

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah berkembangnya sektor pertanian dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk pertanian berkualitas, pelaku usaha seperti Toko Makmur Tani dituntut untuk terus memperhatikan kualitas produk yang ditawarkannya. Produk pertanian sangat bergantung pada persepsi konsumen terhadap kesegaran, kemurnian, keamanan, serta nilai guna produk tersebut. Persepsi pelanggan merupakan penilaian subjektif yang terbentuk dari pengalaman, ekspektasi, dan informasi yang diterima sebelum maupun setelah pembelian. Oleh karena itu, memahami bagaimana pelanggan memaknai kualitas produk pertanian menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran dan pengelolaan toko pertanian.

Kualitas produk pertanian berbeda dari produk industri karena bersifat musiman, mudah rusak, dan dipengaruhi oleh banyak faktor eksternal seperti cuaca, teknik budidaya, dan penanganan pascapanen. Persepsi terhadap kualitas ini dapat mencakup kesegaran, warna, tekstur, kemasan, dan aroma produk. Dalam banyak kasus, konsumen tidak hanya membeli produk pertanian karena kebutuhan fungsional, tetapi juga karena kepercayaan terhadap mutu dan keaslian produk yang ditawarkan.

Menurut Oktaviani et al. (2024) menunjukkan bahwa konsumen beras di Banda Aceh mempertimbangkan aspek kebersihan, tekstur, dan tampilan saat menilai kualitas produk. Penelitian ini relevan untuk menggambarkan bagaimana atribut produk membentuk persepsi.

Menurut Pratiwi & Al Rosyid (2022), konsumen di Yogyakarta menunjukkan bahwa persepsi mereka terhadap kualitas beras berubah selama pandemi COVID-19. Di masa tersebut, konsumen lebih selektif dan mengutamakan produk yang higienis, terjamin, dan mudah diakses. Hal ini menandakan bahwa persepsi konsumen tidak bersifat tetap, melainkan dinamis dan dipengaruhi oleh situasi sosial maupun ekonomi. Temuan ini penting bagi Toko

Makmur Tani dalam memahami bahwa preferensi konsumen dapat berubah, sehingga strategi peningkatan kualitas produk harus fleksibel dan adaptif.

Selanjutnya Sabela (2023) di UD Kalyana Agri Makmur menemukan bahwa persepsi kualitas tidak dapat dilepaskan dari konteks harga dan pelayanan. Meskipun kualitas produk merupakan faktor utama, konsumen juga mengevaluasi pengalaman berbelanja mereka secara keseluruhan, termasuk keramahan penjual, kecepatan pelayanan, dan kenyamanan tempat. Pelanggan cenderung memiliki persepsi positif terhadap kualitas produk jika pelayanan yang diterima mendukung. Oleh karena itu, Toko Makmur Tani perlu membangun pengalaman belanja yang baik untuk memperkuat persepsi terhadap kualitas produk.

Toko Makmur Tani, salah satu pelaku usaha pertanian di Gunungsitoli, menghadapi tantangan dalam mempertahankan kualitas produk sesuai harapan pelanggan. Berdasarkan pengamatan awal, persepsi pelanggan terhadap kualitas produk yang dijual masih beragam. Ada pelanggan yang merasa puas karena kesegaran produk, namun ada juga yang mengeluhkan tampilan dan harga produk.

Persepsi pelanggan pada kualitas produk pertanian bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh banyak faktor, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan sebelumnya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan antara lain seperti pelayanan, informasi produk, harga, dan reputasi toko. Ketika persepsi negatif terbentuk, pelanggan cenderung berpindah ke toko lain atau bahkan ke saluran pembelian online. Oleh karena itu, penting untuk menggali persepsi pelanggan secara mendalam, bukan hanya berdasarkan angka penjualan, tetapi dari sisi pengalaman dan pandangan mereka terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Dengan demikian, persepsi pelanggan terhadap kualitas produk pertanian sangat kompleks dan dipengaruhi oleh banyak dimensi. Persepsi tidak selalu rasional, tetapi terbentuk dari kombinasi antara informasi, pengalaman, emosi.

Dalam konteks Toko Makmur Tani, memahami persepsi ini sangat penting agar strategi penjualan dan pengelolaan produk tidak hanya berorientasi pada harga, tetapi juga pada aspek psikologis dan sosial pelanggan.

Hal yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap produk pertanian tidak hanya terbentuk dari kualitas nyata produk, tetapi sangat

dipengaruhi oleh pengalaman belanja, interaksi sosial, informasi digital, dan nilai personal pelanggan. Misalnya, meskipun sebuah produk memiliki kualitas yang baik secara objektif, pelanggan tetap bisa memiliki persepsi negatif apabila layanan yang diberikan kurang memuaskan atau informasi produk tidak transparan.

Di era digital saat ini, ulasan online, konten media sosial, serta testimoni dari pelanggan lain memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi pelanggan, bahkan sebelum mereka melihat langsung produk tersebut. Banyak pelanggan mengandalkan informasi digital ini sebagai dasar dalam membuat keputusan pembelian, sehingga persepsi terbentuk bahkan sebelum terjadi interaksi langsung dengan produk. Fenomena ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan bersifat dinamis dan mudah dipengaruhi oleh berbagai sumber informasi, bukan hanya pengalaman.

Fenomena yang muncul adalah adanya perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk pertanian. Masalah utamanya adalah: bagaimana sebenarnya persepsi pelanggan terhadap kualitas produk yang dijual di Toko Makmur Tani? Dan faktor-faktor apa yang memengaruhi persepsi tersebut? Tanpa pemahaman yang baik tentang persepsi pelanggan, Toko Makmur Tani berisiko kehilangan pelanggan kepada pesaing, baik toko fisik lain maupun platform online. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian mendalam terkait persepsi pelanggan ini agar usaha pertanian lokal mampu bersaing dan bertahan. Namun demikian, dalam kenyataannya, persepsi pelanggan terhadap kualitas produk pertanian yang dijual di Toko Makmur Tani masih menunjukkan ketidaksesuaian yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Untuk itu, pendekatan penelitian kualitatif dinilai paling tepat dalam memahami persepsi pelanggan secara mendalam. Metode ini memungkinkan peneliti menggali pandangan, harapan, dan pengalaman pelanggan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana pelanggan menilai kualitas produk pertanian di Toko Makmur Tani, serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhinya. Temuan ini diharapkan dapat digunakan untuk memperbaiki sistem pengadaan, penyimpanan, hingga pelayanan yang dilakukan toko.

Berdasarkan latar belakang dan masalah dari yang sudah peneliti paparkan diatas, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN PADA KUALITAS PRODUK PERTANIAN YANG DI JUAL DI TOKO MAKMUR TANI”**. Melalui analisis ini diharapkan akan memahami faktor-faktor yang lebih mendalam yang dapat mempengaruhi preferensi dan tindakan peningkatan penjualan. Sehingga memungkinkan identifikasi akar permasalahan dan pencarian solusi yang dapat meningkatkan produk di UD.Makmur Tani.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas produk pertanian yang dijual di Toko Makmur Tani belum diketahui secara jelas dan mendalam. Kualitas produk pertanian sangat bergantung pada faktor-faktor seperti kesegaran, kebersihan, dan keamanan, yang dinilai secara subjektif oleh pelanggan berdasarkan pengalaman dan informasi yang mereka terima. Namun, belum ada data yang menggambarkan bagaimana pelanggan menilai produk tersebut secara menyeluruh, serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi persepsi mereka. Di sisi lain, kualitas produk pertanian yang bersifat musiman dan mudah rusak menambah kompleksitas persepsi pelanggan. Tanpa pemahaman yang memadai mengenai hal ini, Toko Makmur Tani berisiko kehilangan kepercayaan pelanggan dan menghadapi persaingan dari toko lain atau platform penjualan online. Oleh karena itu,

perlu dilakukan kajian mendalam untuk memahami persepsi pelanggan dan faktor-faktor yang membentuknya sebagai dasar perbaikan strategi pelayanan dan kualitas produk.

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menganalisis persepsi pelanggan terhadap kualitas produk pertanian di Toko Makmur Tani serta faktor faktor yang membentuk persepsi tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Menurut Sedarmayanti (2017:25), rumusan masalah merupakan bentuk pertanyaan yang jelas dan spesifik tentang hal-hal yang ingin diketahui atau

dijawab melalui proses penelitian. Masalah yang dirumuskan dengan baik akan membantu peneliti untuk menentukan tujuan, metode, dan arah penelitian secara sistematis. Maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi pelanggan pada kualitas produk pertanian yang dijual di Toko Makmur Tani?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi persepsi pelanggan pada kualitas produk pertanian di Toko Makmur Tani?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana persepsi pelanggan pada kualitas produk pertanian yang dijual di Toko Makmur Tani.
2. Untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi persepsi pelanggan pada kualitas produk pertanian di Toko Makmur Tani.

1.6 Kegunaan Penelitian

Sugiyono menyatakan bahwa setiap penelitian pasti memiliki tujuan dan manfaat tertentu. Pada umumnya, tujuan penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan, dan membuktikan data. Penelitian memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan. Dengan begitu, manfaat penelitian adalah kegunaan hasil penelitian nanti, baik bagi kepentingan pengembangan program maupun kepentingan ilmu pengetahuan.

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, perilaku konsumen, dan strategi bisnis mikro dengan fokus pada hubungan antara persepsi pelanggan dan kualitas produk. Selain itu, hasil penelitian ini akan memberikan akses peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk memvalidasi atau memperluas temuan penelitian yang ada, mengintegrasikan variabel lain yang relevan, dan menerapkan metode

penelitian lain untuk meningkatkan praktik pemahaman yang lebih komprehensif.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Selain untuk tujuan dilakukannya penelitian , kesimpulan yang diperoleh diharapkan dapat dipergunakan baik oleh peneliti maupun lembaga/tempat penelitian antara lain :

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah persyaratan untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Nias.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Sebagai bahan akademik terkait studi analisis persepsi pelanggan pada kualitas produk pertanian yang dijual di Toko Makmur Tani

3. Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi Toko Makmur Tani mengenai bagaimana pelanggan menilai kualitas produk pertanian yang ditawarkan. Dengan mengetahui persepsi dan faktor-faktor yang memengaruhinya, toko dapat meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta strategi pemasaran secara lebih tepat sasaran. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk memperbaiki sistem pengadaan, penyimpanan, dan penyajian produk agar sesuai dengan harapan pelanggan dan mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen