

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia hal ini di karenakan sektor pertanian merupakan bagian integral dari sistem pembangunan nasional. Sektor pertanian yang banyak di geluti oleh petani Indonesia yaitu meliputi : budidaya tanaman (tanaman pangan, padi , jagung, sagu dan juga termasuk perkebunan). Menurut sudut pandang keilmuan, semua usaha pertanian sebenarnya memiliki dasar-dasar pemikiran yang sama karena pada dasarnya usaha pertanian adalah kegiatan ekonomi yang dapat dipandang sebagai sistem yang kita kenal sebagai agribisnis (Haryanto, Tri 2009).

Kemampuan produksi pangan dalam negeri yang di dukung oleh kelembagan ketahanan pangan yang dapat menjamin pemenuhan kebutuhan pangan yang cukup ditingkat rumah tangga, baik dalam jumlah, mutu, keamanan, maupun harga yang terjangkau, yang di dukung dengan sumber-sumber pangan yang beragam sesuai dengan keragaman lokal (Haryanto, Tri, 2009)

Masalah ketahanan pangan yang terjadi di Indonesia tidak terlepas dari masalah makanan pokok (beras), hal ini terjadi karena yang di konsumsi oleh 90 % Penduduk Indonesia. Beras merupakan strategi komoditas ,tidak hanya komoditas pangan, tetapi juga dapat berfungsi sebagai komoditi politik. Untuk dapat memenuhi kebutuhan pangan masyarakat yang terus semakin meningkat hal

ini terjadi karena disebabkan oleh jumlah penduduk dan kesejahteraan masyarakat, maka pemerintah mudah untuk dapat menyediakan pangan nasional. Penyediaan beras untuk memenuhi kebutuhan konsumsi nasional sebenarnya tidak hanya dilakukan oleh pemerintah melalui Bulog dan Dolog, akan tetapi dilakukan juga oleh perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada keuntungan milik swasta (F. R. Agustin 2021).

Masyarakat Indonesia masih sangat bergantung terhadap produk-produk pertanian untuk memenuhi kebutuhan terutama dalam kebutuhan pangan. Indonesia memiliki beberapa komoditas pangan utama yaitu beras, kedelai, jagung, gandum sagu kentang dan ubi-ubian. Tetapi masyarakat di Indonesia mayoritas mengkonsumsi nasi hasil dari olahan gabah yang menjadi beras sebagai bahan pangan utama, hal ini menjadikan peluang bagi petani gabah dan produsen beras untuk mengembangkan usahanya di Indonesia. Hampir sebagian besar masyarakat Indonesia menjadikan beras sebagai kebutuhan pangan pokok hal tersebut menjadikan industri perdagangan beras merupakan barang konsumsi yang paling besar dan tinggi di pasar domestik Indonesia (Mayrowani & Pranadji 2016).

Bagi konsumen di Indonesia, beras tidak dapat dipungkiri merupakan salah satu makanan pokok di Indonesia. Tingkat pembelian konsumen beras mencapai 95 % meskipun tingkat di tiap masing-masing daerah di Indonesia berbeda. Hal tersebut didukung oleh fakta yang ada yaitu dari olahan beras yang dimasak menjadi nasi, memiliki rasa yang sesuai selera mayoritas masyarakat Indonesia. Selain itu beras juga mengandung gizi yang baik (F. R. Agustin 2021).

Daerah Jawa Tengah khususnya Kecamatan Godong adalah salah satu daerah yang populasi penduduk banyak atau pemukiman padat. Di daerah ini terkumpul berbagai pelanggan dari tingkat bawah, menengah sampai dengan tingkat keatas. Sehingga penjual dari berbagai macam banyak juga di temukan di sini, khususnya penjualan di bidang kuliner atau makanan yang berbahan dasar beras. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi lebih akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, pelanggan akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal atau relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik . Harga memiliki pengaruh langsung terhadap pemilihan toko, pelanggan juga akan selalu mempertimbangkan faktor harga dalam memasarkannya dalam waktu panjang dan untuk mendapatkan laba (Ulfah et al., n.d.).

Perusahaan toko beras harus mempunyai cara yang bisa dicapai untuk meningkatkan penjualan. Standar kualitas beras , bagi masyarakat Indonesia belum menjadi syarat pokok tapi masih diikuti oleh persyaratan lain seperti faktor rasa nasi pulen, empuk dan aroma, juga menjadi alternatif pilihan konsumen dalam menentukan pembelian yang dikonsumsi. Pentingnya pelanggan dipuaskan dengan memberikan harga yang relatif murah dan kualitas produk yang baik. Artinya, memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan pelanggan, dengan tujuan untuk mendapatkan para konsumen yang setia sehingga memberikan manfaat yang tinggi bagi perusahaan (F. R. Agustin 2021).

