

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa sekarang ini warga Negara Indonesia kurang menyadari pentingnya mengkonsumsi protein hewani, tubuh manusia sangat membutuhkan banyak nutrisi, salah satu nutrisi yang paling penting bagi tubuh manusia adalah protein hewani. Protein hewani sangat penting bagi manusia asalkan tidak di konsumsi secara berlebihan karena, fungsi protein pada tubuh manusia adalah untuk membangun sistem kekebalan tubuh dan memperbaiki berbagai jaringan di dalam tubuh.

Manusia sejatinya memiliki sistem imun sendiri yang dibentuk untuk menangkal berbagai penyakit yang masuk ke dalam tubuh, proses penangkalan ini disebut dengan sistem kekebalan tubuh (Rahmawati et al., 2018). Untuk dapat mendukung sistem kekebalan tubuh manusia membutuhkan banyak protein, hal ini menyebabkan sistem kekebalan tubuh warga Indonesia rendah dan mudah terserang penyakit dan virus.

Manusia memerlukan pangan hewani (ikan, daging, susu dan telur) sebagai sumber protein untuk asupan gizi dalam rangka menjaga kesehatan, memelihara stamina tubuh, dan meningkatkan kecerdasan otak (Wahyuni et al., 2016). Pangan hewani yang sering di temukan dan mudah di cari yaitu ayam pedaging, jenis ayam ini sangatlah mudah di temui di pasaran dan tempat makan. Mengonsumsi ayam adalah salah satu cara seseorang untuk mencukupi kebutuhan proteinya. Pada saat ini konsumsi ayam warga negara Indonesia semakin meningkat dari tahun 2018 sampai 2020, hal ini menunjukkan bahwa warga negara Indonesia mulai menyadari pentingnya protein dari mengkonsumsi daging ayam.

Tabel 1. Komsumsi Ayam Warga Indonesia

Tahun	komsumsi Ayam (Kap/Kg/Tahun)
2018	7,19
2019	7,49
2020	7,77
Jumlah	22,45

Sumber: BPS diolah oleh BKP

Untuk dapat memenuhi kebutuhan protein hewani khususnya ayam broiler (pedaging) para pelaku usaha ayam Broiler (pedaging) meningkatkan jumlah produksinya. Usaha ayam Broiler (pedaging) merupakan salah satu jenis usaha yang sangat potensial dikembangkan. Hal ini tidak terlepas dari berbagai keunggulan yang dimilikinya antara lain masa produksi yang relatif pendek kurang lebih 32-35 hari, produktivitasnya tinggi, harga yang relatif murah, dan permintaan yang semakin meningkat. Ayam broiler merupakan jenis hewan ternak kelompok unggas yang tersedia sebagai sumber makanan, terutama sebagai penyedia protein hewani (Ratnasari et al., 2015). Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul populasi daging ayam ras pedaging di Kabupaten Bantul paling tinggi pada tahun 2020 yaitu 1.127.715 ekor. Hal ini tentunya untuk mencukupi kebutuhan protein warga kabupaten Bantul.

Tabel 2. Populasi Ayam Ras Pedaging di Kabupaten Bantul

Tahun	Populasi Ayam Ras Pedaging di kabupaten Bantul (Ekor)
2018	1 103 327
2019	918 590
2020	1 127 715

Sumber : BPS Kabupaten Bantul

Pada dasarnya pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum ataupun bukan badan hukum yang memiliki

kedudukan atau mendirikan diri untuk dilakukan pada wilayah kegiatan hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama diselenggarakan kegiatan usaha perjanjian dilalui dalam berbagai bidang ekonomi. Pada usaha ayam broiler ada beberapa pelaku usaha yang terlibat didalamnya seperti produsen dan distributor. Produsen pada usaha ayam broiler ini di tempati oleh pelaku usaha peternak ayam yang dapat mengembangbiakkan dan membudidayakan ayam sehingga ayam tersebut hingga siap dikonsumsi, kemudian pelaku usaha distributor ini yang mendistribusikan ayam tersebut sehingga konsumen atau pembeli bisa mendapatkan barang dengan cepat dan mudah.

Setiap pelaku usaha memiliki pekerjaan dan tanggung jawab masing masing, para pelaku usaha harus melakukan pekerjaannya sesuai prosedur yang telah di tentukan. Salah satu kewajibanya yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya (Print & Online, 2021). Adapun peran pelaku usaha distributor yaitu mendistributorkan produk tersebut hingga sampai kepada konsumen, hal ini menjadikan distributor perlu melakukan adanya pemasaran sehingga barang dapat sampai kepada para konsumen. Salah satu strategi pemasaran yang paling penting adalah promosi sehingga konsumen dapat tertarik dengan produk yang di pasarkan. sistem promosi yang sedang banyak digunakan oleh para pelaku usaha pada saat ini dengan menggunakan media sosial, menurut (Pratiwi, 2021)

Pemasaran media sosial adalah bentuk mempromosikan beragam bisnis dalam berbagai cara kepada sesama pengguna media sosial.

WhatsApp merupakan aplikasi yang berfungsi untuk berkirim pesan instan (InstansMessenger), tetapi jika ditinjau berdasarkan fungsi utamanya, WhatsApp mirip dengan aplikasi SMS (Short Messege Service) yang biasa digunakan diponsel lama. Hanya saja, WhatsApp tidak memanfaatkan pulsa langung seperti pada penggunaan SMS, melainkan menggunakan layanan internet (Pustikayasa, 2019). WhatsApp ini adalah salah satu media sosial yang banyak sekali penggunanya dari kalangan anak-anak hingga orang tua, hal ini yang dapat menjadikan aplikasi WhatsApp sangat berpotensi sebagai pemasaran melalui media sosial. Banyak pelaku usaha yang menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai pemasaran produknya dengan cara memposting produknya di status WhatsApp yang kemudian dapat dilihat oleh teman atau kerabatnya yang memiliki kontak seseorang tersebut. Penggunaan aplikasi WhatsApp dapat memudahkan merchant untuk berkomunikasi dengan konsumen dalam menyediakan barang dan jasa dengan menggunakan teknologi mobile atau perangkat komunikasi seperti smartphone, tabelt, komputer atau laptop (Akhmadi et al., 2021).

Selain media sosial pemasaran juga dilakukan melalui secara langsung yaitu pemasaran yang dilakukan oleh para karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut. Setelah pemasaran berhasil hal yang paling penting selanjutnya adalah pelayanan terhadap pelanggan atau konsumen. Industri atau bisnis yang berorientasi pada pelanggan, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi satu-satunya faktor penentu dari eksistensi perusahaan atau industri tersebut dalam terlibat di

industri atau bisnis yang penuh dengan persaingan, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensinya pelanggan akan berpindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang lebih memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumennya.

Pelayanan yang berkualitas dan memuaskan akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk selalu menjalin ikatan hubungan yang kuat, tentunya dapat meningkatkan kualitas dan kepuasan para pelanggannya dengan cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan mereka dan meminimumkan ataupun menghilangkan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi para konsumen tersebut (Listyawati, 2012). Bila konsumen telah merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan, tak jarang konsumen akan memberikan informasi kepada rekan dan kerabatnya mengenai apa yang telah mereka dapatkan di suatu usaha atau perusahaan tersebut. Secara tidak langsung hal ini akan sangat membantu usaha tersebut dalam mempromosikan produknya.

Dalam mengukur kepuasan konsumen terhadap pelayanan ada 5 dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (fandy tjiptono, 2014). Lima dimensi tersebut dapat mengukur seberapa puas konsumen tersebut terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu usaha tersebut.

UD. Sulatri adalah salah satu penjual ayam broiler berlokasi di Desa Patalan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, DIY yang berdiri sejak tahun 2010 dan sudah memiliki izin usaha dagang dan bersertifikasi Halal. Lokasi UD. Sulastri sangat strategis yang berdekatan dengan permukiman warga dan rumah makan yang

menggunakan bahan baku ayam. UD. Sulastri menjual berbagai potongan ayam seperti dada, paha atas dan bawah, sayap, kepala, ceker dan jeroan tidak hanya ayam yang sudah di potong tetapi UD. Sulatri menjual ayam utuh, hal ini di sebabkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan keinginan konsumen. Pelayanan untuk konsumen agar konsumen merasakan puas merupakan tujuan utama dari UD. Sulastri karena, kepuasan konsumen adalah salah satu faktor utama dalam menerapkan strategi untuk dapat bersaing dengan kompotitor. UD. Sulatri memiliki banyak pelanggan antara lain ibu rumah tangga sampai pelajar atau mahasiswa. UD. Sulatri bisa dikatakan penjual ayam broiler yang cukup ramai dikunjungi dan menerima pesanan lewat Aplikasi WhatsApp. Banyaknya pembeli di UD. Sulatri membuat pelayanan yang kurang maksimal kepada konsumen, karena UD. Sulastri hanya memiliki 3 karyawan, 2 karyawan melayani pembelian konsumen dan 1 karyawan untuk mengantarkan pesanan ayam dalam jumlah yang besar. Hal tersebut membuat terkadang konsumen harus mengantri dan menunggu.

Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam tentang bagaimana kepuasan konsumen ayam broiler terhadap pelayanan secara langsung maupun Via WhatsApp. Kita percaya bahwa kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup sebuah usaha. Dari latar belakang diatas tersebut, maka judul penelitian yang ingin diangkat oleh penulis adalah” Kepuasan Konsumen Ayam Broiler Terhadap Pelayanan UD. Sulatri Di Desa Patalan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, DIY” sebagai judul skripsi ini.

B. Tujuan Penelitian

Mendeskripsikan kepuasan konsumen terhadap pelayanan langsung dan Via WhatsApp berdasarkan dimensi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati di UD. Sulatri Desa Patalan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, DIY.

C. Kegunaan Penelitian

1. Bagi UD. Sulastri, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan usahanya untuk menambah keuntungan dan pendapatan.
2. Menjadi sumber informasi bagi pemilik usaha yang lainnya sebagai pembelajaran dalam meningkatkan usahanya.
3. Menjadi sumber informasi bagi penelitian yang akan datang mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan.