## BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Peternakan ayam petelur di Sumatera Barat bukan merupakan hal baru lagi, karena disetiap Kabupaten dan Kota ditemui perusahaan ayam petelur, termasuk di Kabupaten Agam. Peternakan ayam ras petelur di Kabupaten Agam pada umumnya masih dalam skala kecil dan menengah (Lampiran 1), sedangkan untuk skala besar belum ada. Menurut BAPENAS tahun 2003 pemeliharaan ayam petelur dengan jumlah diatas 20000-100000 ekor diategorikan usaha menengah. Dua perusahaan ayam ras petelur yang berskala usaha menengah namun terbesar di Kabupaten Agam yaitu milik Haji Djarasun dengan jumlah populasi sebanyak 57.000 ekor yang tersebar di beberapa lokasi di Kecamatan Tilatang Kamang (lampiran 2). Perusahaan lainnya adalah Nurispa Farm dengan jumlah ayam sebanyak 54.000 ekor yang berada pada satu lokasi di Kecamatan yang sama.

Sebagai perusahaan skala usaha menengah, Nurispa Farm juga berpeluang untuk memasuki pasar ekspor dan akan menghadapi persaingan yang ketat. Untuk menghadapi kondisi ini, maka Nurispa Farm harus meningkatkan daya saing bisnisnya. Konsep peningkatan daya saing dan efisiensi dalam operasional menjadi fokus utama bagi Nurispa Farm dalam berproduksi. Untuk menciptakan keunggulan bersaing, peternakan Nurispa harus dapat meningkatkan kemampuan manajemen produksi, distribusi dan pemasaran. Keunggulan bersaing dari sisi produksi tercermin dalam efisiensi produksi, biaya produksi yang rendah dan produksi yang tinggi sedangkan dari sisi distribusi produk (telur), dapat dilihat melalui tercapainya kepuasan konsumen yaitu terpenuhinya kebutuhan produk dengan kualitas dan kuantitas yang tepat, harga yang sesuai, lokasi, waktu dan kondisi yang tepat, yang tercermin dari permintaan telur yang selalu meningkat.

Sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing, Nurispa Farm sudah menjalin hubungan yang baik dengan beberapa pemasok input produksi seperti kandang, bibit, pakan, obat-obatan, peralatan kandang, egg-tray, transportasi, dan lain-lain. Relasi dan komunikasi yang terjalin sangat baik dengan beberapa pemasok, diharapkan dapat mempersingkat waktu perolehan input produksi sehingga memperlancar proses produksi. Manfaat yang diperoleh dari hubungan ini adalah kemudahan dalam memilih bahan baku berkualitas dengan harga yang lebih murah. Disamping itu juga dapat meningkatkan posisi tawar yang lebih tinggi, karena pemasok bersaing dalam memberikan pelayanan. Adanya para pemasok input ini, memberikan peluang bagi Nurispa Farm untuk berproduksi efisien, yang pada akhirnya diharapkan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Salah satu pendekatan strategi keunggulan bersaing adalah *Supply Chain Management*, yaitu serangkaian pendekatan pengelolaan rantai pasok yang diterapkan untuk mengintegrasikan pemasok, pengusaha, persediaan (gudang) dan lembaga pendistribusian (pemasaran) secara efisien, sehingga produk yang dihasilkan dapat sampai ke tangan konsumen pada waktu, lokasi dan kuantitas yang tepat, agar konsumen dapat memperkecil biaya perolehan dan memuaskan (Pujawan, 2005).

Hubungan pemasaran yang terjadi antara suatu perusahaan dengan pemasok dan pelanggannya akan mempengaruhi penerapan *supply chain management*. Semakin erat hubungan yang terjalin antara Nurispa Farm dengan pemasok maupun pelanggan maka penerapan *supply chain management* akan semakin baik pula. Kepuasan pemasok dan pelanggan merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan oleh Nurispa Farm. Saat ini permasalahan di peternakan Nurispa Farm adalah berkaitan dengan kepuasan pemasok dan pelanggan serta kepuasan Nurispa Farm sendiri terhadap mitra bisnisnya tersebut. Nurispa Farm masih merasakan banyak kendala dalam hubungannya dengan pemasok maupun pelanggannya seperti halnya keterlambatan pengiriman input produksi, prioritas pemenuhan

permintaan yang masih rendah, tunggakan dari pelanggan dan kurangnya komunikasi. Hal tersebut merupakan suatu masalah yang dapat menunjukkan adanya kualitas hubungan (marketing relationship) yang berbeda-beda antara Nurispa Farm dengan para pemasok dan pelanggannya. Marketing relationship yang semakin erat akan mempengaruhi konsistensi kerjasama sehingga kepuasan yang dirasakan oleh mitra bisnispun semakin besar (Daryanto, 2008). Oleh karena itu, penting bagi Nurispa Farm untuk mengetahui kualitas marketing relationshipnya dengan masing-masing pemasok dan pelanggannya. Jaringan dalam satu supply chain akan terjalin kuat dengan adanya hubungan kemitraan yang erat. Nurispa Farm harus mampu mengenali dengan baik pemasok dan pelanggannya dengan menjalin hubungan yang lebih intensif.

Uraian diatas membuka kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai *Marketing Relationship* peternakan Nurispa Farm dengan mitra bisnisnya dengan judul penelitian "Analisis Marketing Relationship dalam Supply Chain Management pada Peternakan Ayam Petelur di Kabupaten Agam (Studi Kasus: Nurispa Farm)".

#### 1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1. Bagaimana profil dari masing-masing pemasok dan pelanggan Nurispa Farm.
- 2. Bagaimana keterikatan hubungan (*marketing relationship*) antara Nurispa Farm dengan para pemasok dan pelanggannya.
- 3. Apakah *marketing relationship* berdampak terhadap *supply chain management* di peternakan Nurispa Farm.

# 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Mengidentifikasi dan menganalisis profil dari pemasok dan pelanggan peternakan Nurispa Farm.
- 2. Mengukur dan menganalisis *marketing relationship* antara peternakan Nurispa Farm dengan pemasok dan pelanggannya.
- 3. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak *Marketing relationship* dalam penerapan *supply chain mangement* di peternakan Nurispa Farm.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak sebagai berikut :

- Bagi Perusahaan, penelitian ini digunakan sebagai masukan dan pertimbangan dalam menjalankan operasional perusahaan, menjaga hubungan kerjasama dengan pemasok dan pelanggan dan merencanakan strategi perusahaan ke depan untuk meningkatkan keunggulan bersaing.
- Bagi peneliti-peneliti selanjutnya, sebagai salah satu bahan acuan untuk memperluas informasi dan referensi dalam melakukan penelitian dengan topik supply chain management.
- 3. Bagi penulis, sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama dibangku kuliah dalam kasus nyata di lapangan, dan kemudian sebagai salah satu syarat kelulusan untuk sarjana peternakan.