

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian memegang peranan krusial dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa, baik dalam jangka panjang maupun dalam pemulihan ekonomi di tingkat lokal. Peranannya mencakup penyediaan bahan kebutuhan pokok, sumber lapangan kerja, serta basis dalam pengembangan kegiatan ekonomi pedesaan secara logistik. Di Indonesia, sektor agribisnis, khususnya komoditas pangan strategis seperti Padi dan Jagung, terus mendapatkan perhatian besar mengingat perannya dalam menjaga ketahanan pangan nasional (Hendrayana et al., 2025).

Publikasi Berita Resmi Statistik dari Badan Pusat Statistik (2025), menunjukkan bahwa pada Oktober 2025 luas panen padi nasional mencapai 0,86 juta hektare, naik 4,44 % dibanding Oktober 2024, dengan produksi padi sekitar 2,72 juta ton (Badan Pusat Statistik, 2025). Sebaliknya, jagung pipilan mengalami penurunan, yaitu luas panen pada bulan Oktober 2025 turun menjadi 0,20 juta hektare, atau berkurang 5,06 % dibanding tahun sebelumnya. Meskipun demikian, proyeksi BPS untuk November hingga Desember 2025 dan Januari 2026 memperkirakan pemulihan luas panen jagung hingga 0,62 juta hektare dengan potensi produksi sekitar 3,93 juta ton. Perbedaan tren ini menegaskan bahwa fluktuasi produksi pangan di tingkat nasional tetap menjadi isu strategis yang menuntut peningkatan efisiensi rantai pasok.

Sebagai salah satu lumbung padi dan jagung nasional, Provinsi Jawa Timur menargetkan kenaikan produksi signifikan pada 2025. Badan Pusat Statistik Jawa

Timur (2025) memproyeksikan luas panen padi sebesar 1,84 juta hektare, naik 13,69 % dibanding tahun 2024. Produksi padi (GKG) diperkirakan 10,53 juta ton dengan peningkatan serupa. Produksi beras untuk konsumsi diprediksi mencapai 6,08 juta ton, atau naik 13,60 %. Di sisi lain, Jawa Timur juga menjadi provinsi penghasil jagung terbesar pada 2024 dengan luas panen jagung pipilan mencapai 739 ribu hektare dengan produksi kering kadar air 14 % sekitar 4,6 juta ton.

Kabupaten Ponorogo, yang terletak di lereng Pegunungan Wilis, memiliki ekonomi yang sangat bergantung pada sektor pertanian. Data PDRB 2023 menunjukkan lapangan usaha pertanian, kehutanan dan perikanan memberikan kontribusi 25,86 % terhadap ekonomi daerah. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Ponorogo., 2025a) memperkirakan luas panen padi 2025 mencapai 73,78 ribu hektare, meningkat 16,39 % dibanding 2024, dengan produksi GKG sekitar 435,19 ribu ton dan produksi beras 251,29 ribu ton. Peningkatan ini menggambarkan keberhasilan program intensifikasi, namun juga menunjukkan pentingnya menjaga efisiensi distribusi agar petani memperoleh harga yang layak. Namun, hingga rilis KSA 2025, BPS Kabupaten Ponorogo belum mempublikasikan statistik produksi jagung pipilan secara resmi. Sumber utama tentang jagung Ponorogo justru berasal dari berita Kominfo Ponorogo (2025) yang menggambarkan program penanaman jagung bersama Polri. Berita tersebut menyebut adanya penambahan 614 hektare lahan jagung baru (2 hektare per desa/kelurahan) agar Ponorogo menjadi sentra penghasil jagung.

Data BPS tentang luas panen tanaman pangan menunjukkan bahwa Kecamatan Pulung mengalami penurunan luas panen padi dari 4.673 ha (2023) menjadi 4.410 ha (2024) dan peningkatan luas panen jagung dari 3.855 ha menjadi 4.040 ha

pada periode yang sama (tabel 1). Kecenderungan ini mengindikasikan pergeseran sebagian petani dari padi ke jagung, mungkin karena faktor harga atau dukungan program pemerintah.

Tabel 1. Luas Panen Tanaman Pangan di Kecamatan Pulung

Komoditas	2025 (ha)	2024 (ha)	Tren
Padi	4.673	4.410	Turun $\pm 5,6$ %
Jagung	3.855	4.040	Naik $\pm 4,8$ %
Ubi kayu	162	178	Naik $\pm 9,9$ %
Kacang tanah	10	11	Stabil
Kedelai	49	20	Turun tajam

Sumber: Dataset Dinas Pertanian “Luas Areal Panen Tanaman Pangan menurut Jenis dan Kecamatan, 2023–2024.”

Tabel di atas menegaskan bahwa padi masih mendominasi penggunaan lahan, tetapi jagung menunjukkan tren kenaikan signifikan.

Meskipun kontribusi padi dan jagung besar, petani di Ponorogo menghadapi berbagai masalah seperti fluktuasi harga jual, risiko gagal panen, keterbatasan modal, dan keterbatasan akses pemasaran (Rohmanu et al., 2022). Hal ini menjadikan petani sebagai pihak yang sangat rentan terhadap risiko sekecil apa pun dalam kehidupannya (Scott dalam Aflah et al., 2023). Kondisi ini diperburuk oleh kawasan pegunungan di Kabupaten Ponorogo, yang menambah kompleksitas permasalahan ini. Meskipun kaya akan potensi alam dan ekonomi lokal, wilayah ini juga memiliki daerah rawan longsor, seperti yang teridentifikasi di Desa Banaran. Faktor risiko alam ini, ditambah dengan risiko pasar dan permodalan, membuat petani berada dalam posisi yang sangat rentan. Data mengenai tingkat pengeluaran per kapita yang disesuaikan di Kabupaten Ponorogo, meskipun menunjukkan tren peningkatan dari Rp 9,67 juta pada tahun 2020 menjadi Rp 11,56

juta pada tahun 2025 (BPS Kabupaten Ponorogo, 2025), tetap menekankan bahwa harga dan akses keuangan merupakan isu sensitif bagi masyarakat lokal.

Kondisi keterbatasan akses keuangan dan kendala geografis tersebut pada akhirnya membentuk struktur saluran distribusi khusus, di mana petani memposisikan diri sebagai produsen yang sangat bergantung pada peran perantara lokal. Dalam rantai pasok ini, agen pengumpul muncul sebagai aktor sentral yang menjembatani hambatan modal dan transportasi yang dihadapi petani di lapangan. Hal ini menciptakan hubungan antara petani dan agen pengumpul di wilayah ini, yang menunjukkan dinamika kemitraan yang kuat. Di satu sisi, petani mengandalkan agen untuk akses permodalan dan kemudahan transportasi yang mendukung operasional mereka. Meskipun terdapat ruang untuk optimasi dalam hal transparansi harga dan pengujian mutu agen pengumpul tetap menjadi sentral (Aflah et al., 2023). Penelitian Maulida et al. (2025) di Pulung menunjukkan bahwa agen pengumpul adalah penggerak utama rantai pasok jagung, yang mengindikasikan bahwa loyalitas petani terbentuk karena besarnya ketergantungan fungsional terhadap layanan yang diberikan oleh agen.

Dinamika hubungan tersebut menunjukkan bahwa keputusan petani untuk tetap menjalin hubungan dengan agen pengumpul tidak semata-mata ditentukan oleh faktor ekonomi objektif. Keputusan ini lebih dipengaruhi oleh persepsi petani terhadap layanan dan harga yang mereka terima. Hubungan bisnis ini mencerminkan pola *Consumer-to-Business* (C2B). Dalam pola ini, petani berperan sebagai pihak yang menyediakan hasil bumi dan memilih agen pengumpul berdasarkan kenyamanan serta nilai interaksi yang mereka dapatkan selama menjalin kerja sama. Artinya, penilaian psikologis petani terbentuk melalui

pengalaman interaksi mereka dengan pihak agen, yang dalam penelitian ini berfokus pada UD Abbasy sebagai mitra pengumpul di wilayah tersebut. Penilaian inilah yang nantinya menentukan apakah petani akan bersikap loyal atau tidak. Mengingat proses ini melibatkan aspek psikologis dan perilaku, maka pola hubungan semacam ini dapat dijelaskan melalui kerangka model *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) yang dikenalkan oleh Mehrabian dan Russell (1974).

Teori S-O-R menjelaskan adanya rangsangan eksternal (*stimulus*) tidak secara langsung menghasilkan perilaku, melainkan terlebih dahulu diproses melalui kondisi internal individu (*organism*) sebelum memunculkan respons perilaku (*response*) (Huo et al., 2023, dalam Wardana & Suparna 2025). Dalam konteks penelitian ini, kualitas layanan dan persepsi harga yang diterapkan oleh UD Abbasy berperan sebagai *stimulus* yang memengaruhi kondisi internal petani, yang tercermin dalam kepuasan. Mengingat hubungan ini merupakan model *consumer-to-business*, tingkat kepuasan tersebut menentukan *respons* perilaku berupa loyalitas yang tercermin dari kesediaan petani untuk terus menjalin hubungan jangka panjang, melakukan transaksi penjualan berulang, serta tidak mudah berpindah ke agen pengumpul lain.

Sejalan dengan kerangka *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) yang telah diuraikan sebelumnya, loyalitas dipahami sebagai bentuk respons perilaku yang tidak muncul secara spontan, melainkan melalui proses internal setelah individu menerima rangsangan dari lingkungan eksternal (Mehrabian & Russell, 1974). Dalam berbagai konteks usaha, proses tersebut telah banyak dikaji secara empiris melalui hubungan antara kualitas layanan dan harga sebagai faktor eksternal yang dirasakan, kepuasan sebagai kondisi psikologis internal, serta loyalitas sebagai

respons akhir (Aflah et al., 2023). Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak mengkaji keterkaitan antara kualitas layanan, persepsi harga, kepuasan, dan loyalitas, dan hasilnya secara konsisten menunjukkan adanya hubungan yang signifikan di antara variabel-variabel tersebut.

Variabel kepuasan dan loyalitas dalam penelitian ini digunakan untuk merepresentasikan kondisi psikologis serta komitmen perilaku petani mitra. Walaupun landasan teoretisnya mengacu pada konsep loyalitas secara umum, peneliti menyesuaikan penerapannya dengan peran spesifik petani selaku pemasok di UD Abbasy. Penyesuaian tersebut dilakukan agar analisis mampu menangkap dinamika hubungan antara penyedia bahan baku dan agen pengumpul secara lebih akurat sesuai dengan konteks yang dikembangkan oleh (Aflah et al., 2023).

Perilaku petani dalam mempertahankan kerja sama dengan agen pengumpul hasil pertanian dipengaruhi oleh pengalaman transaksi dan pertimbangan ekonomi yang berlangsung secara berkelanjutan. Loyalitas merupakan variabel hasil utama yang menunjukkan komitmen petani untuk terus melakukan transaksi berulang, menjaga hubungan jangka panjang, serta tidak mudah beralih ke agen pengumpul lain. Loyalitas menjadi aspek krusial dalam keberlanjutan usaha agribisnis karena kontinuitas pasokan sangat bergantung pada kesetiaan petani. Hal ini diperkuat oleh temuan Fadli et al. (2023) yang menyatakan bahwa pengalaman layanan yang positif mendorong terbentuknya loyalitas. Sejalan dengan itu, Purnomo dan Hidayatullah (2024) juga menemukan bahwa loyalitas konsumen cenderung meningkat ketika kondisi transaksi, termasuk harga, dipersepsikan sebagai adil dan dapat diterima, sehingga mitra terdorong untuk mempertahankan kemitraan berkelanjutan dengan pelaku usaha.

Kualitas layanan merupakan salah satu aspek penting dalam hubungan antara petani dan agen pengumpul hasil panen (Windiari & Djumarno, 2021). Pelayanan yang diberikan secara konsisten dan sesuai dengan harapan mitra akan membentuk pengalaman positif dalam proses transaksi (Dhiyaurohman et al., 2022). Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berkontribusi terhadap terbentuknya sikap dan penilaian mitra terhadap penyedia layanan (Riyadi et al., 2023). Dalam praktiknya, kualitas layanan yang mencakup keandalan proses, kejelasan informasi, dan kemudahan prosedur menjadi dasar penting dalam membangun hubungan kerja sama yang berkelanjutan (Dhiyaurohman et al., 2022; Windiari & Djumarno, 2021).

Persepsi harga dalam konteks agribisnis pedesaan merujuk pada penilaian petani sebagai mitra terhadap nilai yang terkandung dalam harga yang ditetapkan oleh agen pengumpul, yang dikaitkan dengan manfaat dan hasil yang mereka peroleh dari transaksi tersebut (Afifah Humairah et al., 2025). Persepsi harga tidak hanya dipahami sebagai besaran harga secara nominal, tetapi juga sebagai faktor penting yang mendorong mitra dalam proses pengambilan keputusan, termasuk keputusan untuk menjual hasil panen kepada agen tertentu (Afifah Humairah et al., 2025). Penilaian ini terbentuk melalui proses persepsi, yaitu proses individu dalam memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi yang diterima untuk membentuk gambaran yang bermakna mengenai suatu objek (Dewi & Wibowo, 2018). Oleh karena itu, harga yang ditetapkan agen pengumpul diharapkan selaras dengan persepsi petani terhadap kualitas layanan dan manfaat yang diterima, sehingga harga tersebut dipandang setimpal dan dapat diterima sesuai dengan harapan petani (Dewi & Wibowo, 2018).

Kepuasan dalam konteks agribisnis pedesaan mencerminkan kondisi emosional petani setelah membandingkan kinerja layanan dan hasil transaksi yang diterima dengan harapan yang dimiliki, di mana kepuasan muncul ketika kinerja sesuai atau melebihi harapan (Kotler et al., 2022). Tingkat kepuasan tersebut sangat bergantung pada kemampuan agen pengumpul dalam memberikan nilai yang sesuai dengan ekspektasi petani, sedangkan ketidaksesuaian antara kinerja dan harapan akan menimbulkan ketidakpuasan (Joni & Made, 2023). Dalam praktik usaha, petani yang merasa puas cenderung mempertahankan hubungan kerja sama dan melakukan transaksi secara berulang, sebagaimana dibuktikan oleh Joni & Made (2023) serta diperkuat oleh Kristina (2023) yang menyatakan bahwa kepuasan menimbulkan dampak psikologis positif yang mendorong loyalitas. Selain itu, Priyanti (2022) menegaskan bahwa kepuasan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan, sehingga kepuasan menjadi aspek penting dalam menjaga keberlanjutan hubungan antara petani dan pelaku usaha agribisnis. Urgensi dimasukkannya variabel kepuasan sebagai mediator didasari oleh adanya ketidakkonsistenan hasil pada riset terdahulu. Sebagai contoh, penelitian Nurkhomaria et al., (2022) menemukan fakta bahwa kualitas pelayanan tidak serta-merta mampu memicu loyalitas secara langsung, melainkan harus dijembatani terlebih dahulu oleh rasa puas konsumen.

Dalam konteks tersebut, keberadaan agen pengumpul lokal menjadi sangat vital. UD Abbasy, yang telah beroperasi sejak tahun 2003 di Kecamatan Pulung, berperan sebagai penghubung antara petani dan pasar yang lebih luas. Melalui layanan pembelian hasil panen, pengeringan, hingga pemberian modal awal, UD Abbasy menjadi mitra utama bagi petani. Namun, hubungan ini bersifat paradoks.

Di satu sisi, petani memperoleh kemudahan transaksi dan kepastian pasar, tetapi di sisi lain muncul potensi ketidakpuasan terkait persepsi terhadap kewajaran harga beli, transparansi penimbangan, dan kualitas layanan. Ketidakpuasan tersebut berisiko mendorong petani berpindah ke agen lain, yang pada akhirnya mengancam keberlanjutan pasokan bagi UD Abbasy.

Berdasarkan uraian mengenai peran loyalitas dalam menjaga keberlanjutan hubungan antara petani dan agen pengumpul, serta pentingnya kualitas layanan, persepsi harga, dan kepuasan dalam membentuk pengalaman transaksi petani, Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap loyalitas petani pada UD Abbasy Ponorogo dengan melibatkan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan untuk mengkaji keterkaitan antarvariabel tersebut dalam suatu model penelitian yang menggambarkan bagaimana kualitas layanan dan persepsi harga, melalui kepuasan, berperan dalam membangun hubungan kerja sama jangka panjang antara petani dan agen pengumpul hasil panen.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara kualitas layanan, harga atau persepsi harga, kepuasan, dan loyalitas pada berbagai sektor usaha. Sejumlah studi mengindikasikan bahwa kualitas layanan dan persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas, baik secara langsung maupun melalui kepuasan sebagai variabel mediasi (Fadli et al., 2023; Karina, 2025; Purnomo & Hidayatullah, 2024). Penelitian lain juga menegaskan bahwa kepuasan memiliki peran penting dalam mendorong terbentuknya loyalitas jangka panjang (Indajang et al., 2023; Joni & Made, 2023).

