

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Rantai pasok merupakan kumpulan aktivitas dari proses pembelian bahan baku hingga pendistribusian produk jadi. Salah satu aktivitas di dalam rantai pasok adalah pembelian produk dari pemasok. Aktivitas pembelian meliputi 2 aktivitas utama. Aktivitas pertama adalah penetapan spesifikasi, pemilihan, dan evaluasi pemasok.

Penentuan harga jual adalah unsur terpenting dalam pengambilan suatu keputusan untuk pertumbuhan perusahaan. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Penentuan harga jual produk dipengaruhi dengan berbagai faktor, diantaranya biaya.

Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang harus dilalui oleh arus barang dari produsen ke agen atau perantara atau pedagang besar terhadap pemakai, dalam hal ini konsumen. Saluran distribusi merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan perusahaan. Karena hal ini akan mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh manajer perusahaan. Dalam rangka memberikan suatu pelayanan yang baik terhadap konsumen, perusahaan harus memperhatikan saluran distribusi, yaitu dengan cara menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi udara dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Salah satu keuntungan strategi bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan kepuasan pelanggan adalah imbalan dari kepuasan yang bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama kepuasan seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang pelanggan. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

Berdasarkan hal tersebut maka tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan usaha tani bawang merah di Desa Tongging. Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti mengangkat judul “Strategi Pengembangan Usaha Bawang Merah Lokal Pada Desa Tongging”.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh rantai pasok terhadap kepuasan konsumen pada bawang merah lokal di Desa Tongging

2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada bawang merah lokal di Desa Tongging
3. Bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap kepuasan konsumen pada bawang merah lokal di Desa Tongging
4. Bagaimana pengaruh rantai pasok, harga, kemitraan terhadap kepuasan konsumen pada bawang merah lokal di Desa Tongging

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui rantai pasok pada kepuasan konsumen pada bawang merah lokal di Desa Tongging
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga pada kepuasan konsumen pada bawang merah lokal di Desa Tongging
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kemitraan pada kepuasan konsumen pada bawang merah lokal di Desa Tongging
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh rantai pasok, harga, kemitraan terhadap kepuasan konsumen pada bawang merah lokal di Desa Tongging

I.4 Landasan Teori

I.4.1 Rantai Pasok

Menurut Putradi (2017), “supply chain yaitu sebuah sistem organisasi yang didalamnya terdapat peran serta melakukan berbagai macam kegiatan, yang meliputi informasi, dana, dan sumber daya lainnya yang saling terkait dalam pergerakan suatu produk atau jasa dari pemasok ke konsumen atau pelanggan”.

Menurut Yolanda (2018), indikator rantai pasok yaitu :

1. Perencanaan
2. Sumber
3. Membuat
4. Pengiriman

I.4.2 Harga

Menurut Indriyo (2018), “definisi harga yaitu ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan di belinya itu tinggi”.

Menurut Amstrong (2018), indikator harga yaitu :

1. Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen.

2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas.
3. Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis

I.4.3 Saluran Distribusi

Menurut Kotler (2019), “saluran distribusi merupakan perusahaan dari perorangan yang melakukan kegiatan pemindahan barang dari produsen ke konsumen untuk menciptakan kegunaan produk tersebut ke konsumen”.

Menurut Yudhi Koesworodjati (2018), indikator kemitraan menurut yaitu :

1. Tempat
2. Waktu
3. Bentuk
4. Informasi

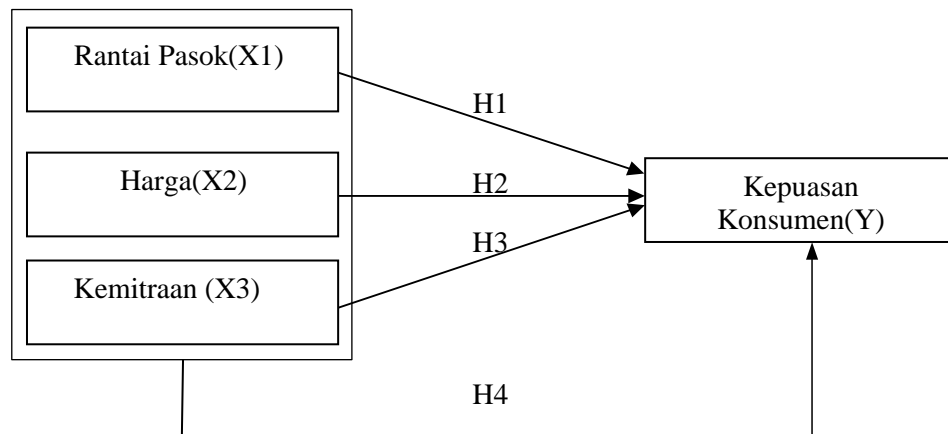
I.4.4 Kepuasan Konsumen

Menurut Park (2021), “mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi”.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018), indikator konsumen yaitu :

1. Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen
2. Sistem survei reputasi perusahaan
3. Sistem analisis konsumen

I.5 Kerangka Konseptual



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual