

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Era globalisasi di tandai dengan berkembangnya teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia yang memanfaatkan teknologi sebagai sumber penghasilannya misalnya untuk berjualan, memasarkan produk, media promosi, pengiriman barang dan sebagainya. Teknologi yang digunakan oleh masyarakat khususnya pengusaha tidak hanya untuk mempromosikan akan tetapi untuk melihat daya saing usahanya, kualitas produk yang laku dipasaran, hal tersebut untuk mengantisipasi banyaknya saingan dalam bisnis atau usaha yang sangat berdampak pada pendapatan usahanya. Bisnis merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat untuk kesejahteraan masyarakat.

Usaha yang berkembang saat ini sangat banyak untuk memenuhi kebutuhan baik sandang, pangan, dan papan. Salah satu usaha yang berkembang lumayan pesat adalah usaha paving dan gorong-gorong dimana usaha paving telah menyediakan berbagai keperluan di bidang paving seperti gorong-gorong, paving stone hidrolis, paving multiblok, buis beton dan sebagainya, usaha tersebut telah menaik pesat karena permintaan yang semakin tinggi. Para pengusaha paving kalau dilihat berdasarkan fakta banyak yang menjadi sukses dan dapat mempertahankan usahanya, akan tetapi dibalik kenaikan penghasilan (*income*) yang didapatnya tidak luput

dari persaingan usaha yang merajalela. Saat ini sudah banyak usaha-usaha atau bisnis yang banyak digeluti dari semua kalangan, baik kalangan muda maupun kalangan tua. Perkembangan usaha-usaha atau bisnis di Indonesia meningkat sangat pesat dari tahun ke tahun. Berbagai macam bisnis maupun usaha juga telah memiliki keunggulan masing-masing dibidang usahanya. Hal ini tentu saja membuat antar usaha atau bisnis mengalami persaingan yang sangat tajam, terutama persaingan yang ada didalam usaha atau bisnis paving khususnya yang berada di Kabupaten Tulungagung sudah banyak bisnis paving bermunculan, hal ini secara tidak langsung mengancam kelangsungan berdirinya usaha ini karena banyaknya persaingan yang terjadi.

Akan tetapi pada Usaha Dagang Mitra Jaya Bisa menjaga stabilitas omset dan usahanya dengan baik, seperti tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan, memberikan pelayanan yang baik dan ramah, selalu mengutamakan kualitas produk dan kepuasan dari pelanggan, juga memberikan kompensasi jika terjadi kerusakan dengan mengganti produk yang baru dan lain sebagainya, sehingga membuat pelanggan atau konsumen kembali membeli produk tersebut.

Usaha Dagang Mitra Jaya selain mencari omset atau keuntungan juga menomor satukan dalam memperhatikan kualitas produk karena kualitas produk yang bagus itu baik untuk jangka panjang dan membuat pelanggan puas dengan produk tersebut sehingga memberikan dampak yang bagus bagi perusahaan karena pelanggan akan kembali lagi untuk membeli

produk, selain itu kualitas yang bagus juga mempengaruhi sebuah perusahaan untuk terus berdiri dan bisa bersaing di masa mendatang. Selain memperhatikan kualitas produk di perusahaan harus tetap berhubungan baik kepada pelanggan atau konsumen, memberikan pelayanan yang baik dan ramah dll dengan tujuan agar pelanggan merasa nyaman dan puas dengan produk serta pelayanan perusahaan. Dibuktikan dengan hasil penjualan pada tahun 2020-2022.

Tabel 1.1

Data Penjualan Tahun 2020-2022

Data Penjualan Tahun 2020 – 2022		
No.	Tahun	Total
1	2020	1.491.910.000
2	2021	2.018.590.000
3	2022	2.489.740.000
JUMLAH		6.000.240.000

Sumber : Wawancara di Lapangan

Berdasarkan Tabel 1.1 data penjualan tersebut bahwa kenaikan omset pada Usaha Dagang Mitra Jaya mengalami kenaikan setiap tahunnya. Seorang produsen dalam menjalankan bisnis dan usahanya harus mampu mengendalikan usahanya melalui berbagai tindakan yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Produsen merupakan kunci utama dalam mengendalikan kegiatan produksi dengan cara menghasilkan produk kemudian memasarkan atau menjualnya kepada konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dari produk yang

dihasilkannya. Pertanyaan ini patut untuk dipikirkan oleh setiap produsen, karena merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh para pemimpin perusahaan dan salah satu proyek perusahaan.²

Kegiatan produksi, produsen akan selalu dihadapkan pada penciptaan input guna memberikan output dalam berbagai kesempatan. Hal ini seperti memperhitungkan besaran dari setiap biaya yang akan digunakan untuk proses produksi dan penjualan. Sehingga para produsen harus mempertimbangkan pertimbangan sebelum mengambil sebuah keputusan. Menggali informasi akan permintaan pasar sangat penting dilakukan guna memastikan ketersediaan berbagai input yang dimiliki perusahaan guna mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Jika produksi yang dilakukan dapat mendukung aktivitas usaha, dengan sendirinya keberlangsungan hidup perusahaan akan berjalan sesuai tujuan yang sudah direncanakan perusahaan. Setiap produsen memastikan agar kegiatan produksinya selalu mengutamakan kualitas produk, maka dengan begitu akan meningkatkan daya saing terhadap produk dipasaran yang menjadi poin penting produsen untuk meningkatkan kualitas perusahaanya. Selain itu biaya produksi juga akan menentukan harga jual yang diberikan, sehingga hal tersebut juga dapat mencerminkan bagaimana kemampuan produsen untuk dapat mendistribusikan produk tepat pada waktunya. Mutu produk yang berkualitas juga menjadi perhatian dari para konsumen. Produk

² Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), hal. 14

yang mempunyai mutu yang bagus keunggulannya akan terlihat gamblang dipasaran, namun permintaan pasar juga akan meningkat dan menghilang karena mutu dari produk. Sehingga mutu merupakan prioritas yang diutamakan pada pasar dan sebagai penguat eksistensi pada produk.

Kualitas produk merupakan salah satu keinginan konsumen untuk memuaskan segala kebutuhannya dan akan meningkatkan pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian. Kesesuaian suatu barang untuk digunakan oleh konsumen dapat dilihat dari ciri-cirinya yaitu teknis, psikologis, garansi dan etika. Selain itu, ada dua aspek penting dalam kesesuaian produk, yaitu produk memenuhi kebutuhan konsumen dan memiliki cacat minimal. Produk yang memenuhi kebutuhan konsumen ditandai dengan kualitas tinggi dan ciri-ciri lain yang lebih unggul dibandingkan pesaing, memuaskan keinginan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian ulang konsumen. Kualitas produk yang tinggi tentunya akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan, yang selanjutnya dapat meningkatkan kepuasan dan permintaan konsumen sehingga produk dapat terjual dengan cepat di pasaran.³ Selain itu produknya dapat bersaing, dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih luas dan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi.

Keberhasilan dari seorang produsen dapat terlihat dari penjualan yang sudah dicapai dalam suatu periode dengan pendapatan yang tinggi.

³ M. Arif Nur Rianto dan Amalia, *Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prena Media Group, 1999), hal. 35

Ketika penjualan produk mengalami peningkatan pastinya berbanding lurus dengan tingkat keputusan pembelian dari konsumen. Oleh karena itu penting suatu perusahaan terus menjaga kualitas produk agar konsumen tetap memilih pembelian diperusahaan tersebut. Perilaku produsen untuk memaksimalkan keuntungan atau laba yaitu berapa banyak output yang akan ditawarkan, hal tersebut dapat berpengaruh kenaikan omset. Pendapatan omset menunjukkan bahwa usaha tersebut maju dan berkembang sehingga bisa bertahan sampai saat ini.⁴

Peningkatan omzet penjualan sangat berhubungan dengan keuntungan dalam suatu produksi karena mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan, akan tetapi seorang produsen juga harus memperhatikan kualitas barang yang di produksi agar konsumen puas dengan produknya. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omset. Faktor pertama yaitu faktor internal (faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak perusahaan) berupa kemampuan perusahaan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan, kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan serta kebijaksanaan untuk memilih perantara yang digunakan. Faktor kedua yaitu Faktor eksternal (faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pihak perusahaan) berupa perkembangan ekonomi dan

⁴ Karl E Case dan Ray C Fair, *Principles of Economic* (Jakarta: Prenadamedia, 2007),hal.168

perdagangan baik nasional maupun internasional, kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter dan suasana persaingan pasar.⁵

Menariknya pada Usaha Dagang Mitra Jaya ini bukan hanya menjual bahan bangunan berupa cat, besi, kayu dan sebagainya, tetapi Usaha Dagang Mitra Jaya memproduksi memproduksi beberapa bahan konstruksi bangunan seperti paving stone hidrolis, paving multi blok, dan gorong-gorong. Usaha ini berlokasi di Dusun Mindi Desa Ngebong Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan observasi awal, perilaku produsen yang dilakukan oleh perusahaan Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan omset penjualannya selain memaksimalkan omset atau keuntungan, produsen juga mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam hal pembangunan

Alasan pemilihan Usaha Dagang Mitra Jaya yang berada di Desa Ngebong Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung sebagai tempat penelitian yaitu peneliti melihat perilaku produsen dalam memproduksi berbagai macam jenis paving dan gorong-gorong serta perusahaan ini berdiri sudah cukup lama, jaringan bisnisnya juga sudah banyak dan masih bertahan hingga sekarang. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perilaku Produsen dalam Meningkatkan Omset Penjualan dan Kepuasan Pelanggan di Usaha Dagang Mitra Jaya Desa Ngebong Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung”.

⁵ Rika Sylvia dkk, Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada UD Rahmani Sasirangan Kabupaten Banjar, *Jurnal Dinamika Ekonomi*, Vol.12 No.1, 2019, hal. 54

B. Fokus Penelitian

Dari fokus penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti menetapkan fokus penelitian yang akan di bahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana perilaku produsen pada Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan omset penjualan?
2. Bagaimana perilaku produsen pada Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat produsen Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan omset penjualan dan kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendiskripsikan perilaku produsen pada Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan omset penjualan.
2. Untuk mendiskripsikan perilaku produsen pada Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Untuk mendiskripsikan faktor pendukung dan penghambat perilaku produsen Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan omset penjualan dan kepuasan pelanggan.

D. Identifikasi Penelitian, dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, diperlukannya identifikasi masalah penelitian agar penelitian ini dapat

dilakukan lebih mendalam, terarah dan sempurna. Oleh karena itu, ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut:

- a. Perilaku produsen pada Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan omset penjualan.
- b. Untuk mendiskripsikan perilaku produsen pada Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Faktor pendukung dan penghambat perilaku produsen Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan omset penjualan dan kepuasan pelanggan.

2. Batasan Masalah

- a. Bagaimana perilaku produsen pada Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan omset penjualan?
- b. Bagaimana perilaku produsen pada Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?
- c. Apa saja faktor pendukung dan penghambat perilaku produsen Usaha Dagang Mitra Jaya dalam meningkatkan omset penjualan dan kepuasan pelanggan?

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa manfaat antara lain:

1. Kegunaan teoritis
 - a Untuk mengetahui perilaku produsen dalam meningkatkan omset dan kepuasan pelanggan sehingga dapat menjadi referensi bacaan

yang memberi dampak positif, pemikiran yang baik, dan terbuka bagi pembaca atau penulis di kemudian hari.

- b. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengetahuan bagi para pembaca mengenai perilaku produsen bahan bangunan dalam meningkatkan omset dan kepuasan pelanggan, faktor pendorong dan penghambat, dan juga perilaku produsen dalam kegiatan produksinya.
- c. Menambah kepustakaan dalam dunia kewirausahaan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

2. Kegunaan praktis

a. Bagi UD Mitra Jaya

Menyajikan ilustrasi lebih jelas tentang eksistensi bisnis saat ini dan dapat menjadi bahan pertimbangan, disisi lain membantu perusahaan dalam melihat solusi dari berbagai macam sudut pandang yang tentunya juga akan menjadi bahan evaluasi dan pengembangan untuk perusahaan.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang peneliti peroleh serta menambah wawasan dan pengalaman baik di dalam bidang penelitian maupun penulisan karya ilmiah dan sebagai tugas akhir syarat untuk mendapatkan gelar S-1.

c. Bagi yang akan Datang

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti yang akan datang sebagai bahan kajian penunjang dan bahan pengembang perancangan penelitian dalam meneliti hal-hal yang berkaitan dengan topik di atas

d. Bagi Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung sebagai tambahan sumber ilmu dan sumbangan pemikiran untuk tercapainya tujuan pembelajaran ekonomi syariah.

e. Lembaga

Dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk penelitian yang selanjutnya, maka hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan menjadi bahan informasi untuk penelitian selanjutnya, supaya dengan adanya penelitian ini dapat memberikan motivasi dan informasi untuk meningkatkan semangat dalam melakukan penelitian sehingga hasilnya lebih baik dan menyeluruh sehingga dapat bermanfaat secara luas.

F. Penegasan Istilah

Agar pemahaman terhadap maksud judul menjadi terarah serta untuk menghindari kesalah pahaman dalam menginterpretasikan judul skripsi ini maka penulis merasa perlu mengemukakan makna dan maksud

kata-kata dalam judul tersebut sekaligus memberikan batasan-batasan istilah agar dapat dipahami secara kongkrit. Adapun istilah yang dimaksud sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Perilaku Produsen

Teori perilaku produsen adalah suatu teori yang menjelaskan tentang bagaimana tingkah laku produsen dalam menghasilkan produk yang selalu berupaya untuk mencapai efisiensi dalam kegiatan produksinya. Produsen berusaha untuk menghasilkan produksi sebanyak mungkin dengan mengatur penggunaan factor produksi yang paling efisien.⁶ Produksi menurut Joesron dan Fathorrozi dinyatakan sebagai hasil akhir (*output*) dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan (*input*).⁷ Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Putong terkait produksi, bahwa produksi atau memproduksi merupakan kegiatan menambah kegunaan, nilai guna, atau manfaat suatu barang, lebih dari bentuk semula (sebelumnya).⁸

b. Omset Penjualan

Menurut Chaniago memberikan pendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari

⁶ Riani Nur Aini, *Analisis Perilaku Konsumen, Produsen, dan Pasar dalam Islam pada Masyarakat*, Vol. 1, No. 2, 2020, hal. 219

⁷ Tati Suharti Joesron dan Fathorrozi, *Teori Ekonomi Mikro: Dilengkapi Beberapa Bentuk Fungsi Produksi* (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal. 2

⁸ Iskandar Putong, *Economics, Pengantar Mikro dan Makro* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), hal. 88

hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Omzet atau sering dikenal dengan kata omset yang berarti jumlah, sedangkan penjualan merupakan kegiatan menjual produk atau benda yang bertujuan untuk mencari keuntungan atas laba atau pendapatan.⁹

Pengertian Omzet penjualan Menurut Kamelia, mengemukakan omzet penjualan adalah “Penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam suatu jangka waktu tertentu”. Menurut Pass dan Lowes yang diterjemahkan oleh Santoso dalam Kamelia, menemukan pengertian omzet penjualan sebagai berikut: “Omzet penjualan adalah “Jumlah produk atau merek suatu perusahaan yang terjual dalam suatu periode”.¹⁰

c. Kepuasan Pelanggan atau Konsumen

Menurut Kotler definisi kepuasan adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau hasil yang mengecewakan dari membandingkan penampilan produk yang telah disediakan (hasil) dalam yang berhubungan dengan harapan si pelanggan. Dengan demikian kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita keinginan dari mereka,

⁹ Nikmatus Sholicha dan Renny Oktafia, “Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan UMKM Desa Sumberkembang Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, dalam <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id> diakses pada 16 Januari 2024.

¹⁰ Yenni Sofiana Tambunan dan Nelly Azwarni Sinaga, Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Omzet Penjualan Pada CV. Graha Mineral Arsi Sibolga, *Jurnal AKRAB JUARA*, Vol. 6 No. 3, Edisi Agustus 2021 dalam <http://www.akrabjuara.com> diakses pada 11 Februari 2024

tetapi apa yang sesungguhnya mereka inginkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan. Atau secara singkat adalah memenuhi kebutuhan pelanggan. Hunt mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan sebagai proses evaluasi dari pengalaman menggunakan layanan yang seharusnya sesuai dengan apa yang diharapkan.¹¹

2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional dalam penelitian yang berjudul “Analisis Perilaku Produsen dalam Meningkatkan Omset Penjualan dan Kepuasan Pelanggan di Usaha Dagang Mitra Jaya Desa Ngebond Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung” ini adalah beberapa perilaku produsen yang dapat meningkatkan omset penjualannya serta memperhatikan kepuasan pelanggan atau konsumen atas pembelian produk terhadap perusahaan tersebut.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini berguna untuk memudahkan peneliti dalam menyusun dan membahas bagian per bagian. Dalam penelitian ini sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian ini terdiri halaman judul, halaman sampul dalam, persetujuan pembimbing, pengesahan, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar table, daftar lampiran, abstrak.

¹¹ Nabil Musyaffa dan Ngatno, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi” dalam <https://ejournal3.undip.ac.id> diakses pada 16 Januari 2024

2. **Bagian Utama (inti)** terbagi menjadi enam bab, masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab, yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN: Pembahasan di bab ini merupakan gambaran dari keseluruhan isi yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi penelitian dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA: Pada bab ini penulis membahas tentang kajian teori-teori pendukung yang sesuai dengan pembahasan penelitian. Dalam hal ini penulis membahas yang berisi penjelasan dari kewirausahaan, perilaku produsen, omset penjualan dan kepuasan pelanggan atau konsumen, penelitian terdahulu, kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN: Pada bab ini terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN: Pada bab ini penulis membahas tentang paparan data tentang gambaran umum Usaha Dagang MITRA JAYA yang terletak di Desa Ngebong Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung, sejarah Desa Ngebong, sejarah UD Mitra Jaya, gambaran umum Desa Ngebong, lokasi perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi, data penjualan, hasil produk, dan paparan temuan hasil penelitian dalam lapangan.

BAB V PEMBAHASAN: Pada bab ini membahas tentang temuan pada saat penelitian dengan dikuatkan pada teori sebelumnya. Pembahasan tentang analisis data penelitian. Bab ini membahas tentang semua sub bab yang terdapat dalam bab III. Analisis ini isinya akan memadukan antara deskripsi teori (BAB II) dengan hasil penelitian (BAB IV). Pada bab ini juga berisi deskripsi hasil penelitian melalui observasi, wawancara dan dokumentasi tentang Analisa Perilaku Produsen dalam Meningkatkan Omset Penjualan dan Kepuasan Pelanggan di Usaha Dagang Mitra Jaya Desa Ngebong Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung.

BAB VI PENUTUP: Pada bab ini berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah di uraikan pada bab-bab sebelumnya. Saran-saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian Analisis Perilaku Produsen dalam Meningkatkan Omset Penjualan dan Kepuasan Pelanggan di Usaha Dagang Mitra Jaya Desa Ngebong Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung.

Bagian Akhir, terdiri dari daftar pustaka, riwayat hidup penulis, dan lampiran-lampiran.