

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Teori Pengambilan Keputusan

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Sebelum membahas apa itu perilaku konsumen kita harus mengetahui terlebih dahulu apa itu pemasaran? Pemasaran menurut Harper. W. dalam literatur bahwa “Pemasaran adalah Suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran”.¹³

Dimana dalam pemasaran diperlukan akan adanya pemahaman keinginan konsumen. Dengan demikian menyusun dan mengembangkan produk-produk baru itu merupakan tantangan bagi para tenaga pemasar yang harus selalu mempertimbangkan faktor-faktor perubahan teknologi, perubahan keinginan dan kebutuhan konsumen serta perubahan kondisi ekonomi.¹⁴ Dari adanya hal ini maka sangat diperlukan akan pemahaman perilaku konsumen.

¹³[Http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/21942/Chapter II.Pdf\](http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/21942/Chapter%20II.Pdf), diakses pada tanggal 29 Oktober 2017 pukul. 18.35.

¹⁴[Https://www.slideshare.net/Shellyintanpermatasarie/Bab-X-Memahami-Proses Pemasaran -Dan-Perilaku-Konsumen](https://www.slideshare.net/Shellyintanpermatasarie/Bab-X-Memahami-Proses-Pemasaran-Dan-Perilaku-Konsumen). Diakses pada tanggal 07 Maret 2018 pukul 17.48.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlihat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Menurut *The American marketing association* dalam buku Nugraha mendefinisikan perilaku konsumen adalah “interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka”.¹⁵

Sedangkan menurut James F. Engel et al. Dalam Anwar Prabu Mangkunegara mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: “*Consumer behavior is defined as the acts of individuals directly involved in obtaining and using economic good services including the decision process that precede and determine these acts*”(Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut).

Sedangkan menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta Dalam Anwar Prabu Mangkunegara mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: “*Consumer behavior may be defined as decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using or disposing of goods and services*”.(Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu

¹⁵Nugraha, J.Setiyadi. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal.3.

secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengavaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa).

Sedangkan menurut Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf Dalam Anwar Prabu Mangkunegara mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: “*Consumer behavior are acts, process and social relationships exhibited by individuals, groups and organizations in the obtainment, use of, and consequent experience with products, services and othe resources*”(Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai tindakan suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya).

Jadi dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.¹⁶

¹⁶Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), hal. 3-4.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan

a. Faktor kebudayaan terbagi menjadi 3 faktor yaitu:

1) Kebudayaan

Kebudayaan adalah suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat. Flemming Hansen dalam Anwar Prabu Mangkunegara mengemukakan bahwa karakteristik budaya adalah:

“Culture is man-made, culture is prescriptive, culture is socially shared, culture are similar but difference, culture is gratifying and persistent, culture is adaptive, culture is organized and integrated” (Kebudayaan adalah hasil karya manusia, proses belajar, mempunyai aturan atau berpola, bagian dari masyarakat, menunjukkan kesamaan tertentu tetapi pula terdapat variasi-variasinya, pemenuhan kepuasan dan kemantapan atau ketetapan, penyesuaian, terorganisasi dan terintegrasi secara keseluruhan).¹⁷ Sehingga kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk

¹⁷ *ibid.*, hal. 39.

lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.¹⁸

2) Sub-Budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya-sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, kelompok area geografis.

3) Kelas Sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.¹⁹ Kelas-kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa.²⁰

b. Faktor-Faktor Sosial

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung

¹⁸Nugraha, J.Setiyadi. *Perilaku Konsumen Konsep dan implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal.11.

¹⁹Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), hal. 40.

²⁰Nugraha, J.Setiyadi. *Perilaku Konsumen Konsep dan implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 44.

terhadap sikap atau perilaku seseorang. Baik pengaruh yang bersifat Primer (keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat) maupun kelompok sekunder yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan (kelompok aspirasi, kelompok diasosiatif (memisahkan diri)).

2) Keluarga

Keluarga adalah unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.²¹ Keluarga di sini terdiri dari dua bentuk yaitu, Keluarga orientasi atau dapat dikatakan sebagai orang tua dari individu, dimana orang tua yang memberikan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Dan keluarga prokreasi yaitu pasangan hidup (sudah berumah tangga) yang mana organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat.

3) Peran dan Status

c. Faktor pribadi

1) Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Dimana dalam beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis

²¹Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), hal. 40.

yang mana umumnya orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu ketika mereka menjalani hidupnya.

2) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk atau jasa tertentu.

3) Keadaan Ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan (baik tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan harta (termasuk presentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan perilaku konsumsi.

4) Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup disini menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

5) Kepribadian dan Konsep Diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setia orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

d. Faktor-Faktor Psikologis

1) Motivasi

Motivasi seseorang ini timbul disebabkan oleh dua kebutuhan yaitu:Kebutuhan bersifat biogenetik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, rasa haus, rasa tidak nyaman. Dan kebutuhan bersifat psikogenik, yang mana kebutuhan ini timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri, atau kebutuhan diterima.

2) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, dan mengkoordinasikan, yang mana seseorang akan memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi yaitu:Perhatian yang selektif, Gangguan yang selektif, Mengingat kembali yang selektif.

3) Proses belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

4) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.²²

²²Nugraha, J. Setiyadi. *Perilaku Konsumen Konsep dan implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal.11-15.

B. Kajian Tentang Faktor Masyarakat Memilih Usaha Peternakan Ayam

Membuka usaha peternakan ayam sebagai suatu usaha artinya kita harus menerima usaha tersebut dengan alat produksi yang berupa benda hidup. Ayam yang ditenakkan harus tetap hidup, sehat dan berproduksi dengan baik. Artinya kita harus memahami manajemen pemeliharaan ayam atau alat produksi, makanan dan pencegahan penyakit. Sebagai pengusaha ayam tentu tidak mau rugi, peternak mengerahkan kemampuan bisnisnya agar roda peternakan tetap berjalan. Banyak faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan diantaranya modal, Motivasi, Persepsi, Proses Belajar (Pengalaman), Minat, Pendidikan, Kemampuan Mengambil Resiko, Pemberdayaan Diri dan Umur.²³

1. Modal

Suroso dalam Karmila mendefinisikan modal sebagai jumlah uang yang ditanamkan dalam sebuah usaha. Uang inilah yang akan digunakan untuk membiayai kegiatan usaha sampai dapat menghasilkan laba sendiri. Modal uang yang dapat digunakan oleh seseorang untuk memulai usaha dapat berasal dari berbagai sumber. Sumber modal dapat diperoleh dengan tiga cara yaitu:

- a. Modal sendiri dapat berasal dari warisan, tabungan dan menjual atau menggunakan asset yang kurang produktif.
- b. Meminjam dapat berasal dari perorangan maupun lembaga keuangan.

²³Karmila. “*Faktor-Faktor yang Menentukan Pengambilan Keputusan Peternak dalam Memulai Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Kecamatan Bissappu Kabupaten Bantaeng*”, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2013), hal. 7.

c. Kerjasama dengan pihak lain.

2. Motivasi

Motivasi adalah dorongan seseorang untuk mengaktualisasi diri dalam mencapai prestasi terbaiknya, dalam hal ini dibidang wirausaha.²⁴

3. Persepsi

Persepsi menurut Nugraha adalah sebagai proses dimana seseorang memilih, dan mengkoordinasikan, yang mana seseorang akan memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama.

4. Proses Belajar (Pengalaman)

Proses belajar menurut Nugraha adalah menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.²⁵

5. Minat

Hurlock dalam Karmila menyatakan bahwa minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan hal yang diimpikan, terutama yang menguntungkan dan mendatangkan kepuasan. Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memperhatikan dan mencari objek tertentu, perhatian terhadap objek cenderung mempengaruhi perilaku individu dalam kegiatan.²⁶

²⁴Aam Bastaman dan Riffa Juffiasari “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Bagi Wanita Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Anggota Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia DKI Jakarta)*”, (Jakarta: Universitas Triloga, 2015), hal. 268.

²⁵Nugraha, J. Setiyadi. *Perilaku Konsumen Konsep dan implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal.11-15.

²⁶Karmila. “*Faktor-Faktor yang Menentukan Pengambilan Keputusan Peternak dalam Memulai Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Kecamatan Bissappu Kabupaten Bantaeng*”, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2013), hal. 16.