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada konteks usaha jasa, ritel, atau UMKM perkotaan, dengan karakteristik yang berbeda dari petani dalam sistem agribisnis pedesaan. Selain itu, kajian yang menempatkan persepsi harga sebagai penilaian subjektif, bukan sekadar harga nominal, serta mengintegrasikannya secara eksplisit dengan kualitas layanan dan kepuasan dalam kerangka model *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R) masih relatif terbatas.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, UD Abbasy Ponorogo dipilih sebagai objek penelitian karena menjadi salah satu usaha dagang yang bergerak di bidang pengepulan dan distribusi hasil pertanian di Kabupaten Ponorogo.. Namun, fenomena loyalitas petani di UD Abbasy masih menghadapi tantangan akibat fluktuasi harga dan standar pelayanan yang dirasakan berbeda oleh setiap petani. Penelitian ini harus dilakukan untuk membedah bagaimana variabel psikologis petani dapat dioptimalkan guna menjaga keberlanjutan rantai pasok agribisnis.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pada UD Abbasy Ponorogo dengan melibatkan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Secara spesifik, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji keterkaitan antarvariabel tersebut dalam suatu model yang menggambarkan bagaimana kualitas layanan dan persepsi harga, melalui kepuasan, berperan dalam membangun hubungan kerja sama jangka panjang. Dengan demikian, berdasarkan seluruh uraian latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Variabel *Intervening* pada UD Abbasy Ponorogo.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pada UD Abbasy Ponorogo?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pada UD Abbasy Ponorogo?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pada UD Abbasy Ponorogo?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pada UD Abbasy Ponorogo?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pada UD Abbasy Ponorogo?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* pada UD Abbasy Ponorogo?
7. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* pada UD Abbasy Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang disebutkan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan dan manfaat sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada UD Abbasy Ponorogo. Tujuan spesifik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pada UD Abbasy.
- b. Untuk mengetahui persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pada UD Abbasy.
- c. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pada UD Abbasy.
- d. Untuk mengetahui persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pada UD Abbasy.
- e. Untuk mengetahui kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pada UD Abbasy.
- f. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* pada UD Abbasy.
- g. Untuk mengetahui persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* pada UD Abbasy.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis maupun praktis.

a. Manfaat Teoretis

1) Pengembangan Ilmu Manajemen Pemasaran Agribisnis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur manajemen pemasaran, khususnya dalam memahami pembentukan loyalitas petani pada hubungan *Consumer-to-Business* (C2B) di sektor agribisnis pedesaan.

2) Penguatan Model Mediasi Kepuasan

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi teoretis melalui pengujian peran kepuasan sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara kualitas layanan dan

persepsi harga terhadap loyalitas, dengan menggunakan kerangka *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R).

3) Referensi bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan empiris bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, baik dengan pengembangan variabel, objek penelitian, maupun konteks agribisnis yang berbeda.

4) Kontribusi bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah karya ilmiah di lingkungan Universitas Muhammadiyah Ponorogo, khususnya pada bidang pemasaran agribisnis berbasis konteks lokal.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi UD Abbasy

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen UD Abbasy dalam merumuskan kebijakan operasional yang lebih efektif, terutama terkait peningkatan kualitas layanan dan penetapan harga yang sesuai dengan persepsi petani, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas secara berkelanjutan.

2) Bagi Petani

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada petani mengenai pentingnya kualitas layanan dan kewajaran harga dalam menjalin hubungan dengan agen pengumpul, sehingga tercipta kerja sama yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

3) Bagi Pemangku Kepentingan Agribisnis Lokal

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait, seperti pelaku agribisnis atau pemerintah daerah, dalam merancang sistem kebijakan pemasaran hasil pertanian yang lebih adil dan berpihak pada keberlanjutan usaha petani.