Untuk dapat mempertahankan pelanggan atau konsumen setia, pelaku usaha umkm harus memperhatikan faktor-faktor yang mendukung loyalitas pelanggan diantaranya yaitu, kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi semua perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan lebih cenderung mempengaruhi sikap pelanggan. Sedangkan konsep loyalitas pelanggan lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya Menurut Kotler dan Keller dalam (Sinurat et al., 2017) menyatakan *Customer loyalty* adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Banyak hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, diantaranya adalah kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk.

Berdasarkan manfaat loyalitas pelanggan tersebut maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggannya. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan

pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut takan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa pelayanan yang lain. Menurut Sinurat et al (2017) bahwa kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Sari & Kurnia (2018) menyatakan bahwa dengan memperbaiki fasilitas yang ada dan meningkatkan kemampuan karyawan dalam menangani keluhan konsumen secara tidak langsung akan meningkatkan kepuasan konsumen. Perusahaan atau umkm yang ingin meningkatkan kualitas layanan juga harus memperhatikan harga produknya, karena harga juga dapat mempengaruhi untuk memenangkan persaingan.

Sari & Kurnia (2018) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga yang tinggi menunjukkan bahwa organisasi tersebut dapat memenuhi harapan konsumen dalam penjaminan kualitas, apabila perusahaan tidak mampu memberikan kualitas yang terbaik maka hal ini dianggap penipuan oleh konsumen. Ketika perusahaan menawarkan harga tinggi dengan kualitas yang bagus, maka dapat menimbulkan kepuasan konsumen yang sesuai *ekspektasi* mereka. Menetapkan harga terlalu tinggi menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan

Putra & Ekawati (2017) menambahkan bahwa harga merupakan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengkonsumsian, penggunaan atau kepemilikan barang atau jasa. Perusahaan menetapkan harga agar dapat mengejar keberlangsungan hidup perusahaan, untuk memperoleh laba yang maksimum, pertumbuhan penjualan maksimum, dan kepemimpinan kualitas produk. Setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan.

Untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan salah satunya yaitu mempertahankan produk yang berkualitas. Kualitas produk merupakan fokus utama perusahaan dalam perusahaan, karena tanpa adanya produk perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk jika merasa cocok, oleh karena itu produk harus di sesuaikan dengan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembelian agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen (Riyono dan Budiharja, 2016:97). Menurut Kotler dan Keller (2009:143) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang yang dinyatakan atau tersirat. Berdasarkan kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan elemen yang dibutuhkan konsumen untuk tetap setia pada produk tersebut (Elaman & Agustin, 2019).

Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis beras umkm “UD Penggilingan Padi Berkah Abadi”. Persaingan

tersebut ditandai dengan berdirinya bisnis beras yang semakin banyak untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan, harga dan kualitas produk yang ditawarkan pun berbeda-beda, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bisnis beras. Hal tersebut menuntut pihak pengelola “UD Penggilingan Padi Berkah Abadi” untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding kompetitor lainnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan agar dapat melakukan perbaikan dan strategi yang diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan setelah melakukan transaksi di UD Penggilingan Padi Berkah Abadi. Adapun data penjualan selama tiga tahun terakhir di Bisnis “UD Penggilingan Padi Berkah Abadi” dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Table 1.1
Data Penjualan Beras UD Penggilingan Padi Berkah Abadi pada tahun 2018-2020

No	Tahun	Target Penjualan	Realisasi	Presentase
1	2018	100.000.000	75.000.000	75 %
2	2019	100.000.000	70.000.000	70 %
3	2020	100.000.000	52.000.000	52 %

Sumber : UD Penggilingan Padi Berkah Abadi

Berdasarkan table 1.1 merupakan data target dan realisasi penjualan UD Sumber Rezeki menunjukkan bahwa tingkat penjualan produk Beras UD Penggilingan Padi Berkah Abadi pada tahun 2018-2020 secara berturut turut mengalami penurunan. Penjualan menurun jika dilihat dari sudut pandang konsumen merupakan indikasi penurunan jumlah penjualan Beras di UD Penggilingan Padi Berkah Abadi, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk beras tersebut , persaingan ini dilakukan antar banyaknya usaha dagang penggilingan padi yang ada di sekitar UD Penggilingan Padi Berkah Abadi, dari tabel tersebut dan faktor-faktor sehingga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. UD Penggilingan Padi Berkah Abadi untuk melakukan strategi pemasaran agar upaya penjualan menjadi maksimal sesuai dengan penjualan semula atau mungkin lebih.

Dalam penelitian sebelumnya, bahasan studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk telah banyak di lakukan. Namun terdapat perbedaan hasil yang dilakukan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian yang di lakukan oleh Putra & Ekawati (2017) menunjukkan Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, begitu pula Sinurat et al (2017) dimana hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Fernandes & Solimun (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Harga juga salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. (Rimayang, 2018) Terdapat juga perbedaan penelitian terdahulu mengenai harga. Penelitian yang dilakukan (I. Agustin et al (2019) membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan. Begitu pula penelitian yang dilakukan Sinurat et al (2017) penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Tetapi dalam penelitian Maskur et al (2016) menunjukkan tidak ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

Mengenai kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan juga terdapat perbedaan penelitian. Elaman & Agustin (2019) penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini didukung yang menyatakan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Siregar & Hakim (2017) kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat di ajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN UD PENGGILINGAN PADI BERKAH ABADI)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah dalam penelitian ini penurunan penjualan pada UD Penggilingan Padi Berkah Abadi. Sehingga

perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut. “Bagaimana upaya UD Penggilingan Padi Berkah Abadi untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan? ”.

Dari masalah yang dipaparkan di atas dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian, antara lain :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan UD Penggilingan Padi Penggilingan Padi Berkah Abadi Godong?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan UD Penggilingan Padi Berkah Abadi Godong?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Penggilingan Padi Berkah Abadi Godong?
4. Bagaimana variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UD Penggilingan Padi Berkah Abadi Godong?

1.3 Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian yaitu untuk mengetahui sejauh manakah kualitas pelayanan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

1.3.1 Tujuan Khusus

1. Untuk menganalisis dan mendiskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan UD Penggilingan Padi Berkah Abadi Godong.

2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan UD Penggilingan Padi Berkah Abadi Godong.
3. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Penggilingan Padi Berkah Abadi Godong.
4. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD Penggilingan Padi Berkah Abadi Godong

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai evaluasi dan bahan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan upaya peningkatan loyalitas pelanggan terhadap kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk yang selama ini diterapkan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan wawasan tentang “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UD Penggilingan Padi Berkah Abadi”.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat khususnya mahasiswa dalam menyalurkan aspirasi atau ide terkait kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk guna memenuhi kebutuhan dan loyalitas pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulis skripsi ini, maka penulis membagi pembahasan ke dalam lima bab dengan sistematika adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan dalam penelitian ini. Latar belakang menjelaskan tentang dasar untuk memberikan pemahaman mengenai apa yang ingin penulis sampaikan yaitu nilai kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Rumusan masalah adalah bagian yang menjelaskan secara terperinci dengan pertanyaan-pertanyaan tertentu. Selain itu tujuan dan kegunaan penelitian dapat membantu memecahkan masalah dan mengembangkan ilmu pengetahuan secara teoritis.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan diuraikan hasil kajian pustaka (penelusuran literatur) yang telah dilakukan. Hasil kajian pustaka berupa landasan teori dan bahasan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, apabila dimungkinkan dapat

dikemukakan kerangka pikiran dan hipotesis. Sumber-sumber literatur harus relevan dengan permasalahan penelitian yang disajikan.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini akan membahas bagaimana metode penelitian dilakukan. Pembahasan bab ini meliputi: objek penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis. Objek penelitian yaitu tempat dimana penelitian dilakukan. Variabel penelitian dan definisi operasional yaitu variabel yang akan digunakan dalam penelitian dan mendefinisikan terlebih dahulu agar informasi bagaimana cara mengukur variabel dalam penelitian lebih jelas. Populasi dan sampel yang akan digunakan yaitu sesuai dengan kriteria penelitian yang sedang dilakukan. Selain itu adanya jenis dan sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri, data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui sekumpulan data yang dirangkum khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti dan data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak peneliti sebelumnya dan berkaitan dengan permasalahannya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Bab IV : Hasil Dan Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas secara rinci hasil penelitian atau pengamatan yang disajikan menurut topik dan sub topik secara berurutan. Bab ini akan menjawab permasalahan penelitian yang diangkat berdasarkan hasil pengolahan

data dan landasan teori yang relevan. Penyajian hasil dapat dilakukan dalam bentuk uraian yang digabung dengan tabel, gambar, atau grafik.

Bab V : Penutupan

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan penulis menuliskan bagaimana pernyataan singkat, jelas, analisis, pembahasan, dan pengujian hipotesis dalam sebuah penelitian. Selain itu saran dari seorang peneliti yang berkaitan dengan pemecahan masalah yang menjadi objek penelitian ataupun kemungkinan penelitian lanjutan.