marketing* dalam meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan (studi kasus pada peternakan king puyuh Kota Tulungagung). Dengan adanya batasan

masalah diharapkan tidak ada bahasan yang keluar dari konteks pembahasan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran untuk suatu badan usaha dan bisnis terkait strategi pengembangan usaha jual beli puyuh. Penelitian dapat memberikan wawasan serta informasi mengenai strategi pengembangan usaha jual beli puyuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan untuk para pembaca.

2. Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan wawasan bagi perusahaan terkait dengan pentingnya strategi pengembangan usaha dan dapat menjadi acuan untuk pengambilan keputusan dalam penyusunan strategi pengembangan usaha dalam jual beli daging puyuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan pengalaman untuk memperluas wawasan tentang strategi pengembangan usaha yang dilakukan serta dapat meningkatkan terjalannya kerjasama dengan para pelaku usaha.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya guna menambah perkembangan ilmu pengetahuan terkait strategi pengembangan usaha jual beli daging puyuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan secara konseptual

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

a. Strategi Pengembangan Usaha

Freddy Rangkuti menjelaskan definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”⁷

⁷ Freddy Rangkuti. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis...* hal. 4-5

b. Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan.⁸

2. Penegasan secara operasional

Definisi operasional yang dimaksud dalam proposal skripsi ini adalah menjelaskan tentang permasalahan tertentu pada suatu penelitian, untuk menghindari perbedaan penafsiran. Sesuai judul penelitian “Strategi Pengembangan Usaha Jual Beli Daging Puyuh dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”, maka dari itu definisi operasional yang perlu dijelaskan yaitu strategi pengembangan usaha yang dilakukan tentunya harus

⁸ Fandy Tjiptono. *Strategy Pemasaran*. (Yogyakarta : Andi offset, 1997) Edisi Kedua, Cetakan Pertama

baik dan bersifat efektif serta harus mempertimbangkan kualitas puyuh yang dijual agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan menggunakan uraian yang sistematis guna memudahkan pengkajian dan pemahaman mengenai persoalan yang ada.

Sistematika dalam penulisan proposal skripsi ini sebagai berikut:

Bab I :Pendahuluan. Pembahasannya meliputi latar belakang masalah yangdibahas,rumusan masalah, tujuan penelitian dilakukan, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

Bab II :Landasan Teori. Pada bab ini merupakan pernyataan yang disusun secara sistematis dengan memuat teori penelitian terlebih dahulu untuk kemudian dikaji dan nantinya menyimpulkan teori baru dari masalah yang dikaji.

Bab III :Metode Penelitian. Pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengecekan keabsahan data, dan tahap – tahap penelitian.

- Bab IV :Hasil penelitian. Pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai paparan data yang disajikan dengan topik yang dimuat dalam rumusan masalah dan hasil analisis data. Data tersebut diperoleh melalui pengamatan, wawancara dan informasi lain yang telah peneliti kumpulkan.
- Bab V :Pembahasan. Pada bab ini berisi tentang penjelasan dan interpretasi guna menjawab pertanyaan yang telah dianalisis oleh hasil penelitian.
- Bab VI :Penutup. Pada bab ini meliputi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan uraian yang dijelaskan dalam model penelitian berupa temuan pokok atau simpulan jawaban yang sesuai dengan rumusan masalah. Sedangkan saran merupakan tanggapan untuk memberikan pendapat kepada orang lain agar berkembang.