

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Era globalisasi memberikan dampak besar pada perekonomian dan menumbuhkan tantangan baru untuk profesi-profesi didalamnya. Pelaku perekonomian dituntut untuk peka terhadap setiap perubahan yang terjadi di berbagai belahan dunia yang dapat mempengaruhi pasar dalam negeri dan terbentuknya terobosan baru. Dalam beragamnya kebutuhan konsumen membuat para pengusaha berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menarik minat konsumen ataupun pelanggan. Pelanggan pun kini sudah semakin selektif dalam memilih suatu produk atau jasa dikarenakan semakin berkembangnya teknologi khususnya media sosial, sehingga informasi yang beredar semakin cepat untuk didapat oleh penggunanya.

Dengan kondisi persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan memiliki kesadaran tentang pentingnya kualitas pelayanan untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Kualitas pelayanan yang baik menjadi aset yang sangat bernilai bagi sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan dapat memberikan efek baik jangka panjang, dan juga dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan, agar para pelanggan dapat terus memanfaatkan jasa, membeli produk, atau bertransaksi pada sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang tersebut. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk

maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen<sup>2</sup>

Pada era modern dan penuh dengan perkembangan teknologi sekarang ini perkembangan bisnis menjadi sangat pesat diseluruh dunia, hal tersebut berjalan searah dengan saling melengkapi satu sama lainnya, pasar terbuka luas bagi siapa saja, namun persaingan juga semakin ketat. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif agar perusahaannya mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan lain yang berkecimpung pada sektor perekonomian yang sama. sebuah perusahaan harus bisa mengikuti perkembangan yang terjadi, dan peka atas setiap peluang-peluang yang ada.

Pada era sekarang ini khususnya sektor pertanian sering kali dipandang sebelah mata dan disisihkan seakan tidak lagi menjadi sebuah profesi yang modern, khususnya didaerah perkotaan selain terbatasnya lahan untuk pertanian karena padatnya pemukiman penduduk, juga berkurangnya minat muda-mudi untuk menjadi seorang petani dikarenakan ada profesi yang lebih menjanjikan dibandingkan berprofesi sebagai seorang petani. tapi kenyataanya pertanian merupakan salah satu sektor penggerak roda perekonomian nasional. Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS), pada triwulan II 2017, sektor pertanian terus memberi kontribusi positif untuk perekonomian Indonesia. Menurut BPS, terlihat bahwa besaran produk domestik bruto (PDB) Indonesia mencapai Rp 3.366,8 triliun.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Heni Rohaeni dan Nisa Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan" *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 2 (September, 2018), 314.

<sup>3</sup>Haris Prahara, *Sektor Pertanian dan Citra Indonesia di Mata Dunia* [Kompas.com], 30/09/2017,13:20WIB,tersediadisitus:<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/30/132000326/se>

Pada daerah-daerah pedesaan profesi sebagai seorang petani masih sangat menjamur di kalangan masyarakat dan turun temurun pada anak cucu mereka, hal ini dikarenakan masih tersedianya lahan yang luas untuk bercocok tanam, berkebun, dan sawah. Hanya saja harga yang ditawarkan untuk hasil bumi atau panen dari para petani sering kali tidak sesuai dengan jerih payah yang dikeluarkan oleh para petani, termasuk modal dan tenaga, karena profesi sebagai seorang petani adalah profesi yang sangat menguras waktu, tenaga, dan modal. Kadang kala harga yang ditawarkan bisa sangat rendah, bisa juga tinggi tapi tidak dalam masa panen. Jika dirasa hal ini bisa dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk mengambil peluang untuk meningkatkan kualitas para petani dan roda perekonomian, dikarenakan hal tersebut juga merupakan peluang usaha.

Dengan terciptanya sinergi antara pengusaha, petani dan teknologi diharapkan mampu mendongkrak roda perekonomian, seorang pengusaha harus mampu memanfaatkan teknologi yang tersedia semaksimal mungkin sebagai media perekonomian agar mampu menyerap informasi dan peluang usaha sebanyak-banyaknya, begitupun dengan seorang petani juga harus memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin agar dapat membantu dalam hal pertanian dan perekonomian.

UD. Polowijo merupakan usaha yang bergerak pada jual beli hasil bumi masyarakat di daerah Dsn. Gabahan, Ds. Tawing, Kec. Munjungan. Beberapa aktivitasnya adalah membeli cengkeh, kelapa, pisang dan hasil bumi lainnya. Tak sedikit masyarakat yang percaya dan sering menjual hasil bumi mereka kepada UD. Polowijo. Peneliti memilih lokasi Ud. Polowijo sebagai objek penelitian

dikarenakan lokasi tersebut menjadi pusat terbesar masyarakat dalam memperjual hasil panen mereka, yang nnotabnya masyarakat sekitar daerah Ud. Polwowijo berprofesi sebagai petani dan pekebun.

Akhirnya peneliti menjadikan Ud. Polowijo menjadi tempat yang menarik untuk diteliti di karenakan usaha tersebut mampu terus berkembang dari hari kehari dan dapat bertahan dari kurun waktu yang cukup lama, sehingga peneliti menjadikan hal tersebut sebagai sesuatu yang laying di pelajari dan dilakukan penelitian. Ud. Polowijo merupakan jenis usaha yang bergerak pada bidang jual beli hasil panen dari para petani yang ada didaerah Dusun Gabahan Desa Tawing Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek.

Dengan pertimbangan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Kualitas Pelayanan Pada UD. Polowijo Desa Tawing Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah pada masalah ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh UD.Polowijo ?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh UD. Polowijo untuk meningkatkan kualitas pelayanan ?
3. Bagaimana hambatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada UD. Polowijo ?
4. Bagaimana solusi UD. Polowijo dalam meningkatkan kualitas pelayanan ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk memaparkan bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh UD. Polowijo agar tetap bertahan pada persaingan antar pengusaha
2. Untuk mendiskripsikan strategi UD. Polowijo dalam meningkatkan kualitas pelayanan
3. Untuk mendiskripsikan hambatan-hambatan UD. Polowijo dalam hal kualitas pelayanan
4. Untuk mendiskripsikan solusi yang di lakukan UD. Polowijo dalam menghadapi hambatan-hambatan di dalam kualitas pelayanan

#### **D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas maka identifikasi penelitian dan batasan masalah adalah

1. Ruang lingkup penelitian ini membahas tentang “Kualitas Pelayanan Pada UD. Polowijo”. Penelitian ini digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan agar dapat bertahan pada persaingan yang ketat antar pengusaha.
2. Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian hanya pada kualitas pelayanan pada UD. Polowijo dan peran kualitas pelayanan dalam menghadapi persaingan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka diharapkan hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Dapat memberikan wawasan dalam memahami ilmu manajemen pemasaran dan memperluas pengetahuan yang telah diperoleh selama kuliah dan dunia kerja yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk mengembangkan usaha bisnis mereka.

3. Bagi Almamater

Dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

## **F. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka dapat diharapkan dari hasil penelitian ini dapat diperoleh manfaat dan kegunaannya antara lain sebagai berikut:

### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat mempersembahkan dedikasi mengenai pemikiran yang mengembangkan ilmu pengetahuan Kualitas Pelayanan, terutama dalam menghadapi persaingan.

### 2. Secara Praktis

- a. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan masukan dan bahan evaluasi dalam upaya meningkatkan penjualan dan pembelian.
- b. Bagi Mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang mendalam kepada mahasiswa tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.
- c. Bagi Peneliti Lanjutan, hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau bahan pustaka atau rujukan bagi peneliti dengan tema yang sama atau sejenis.

## **G. Penegasan Istilah**

Supaya mudah dipahami dan untuk memudahkan pembahasan selanjutnya, maka terlebih dahulu penulis akan mengemukakan pengertian beberapa istilah kunci dalam skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan merupakan konsep dari kerangka strategi pemasaran dengan fokus pemikiran bahwa pelanggan memiliki harapan dan

perusahaan berupaya dalam mengimbangi harapan tersebut dengan mewujudkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan<sup>4</sup>.

2. Kepuasan konsumen atau pelangganKepuasan pelanggan merupakan keberhasilan suatu usaha karena dapat meningkatkan tingkat profitabilitas dan memperluas pangsa pasar yang mana perasaan puas ini akan menimbulkan rencana untuk pembelian ulang dan sebaliknya apabila pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan akan merespon dengan tindakan mendiamkan saja atau dapat juga melakukan komplain atas keluhan yang dirasakan<sup>5</sup>
3. Keunggulan bersaing dapat diperoleh dari konsumen yang loyal dikarenakan puas terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan dengan baik oleh sebuah perusahaan, sehingga mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

---

<sup>4</sup> Muhammad Ryan Fauzi dan Kastawan Mandala, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan", E-Jurnal Manajemen, Vol.8, No.11, (2021), 6743.

<sup>5</sup> Muhammad Ryan Fauzi dan Kastawan Mandala, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan", E-Jurnal Manajemen, Vol.8, No.11, (2021), 6744.