6. Pendidikan

Siagian dalam Karmila tentang pendidikan yang menyatakan bahwa menyangkut kemampuan intelektual seseorang disamping mutu sekolah yang dijadikan tempat menimba ilmu.²⁷

7. Kemampuan Mengambil Resiko

Winoto dalam Karmila menyatakan Keberanian mengambil resiko adalah syarat utama untuk menjadi pebisnis. Keberanian memulai usaha dengan modal otak menandakan kapasitas, kekuatan dan daya saing pebisnis itu sendiri.²⁸

8. Pemberdayaan Diri dan Umur

Menurut Pristiana dalam Aam Bastaman dan Riffa Juffiasari menyatakan bahwa Pemberdayaan diri adalah usaha-usaha yang dilakukan seseorang dalam menggunakan potensi diri yang dimiliki secara optimal.²⁹

C. Pengertian Ternak dan Peternakan

1. Pengertian Ternak dan Peternakan

Ternak adalah hewan yang dibudidayakan untuk dimanfaatkan manusia dengan campur tangan manusia dan/atau penerapan ilmu dan

²⁷ Ibid., hal. 11.

²⁸ Ibid., hal. 17.

²⁹ Aam Bastaman dan Riffa Juffiasari “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Bagi Wanita Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Anggota Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia DKI Jakarta)*, (Jakarta: Universitas Triloga, 2015), hal. 268.

teknologi pada kelangsungan hidupnya.³⁰ Sedangkan peternakan adalah suatu kegiatan mengembangbiakkan, membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dari hasil kegiatan tersebut.³¹ Peternakan juga dapat diartikan juga dengan tempat ternak tinggal dan memproduksi sesuai dengan teknik tertentu untuk mencapai tujuan sehingga peternakan tidak bisa berdiri di sembarang tempat.³²

Pengertian peternakan tidak terbatas pada pemeliharaan saja, memelihara dan peternakan perbedaannya terletak pada tujuan yang ditetapkan. Kegiatan di bidang peternakan dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

- a. Peternakan hewan besar seperti sapi, kerbau, dan kuda
- b. Peternakan hewan kecil serti ayam, kelinci, dan lain-lain.³³

³⁰[Repository.ut.ac.id/4414/1/LUHT4214-M1.pdf](https://repository.ut.ac.id/4414/1/LUHT4214-M1.pdf). diakses pada tanggal 14 November 2017 pukul 18.35.

³¹Puput Susilowati, *Dampak Peternakan Ayam di Sekitar Rumah Warga Desa Gempol Kelurahan Jatikuwung, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015) PKM-Penelitian.

³²Muhammad Rasyaf, *Beternak Ayam Petelur*, (Jakarta: PT. Penebar Swadaya, 1991), hal. 18.

³³Puput Susilowati, *Dampak Peternakan Ayam di Sekitar Rumah Warga Desa Gempol Kelurahan Jatikuwung, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015) PKM-Penelitian.

2. Langkah-Langkah Usaha Ternak Ayam Ras Petelur

Langkah-langkah usaha ternak ayam ras petelur

a. Persiapan Kandang

Untuk membangun kandang ayam petelur ada beberapa prinsip dasar yang perlu dipertimbangkan yaitu:

- 1) Sirkulasi udara di peternakan, terutama di areal yang akan dibangun kandang. Sirkulasi udara kandang yang berada di daerah tropis seperti di Indonesia ini sangat penting. Udara di dalam kandang yang pengap dan bau dapat menurunkan produksi. Dalam hal ini yang terpenting adalah keluarnya CO^2 dan bau amoniak dapat mengganggu kesehatan ayam. Hembusan udara segar dari luar kandang dapat menambah kadar oksigen di dalam kandang dan berguna untuk produksi.
- 2) Kandang harus cukup terkena sinar matahari.
- 3) Permukaan lahan peternakan
- 4) Gunakan sistem terbuka untuk membangun kandang.
- 5) Gunakan bahan-bahan yang sederhana.

Untuk jenis kandang yang digunakan untuk ternak ayam petelur yaitu:

- 1) Sistem kandang koloni dimana satu kandang untuk banyak ayam, umumnya terdiri dari ribuan ekor. Yang mana sistem kandang ini digunakan untuk bibit ayam petelur.

- 2) Sistem kandang individual, dimana satu kandang untuk satu ekor ayam yang pada umumnya digunakan untuk kandang ayam yang sudah siap bertelur.³⁴

b. Persiapan Sebelum Pembelian Bibit

- 1) Persiapan alat-alat untuk masa awal seperti tempat makan, tempat minum, dan peralatan rutin lainnya.
- 2) Tenaga kerja untuk masa awal, karena pada masa awal ini, anak ayam perlu dijaga 24 jam untuk dua minggu pertama, karena di dalam kandang ada pemanas dan anak ayam belum teratur makan dan minumannya sehingga diperlukan petugas yang menjaga anak ayam pagi, siang, sore dan malam hari.
- 3) Persiapan pengadaan ransum, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam pengadaan ransum yaitu: jumlah anak ayam yang dipelihara, Kemudahan dalam memperoleh bahan baku, harga bahan baku dan harga ransum itu sendiri, kemudahan (membeli atau mengambi ransumnya sendiri di toko itu tergantung membawa kemudahan bagi peternak itu sendiri)³⁵

c. Pembelian Bibit Ayam

Bibit ayam yang akan digunakan dinamakan DOC (*Day Old Chick*). DOC yang akan digunakan digunakan merupakan cerminan dari

³⁴Muhammad Rasyaf, *Beternak Ayam Petelur*, (Jakarta: PT. Penebar Swadaya, 1991), hal. 23-26.

³⁵Muhammad Rasyaf, *Beternak Ayam Petelur*, (Jakarta: PT. Penebar Swadaya, 1991), hal., hal. 76-78.

titik awal kegiatan peternakan. Pemilihan bibit dapat dilakukan dengan beberapa petunjuk yaitu:

- 1) Sebelum membeli bibit, peternak saling bertanya terlebih dahulu tentang kelebihan dan kekurangan bibit yang pernah digunakan.
- 2) Pilihlah pembibit yang sudah dikenal dan bertanggung jawab.³⁶

Ada beberapa pedoman teknis untuk memilih bibit DOC (*Day Old Chicken*) ayam umur sehari yaitu:

- 1) Anak ayam (DOC) berasal dari induk yang sehat.
- 2) Bulu tampak halus dan penuh serta baik pertumbuhannya.
- 3) Tidak terdapat kecacatan pada tubuhnya.
- 4) Anak ayam mempunyai nafsu makan yang baik.
- 5) Ukuran badan normal, ukuran berat badannya antara 35-40 gram.
- 6) Tidak ada letakan tinja diduburnya.
- 7) Pemilihan bibit dan calon induk.³⁷

d. Pemeliharaan Ayam Petelur

- 1) Sanitasi dan tindakan preventif

Kebersihan lingkungan kandang (sanitasi) pada areal peternakan merupakan usaha pencegahan penyakit yang paling murah, hanya dibutuhkan tenaga yang ulet atau terampil saja. Sedangkan tindakan preventif dengan memberikan vaksin pada ternak dengan merk dan dosis yang sesuai.

³⁶*Ibid.*, hal. 62.

³⁷Faadhila A, *Kiat Usaha Ayam Petelur*, (Bandung: Jaya Lestari Grafika, 2012), hal. 43.

2) Pemberian pakan

Untuk pemberian pakan ayam petelur ada 2 fase yaitu fase starter (umur 0-4 minggu) dan fase finisher (umur 4-6 minggu).

3) Pemberian vaksinasi dan obat

Vaksinasi merupakan salah satu cara pengendalian virus yang menular dengan cara menciptakan kekebalan tubuh. Pemberiannya secara teratur sangat penting untuk mencegah penyakit.³⁸

4) Pemeliharaan Telur Ayam

- a. Mengumpulkan telur.
- b. Membersihkan telur.
- c. Memilih telur.³⁹

3. Langkah-Langkah Usaha Ternak Ayam Ras Pedaging (*Broiler*)

Untuk langkah-langkah usaha ternak ayam ras pedaging (*broiler*) hampir sama dengan usaha ternak ayam ras petelur yaitu:

a. Persiapan Kandang

Kandang untuk usaha ternak ayam ras pedaging yang sering digunakan adalah sistem bateray adalah kandang lantai kandang yang selalu bersih karena kotorannya jatuh ke tempat penampungan, peredaran udara lebih lancar, dapat menampung ayam lebih banyak, pengontrolan penyakit lebih mudah dan dapat menimbulkan penyakit *Coccidiosis*, serta konversi pakan lebih baik.

³⁸*Ibid.*, hal. 46-50.

³⁹*Ibid.*, hal. 56.

- b. Persiapan alat-alat untuk masa awal seperti tempat makan, tempat minum, dan peralatan rutin lainnya.
- c. Pengadaan Pakan
- d. Pembelian Bibit Ayam
- e. Pemeliharaan Ayam Pedaging
 - 1) Program sanitasi
 - 2) Pemberian pakan dan air
 - 3) Program Vaksinasi.⁴⁰

4. Manfaat Beternak

Tujuan beternak ayam dapat berupa:

- a. Hendak memperoleh keuntungan atau tujuan komersial.

Tujuan ini adalah umum didalam setiap usaha, setiap pengusaha yang mempunyai tujuan komersial sudah tentu hendak memperoleh keuntungan. Tentunya keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan yang wajar, karena mencari keuntungan dengan menindas pihak lain sangat bertentangan dengan sistem perekonomian pancasila yang dianut oleh kalangan usahawan di Indonesia.

- b. Sekedar mengisi waktu luang.

Ini juga tujuan, dan berarti ada suatu nilai manfaat yang hendak dicapai. Bila nilai manfaat itu sudah melebihi dan sama dengan kebutuhan maka pemelihara akan memperoleh kepuasan, karena waktu

⁴⁰Huda Sholikin WS, “*Manajemen Pemeliharaan Ayam Broiler di Peternakan UD Hadi PS Kecamatan Nguter Kabupaten Sukoharjo*” (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2011) Tugas Akhir.

luangnya terisi dan ia memperoleh kesibukan. Mengisi waktu luang ini bukan berarti beternak tanpa tujuan, tujuannya jelas ada dan itu ada nilai manfaatnya, ini umumnya banyak dilakukan oleh pensiunan dan mereka yang mempunyai waktu luang.

- c. Sekedar mengisi sumberdaya yang menganggur.

Seperti tanah kosong yang tidak dimanfaatkan, keahlian saudara atau kemenakan yang ahli peternakan, dan lain-lain. Sehingga pengangguran sumberdaya adalah motivasi seseorang untuk beternak.⁴¹

D. Etika Bisnis

Istilah etika, secara teoritis dapat dibedakan ke dalam dua pengertian yaitu: pertama, etika berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* yang artinya kebiasaan (*costum*) atau karakter (*character*).⁴²Etika juga dapat diartikan sebagai suatu usaha sistematis, dengan menggunkakan akal untuk memaknai individu atau sosial kita, pengalaman moral, dimana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusia dan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan.⁴³

Secara umum etika Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu

⁴¹Muhammad Rasyaf, *Beternak Ayam Petelur*, (Jakarta: PT. Penebar Swadaya, 1991), hal. 9.

⁴²Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2006), hal. 4.

⁴³Al-Alwani, Taha Jabir, ter. Suharsono, *Bisnis Islam*, (Yogyakarta: AK GROUP, 2005), hal. 4.

masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atau etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.⁴⁴ Menurut Johan Arifin dalam Diah terdapat dua macam etika yaitu:

1. Etika Deskriptif

Etika yang menelaah secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia, secara apa yang dikejar tiap orang dalam hidupnya sebagai suatu yang bernilai. Artinya etika deskriptif tersebut berbicara mengenai fakta secara apa adanya, yaitu mengenai nilai dan perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas yang membudaya. Dapat disimpulkan bahwa tentang kenyataan dalam penghayatan nilai atau tanpa nilai dalam suatu masyarakat yang dikaitkan dengan kondisi tertentu memungkinkan manusia bertindak secara etis.

2. Etika Normatif

Etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal yang seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia dan tindakan apa yang bernilai dalam hidup ini, jadi etika normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntut agar manusia

⁴⁴Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2006), hal. 4.

bertindak secara baik dan menghindarkan hal-hal yang buruk, sesuai dengan kaidah atau norma yang disepakati dan berlaku dimasyarakat.⁴⁵

Untuk selanjutnya kita dapat mendefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat.⁴⁶ Sehingga antara etika dan bisnis sangat berkaitan, dimana etika berperan dalam mengatur segala hal dalam seluruh kegiatan bisnis.

E. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan aplikasi pemahaman mengenai apa yang baik dan benar untuk beragam aktivitas bisnis yang bersumber pada Al-Quran dan sunah Rasulullah SAW. dalam dunia bisnis. Pemahaman etika bisnis Islam dimulai dengan menyediakan kerangka prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam. Adapun prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang digunakan sebagai landasan utama yaitu:

⁴⁵Diah Sulistiyani, "*Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiuitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi Kasus pada Pedagang Sembako di Pasar Karangobar)*". (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015) Penelitian-Skripsi, hal. 15.

⁴⁶Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal. 70.

1. Kesatuan (Unity)

Kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi keseluruhan homogen, serta mementingkan konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dengan adanya pandangan ini maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal, maupun horizontal yang membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang tidak mengenal kekusutan dan keterputusan. Dengan adanya aksioma ini para pelaku bisnis muslim tidak akan melakukan kegiatan bisnis yang mengandung tiga hal yaitu:

- a. Diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, dan mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.
- b. Terpaksa atau dipaksa melakukan praktik-praktik mal bisnis karena ahanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai, oleh karena itu, sikap ini akan terefleksikan dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensinya.
- c. Menimbun kekayaan atau serakah karena hakikatnya kekayaan adalah amanah Allah SWT.

2. Keseimbangan (Equilibrium)

Keseimbangan atau keadilan menggambarkan adanya dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Sifat keseimbangan atau keadilan bukan hanya

sekedar karakteristik alami, melainkan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Dengan demikian, kesetimbangan, kebersamaan dan kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Pada struktur ekonomi dan bisnis agar kuantitas keseimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Hubungan-hubungan dasar antara konsumsi, distribusi, dan produksi harus berhenti pada suatu kesetimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang.
 - b. Keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak oleh Islam daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang semakin menyempit.
 - c. Sebagai akibat pengaruh sikap egalitarian yang demikian kuat, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui hak milik yang tak terbatas maupun sistem pasar yang bebas dan tak terkendali.
3. Kehendak Bebas

Kehendak bebas merupakan kontribusi Islam yang paling orisinal dalam filsafat tentang konsep manusia “bebas”. Dimana manusia dianugerahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan prinsip ini, manusia dalam berbisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian.

4. Pertanggungjawaban

Secara logis, aksioma pertanggungjawaban ini selalu berhubungan erat dengan aksioma kehendak bebas. dimana aksioma ini menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan pertanggungjawaban atas semua yang dilakukan. Tanggungjawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia dan bahkan sebagai kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas kesetimbangan dalam masyarakat. Apabila aksioma ini dikaitkan dengan perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Hal ini dapat diimplementasikan paling tidak tiga hal yaitu:

- a. Dalam menghitung *margin*, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat.
- b. *Economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas kesalahan nol, dan tidak dapat ditetapkan terlebih dahulu.
- c. Islam melarang semua transaksi yang dicontohkan oleh Gharar dalam kepustakaan bisnis Islam klasik atau sistem ijon yang dikenal dalam masyarakat Indonesia.

5. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksud sebagai niat, sikap, perilaku yang benar yang meliputi proses akad transaksi, proses mencari atau memperoleh komoditas proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan atau laba. Sedangkan kebajikan adalah sikap ihsan yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Termasuk kebajikan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan atau keramahan oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerjasama bisnis. Sedangkan kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan dengan semua bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun.⁴⁷

F. Teori Tentang Bisnis Islam

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karena manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu salah satunya melalui bekerja. Sedangkan salah satu ragam bekerja yaitu berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, maka Allah SWT melapangkan bumi serta

⁴⁷R lukman Faurani, *Etika Bisnis dalam Al-Quran*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren. 2006), hal. 144-157.

menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki. Hal ini tercantum dalam surat Ibrahim ayat 32-34.

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْأَنْهَارَ ﴿٣٢﴾ وَسَخَّرَ لَكُمُ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَائِبَيْنِ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ﴿٣٣﴾ وَءَاتَاكُمْ مِنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ ۚ وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تَحْصُوهَا ۗ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ ﴿٣٤﴾

Artinya: “Allahlah yang menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit. Kemudian, dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezeki untukmu; dan Dia telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu berlayar dilautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah pula menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai. Dan, Dia telah menundukkan (pula) bagimu matahari dan bulan yang terus menerus beredar (dalam orbitnya); dan telah menundukkan bagimu malam dan siang. Dan, Dia telah memberikan kepadamu (keperluanmu) dari segala apa yang kamu mohonkan kepada-Nya. Dan jika kamu mengitung nikmat Allah, tidaklah kamu dapat menghitungnya.....)

Disamping anjuran untuk mencari rezeki, Islam juga sangat menekankan atau mewajibkan aspek kehalalannya, baik dari sisi pengelolaan dan pembelanjaan⁴⁸. Dalam mencari rezeki ini dapat dilakukan dengan berbisnis. Bisnis mempunyai beberapa arti yaitu usaha, perdagangan, toko, perusahaan, tugas, urusan, hak, usaha dagang, usaha komersial dalam dunia

⁴⁸Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajkusuma, *Mengagas Bisnis Islami*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2002), hal. 17.

perdagangan atau bidang usaha. Menurut Hughes dan Kapoor dalam R. Lukman Faurani, bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan laba atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dalam pandangan lain menyatakan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa pada konsumen. Pada pengertian bisnis ini mencakup 3 bagian yaitu:

1. Usaha perorangan kecil-kecilan dalam bidang barang dan jasa.
2. Usaha perorangan besar seperti pabrik, transportasi, perusahaan media.
3. Usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu bangsa.

Dengan demikian bisnis meliputi aktivitas memproduksi barang tambang atau pertanian dari bumi, memproses bahan-bahan dasar hingga berguna, membuat berbagai barang jadi, menjual dan membeli, mendistribusikan barang, menyediakan jasa, barang dagangan atau aktivitas yang berkaitan dengan suatu pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan. Bisnis juga merupakan serangkaian kegiatan yang terdiri dari tukar-menukar, jual-beli, memproduksi, memasarkan, bekerja serta melakukan interaksi manusia lainnya dengan maksud memperoleh keuntungan⁴⁹.

Sedangkan bisnis Islami adalah sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlahnya kepemilikan

⁴⁹R Lukman Faurani, *Etika Bisnis dalam Al-Quran*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren. 2006), hal. 26-27.

hartanya (barang dan jasa) termasuk profitnya, namun yang dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (aturan halal dan haram).⁵⁰

Dalam kegiatan bisnis yang sesuai dengan syariah ada 3 tujuan yang utama yaitu bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu sebagai berikut:

1. Target Hasil: *profit* materi dan *benefit* nonmateri

Tujuan perusahaan harus tidak hanya untuk mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya. Tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial, dan sebagainya.

2. Pertumbuhan

Jika profit materi dan benefit nonmateri telah diraih sesuai dengan target, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan atau kenaikan terus menerus dari setiap profit dan benefitnya itu. Hasil perusahaan akan terus diupayakan agar tumbuh meningkat setiap tahunnya. Upaya penumbuhan ini tentu dijalankan dengan koridor Islam.

3. Keberlangsungan

Belum sempurna orientasi manajemen suatu perusahaan bila hanya berhenti pada pencapaian target hasil dan pertumbuhan. Karena itu, perlu diupayakan terus agar pertumbuhan target hasil yang telah diraih dapat

⁵⁰Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajkusuma., *Mengagas Bisnis Islami*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2002), hal. 17.

dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama. Tetapi sebagaimana upaya pertumbuhan, setiap aktivitas untuk menjaga keberlangsungan tersebut juga dijalankan dalam koridor Islam.⁵¹

G. Penelitian Terdahulu

1. Karmila dalam penelitiannya "*Faktor-Faktor yang Menentukan Pengambilan Keputusan Peternak dalam Memulai Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Kecamatan Bissappu Kabupaten Bantaeng*". Karmila jenis penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif. Populasi adalah seluruh peternak ayam ras petelur yang terdapat di Kecamatan Bissappu Kabupaten Bantaeng sebanyak 69 peternak yang tersebar di 5 desa. Dimana dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi dan wawancara secara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua faktor yang menentukan pengambilan keputusan peternak dalam memulai usaha peternak ayam ras petelur di Kecamatan Bissappu yaitu faktor utama yang terdiri dari 5 variabel (adanya sarana dan prasarana, minat, keinginan memperoleh pendapatan, pengetahuan beternak dan modal usaha) dan faktor pendukung terdiri dari 2 variabel (adanya dukungan pemerintah dan keberanian mengambil resiko).⁵² Persamaan penelitian ini dengan

⁵¹Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajkusuma., *Mengagas Bisnis Islami*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2002), hal. 19.

⁵²Karmila. "*Faktor-Faktor yang Menentukan Pengambilan Keputusan Peternak dalam Memulai Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Kecamatan Bissappu Kabupaten Bantaeng*", (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2013).

penelitian karmila yaitu objek yang digunakan yang berkonsentrasi pada keputusan peternakan ayam sedangkan perbedaan yaitu dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan jenis penelitian deskriptif, teknik pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

2. Aam Bastaman dan Riffa Juffiasari dalam penelitiannya "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Bagi Wanita untuk Berwirausaha (Studi Kasus Anggota Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia DKI Jakarta)*" Aam Bastaman dan Riffa Juffiasari jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Populasi penelitian adalah wirausaha wanita dengan skala mikro, kecil dan menengah di DKI Jakarta. Dimana dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan studi atas data sekunder dari IWAPI DKI Jakarta, sumber-sumber media internet, dan dilengkapi dengan wawancara yang mendalam terhadap 8 informan anggota IWAPI.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi perempuan untuk berwirausaha yaitu dari faktor internal (minat yang ditunjang pengetahuan atau keterampilan, pemberdayaan diri dan motivasi) selain itu ada faktor eksternal serta lingkungan keluarga.⁵³Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aam Bastaman dan Riffa Juffiasari menggunakan jenis penelitian yang digunakan yaitu

⁵³Aam Bastaman dan Riffa Juffiasari . "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Bagi Wanita untuk Berwirausaha (Studi Kasus Anggota Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia DKI Jakarta)*" (Jakarta: Universitas Trilogia, 2015).

deskriptif kualitatif ,sedangkan perbedaan yaitu dalam penelitian ini menggunakan objek peternakan ayam dan teknik pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

3. Sehani dalam penelitiannya “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perempuan Memilih Berwirausaha (Studi Kasus Pada Penjahit Pakaian di Kecamatan Tampan-Pekanbaru). Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Populasinya adalah semua perempuan yang berprofesi sebagai penjahit pakaian yang ada di Kecamatan Tampan-Pekanbaru. Dimana dalam penelitian ini metode pengumpulan data dengan angket/kuesioner, wawancara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

- a. Variabel X_1 (Faktor kemandirian) $5,162 > 1,687$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 berpengaruh terhadap keputusan perempuan memilih berwirausaha (dengan signifikansi sebesar 0,000).
- b. Variabel X_2 (faktor emosional) $3,747 > 1,687$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 berpengaruh terhadap keputusan perempuan memilih berwirausaha (dengan signifikan sebesar 0,001).
- c. Variabel X_3 (faktor pendidikan) $3,304 > 1,687$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 berpengaruh terhadap keputusan perempuan memilih berwirausaha (dengan signifikan sebesar 0,002).⁵⁴

⁵⁴Sehani. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perempuan Memilih Berwirausaha (Studi Kasus Pada Penjahit Pakaian di Kecamatan Tampan-Pekanbaru)”. (Pekanbaru:UIN Suska Riau).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Sehani yaitu dalam penelitian ini menggunakan variabel yang yaitu pengambilan keputusan, sedangkan perbedaan yaitu dalam penelitian ini menggunakan objek peternakan ayam dan teknik pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

4. Rajesh Mehrotra dalam penelitiannya “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Pembuatan Keputusan Strategis Untuk Industri Minyak / Gas Uea-Studi”. jenis penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif kualitatif. Populasinya adalah 117 manajer perusahaan Minyak dan Gas di Indonesia UEA. Dimana dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan kuesioner kualitatif yang difokuskan pada pengumpulan profil demografi PT dari responden. Dengan hasil penelitian bahwa Empat faktor utama yang mempengaruhi strategi proses pengambilan keputusan untuk UAE Oil / Gas End- dalam menggunakan jasa kontraktor EPC ataupun kontraktor FEED.

Berdasarkan faktor utama seperti gaya kepemimpinan, struktur organisasi, budaya organisasi, dan sumber daya manusia dan Teknologi.⁵⁵ Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rajesh Mehrotra yaitu jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif ,sedangkan perbedaan yaitu dalam penelitian ini menggunakan objek peternakan ayam dan teknik

⁵⁵Rajesh Mehrotra, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Pembuatan Keputusan Strategis Untuk Industri Minyak / Gas Uea-Studi*”, (India: Universitas Nasional Jaipur, 2017) Jurnal Internasional Pemasaran & Manajemen Keuangan, Volume 5, Edisi 1.

pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

5. Mahmood Nooraie dalam penelitiannya “Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Strategis Proses”. Mahmood Nooraie jenis penelitian yang digunakan adalah jenis eksplorasi. Dengan hasil penelitian bahwa studi proses pengambilan keputusan strategis sangat penting dalam sebuah perusahaan dengan menggunakan beberapa pendekatan yang menghasilkan keputusan berdasarkan pertimbangan seperti besarnya dampak, ukuran organisasi, perusahaan kinerja, dinamisme, permusuhan, heterogenitas, industri, keragaman kognitif, konflik kognitif, kebutuhan prestasi manajer.⁵⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Mahmood Nooraie yaitu variabel yang digunakan adalah Pengambilan Keputusan, sedangkan perbedaan yaitu dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan jenis penelitian deskriptif, teknik pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

⁵⁶Mahmood Nooraie, “*Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Strategis Proses*” (Iran: Universitas Azad Islam, 2012) Jurnal Penelitian Akademik Internasional dalam Ilmu Bisnis dan Ilmu Sosial Vol. 2, No. 7.