

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris di mana mayoritas penduduknya adalah kaum tani. Negara agraris menjadikan Indonesia mempunyai wilayah yang luas serta kaya akan lahan yang subur untuk melakukan kegiatan bertani. Berdasarkan hal tersebut, Indonesia mulai mengenal agribisnis. Sejarah pembangunan pertanian juga mengalami periode jatuh bangun dalam perkembangan agribisnis khususnya di Indonesia. Perkembangan ekonomi sangat dipengaruhi oleh agribisnis dalam bidang makro dan mikro.¹

Sektor agribisnis telah terbukti dapat bertahan dari keadaan krisis moneter. Kenyataan ini menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia tidak dapat sepenuhnya tergantung pada sektor industri dan jasa saja, tetapi juga pada sektor agribisnis. Maka dari itu baik halnya para pemilik wewenang dari tingkat kabupaten hingga pusat mengambil kebijakan dalam pembangunan ekonomi di wilayahnya masing-masing dan adanya prioritas untuk sektor agribisnis untuk meningkatkan pendapatan, mengumpulkan

¹Dina Amalia, 2018, *Perkembangan Usaha Agribisnis di Indonesia*, <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-perkembangan-usaha-agribisnis-di-indonesia/>, Rabu, 12 Des 2019, pukul 18.06

tenaga kerja juga meningkatkan devisa dan mampu mendorong munculnya industri yang lain.²

Perkembangan agrobisnis di Yogyakarta memiliki akses dan fasilitas yang baik sehingga berpotensi menjadi pasar bagi hasil produk pertanian. Untuk memperoleh usaha yang dapat bertahan dan dapat bersaing perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat. Semakin tinggi persaingan maka menimbulkan banyaknya pilihan untuk konsumen sehingga konsumen dapat memilih produk yang dirasa dapat memenuhi kebutuhan dan harapannya. Dengan memberikan kepuasan yang mempunyai nilai lebih pada konsumen maka akan dapat membangun kepercayaan konsumen dan akhirnya tercipta sebuah hubungan erat antara konsumen dan perusahaan.³

Kepuasan konsumen salah satunya yang menjadi faktor perkembangnya dunia agrobisnis. Kepuasan konsumen didalamnya terdapat kualitas pelayanan yang baik serta kualitas produk yang mumpuni. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen adalah akibat adanya pelayanan yang baik yang diberikan oleh perusahaan dalam melayani para konsumennya.⁴ Adanya pelayanan yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian yang berkelanjutan, konsumen akan merasa aman, nyaman dalam melakukan transaksi jual beli. Kualitas pelayanan dikelola secara konsisten dengan memberikan kualitas layanan yang baik dari pesaing yang lain. Hal ini dapat tercapai dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan.

Kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk saat ini sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen menginginkan kualitas produk

² Dwi Putra Darmawan, 2013, “ *Strategi Pengembangan Agribisnis Puring di Desa Petiga, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan*”, Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 1 No. 2 Oktober 2013, hal. 68

³ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm 45

⁴ Dessica Dinar Sari, “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Sim Card Gsm Prabayar Xl Di Kota Yogyakarta)*”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta 2015.

yang baik dan sesuai pada produk-produk yang telah dibeli. Kualitas produk merupakan karakteristik dan ciri suatu barang atau jasa yang berpengaruh terhadap kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Untuk mendapatkan kualitas produk yang diharapkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara tersebut dimaksudkan untuk menjaga supaya produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Penjual yang tidak memperhatikan kualitas produk yang dijual atau ditawarkan maka akan menanggung tidak puasnya konsumen tersebut sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika penjual memperhatikan kualitas, maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan transaksi terhadap produk.⁵

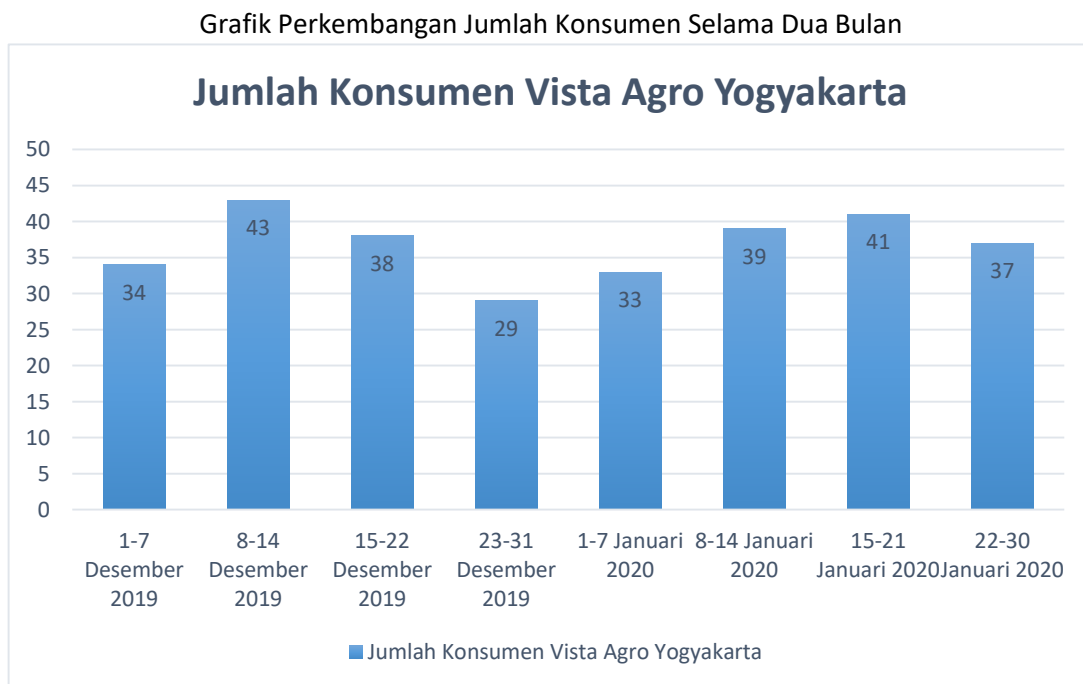
Transaksi praktis dan efektif juga menjadi pertimbangan calon konsumen dalam melakukan sebuah transaksi. Transaksi modern yang banyak dilakukan oleh penjual era modern ini menggunakan sistem transaksi online. Sehingga banyak mulai bermunculan penjual yang memanfaatkan sistem transaksi ini, mulai dari jenis transaksi kecil sampai dengan jenis transaksi besar. Sistem pembayaran melalui transfer memudahkan setiap konsumen dalam melakukan transaksi dan menguntungkan penjual.

Salah satu agrobisnis di Yogyakarta belakangan ini yang cukup berkembang yaitu Vista Agro yang merupakan perusahaan dibidang pertanian dengan menjual berbagai tanaman buah. Vista Agro terletak di Dsn. Rajek Lor, Rt 02/24, Tirtoadi, Sleman, Yogyakarta. Berdiri pada bulan November 2015 silam. Vista Agro dalam mempertahankan eksistensinya

⁵ *Ibid, halaman 637*

mengutamakan kepuasan konsumen dengan mempertahankan kualitas pelayanan dan kualitas produk usahanya.

Gambar 1.1



Sumber : Data Konsumen Vista Agro, data diolah

Pada gambar 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa Vista Agro merupakan salah satu agrobisnis di kota Yogyakarta yang memiliki daya beli cukup tinggi. Pada Gambar diatas tanggal 08-14 Desember 2019 konsumen Vista Agro mencapai angka 43 orang yang berasal dari berbagai kota. Tidak hanya dipulau Jawa, Vista Agro memiliki konsumen dari luar pulau Jawa, sehingga dapat dikatakan Vista Agro memiliki daya tarik sehingga konsumen berasal dari seluruh daerah di Indonesia.

Melihat dari perkembangan transaksi jual beli pada era modern saat ini, transaksi jual beli online sangatlah diminati. Para penjual memanfaatkan kemajuan teknologi digital dalam memasarkan produknya. Dalam arti lain konsumen dari berbagai daerah dapat melihat dan membeli produk yang berada di daerah lain. Para

konsumen belum melihat bentuk fisik secara langsung barang yang dijual, konsumen melihat produk dari foto dan video yang dibagikan penjual melalui online. Apabila konsumen tertarik pada produk yang diperjual belikan, konsumen akan melakukan pesanan kepada penjual dan melakukan transaksi. Dalam Islam transaksi seperti ini disebut dengan Akad Salam. Transaksi yang digunakan oleh Vista Agro Yogyakarta yaitu Akad Salam. Konsumen melakukan pembayaran terlebih dahulu melalui transfer dengan nominal yang disepakati dengan pembayaran penuh atau uang muka.

Pengertian Akad Salam berasal dari kata *as-salam* disebut juga dengan *as-salaf*. Maknanya, adalah menjual sesuatu dengan sifat-sifat tertentu, masih dalam tanggung jawab pihak penjual tetapi pembayaran segera atau tunai. Ada pendapat yang mengartikan jual beli salam adalah pembiayaan terkait dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang. Jual beli salam ini, biasanya berlaku untuk jual beli yang objeknya adalah agrobisnis. Misalnya, gandum, padi, tebu dan sebagainya.⁶

Dari uraian diatas yang menarik minat penulis untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan akad salam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Vista Agro menyediakan bibit unggul dan mampu memberikan pelayanan kepada seluruh konsumen dari berbagai daerah. Akan tetapi dalam kegiatan transaksinya Vista Agro belum mencapai profit yang hendak dicapai. Sehingga penulis melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Dan Kualitas Produk Penjualan Tanaman Dengan Akad Salam Terhadap Kepuasan Konsumen”** (Studi Kasus Pada Vista Argo Di Sleman Yogyakarta).

⁶ Siti Mujiatun, Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna' *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Vol 13 No . 2 / September 2013

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas serta untuk memberi pokok dalam skripsi ini yaitu :

1. Pengaruh Pelayanan dan Produk dengan Akad Salam Terhadap Kepuasan Konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka dilakukan penelitian mengenai permasalahan tersebut dengan mengajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Akad Salam Terhadap Kepuasan Konsumen?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan yang ada pada rumusan masalah diatas ialah :

1. Mengidentifikasi variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Akad Salam terhadap Kepuasan Konsumen di Vista Agro.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya maupun pihak yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu.
2. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan bagi Vista Agro untuk meningkatkan kepuasan konsumen.