

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan, individu atau organisasi melakukan bisnis dengan membuat barang dengan nilai tambah yang dapat dijual. Globalisasi telah mengubah dunia industri saat ini, yang semakin berkembang karena setiap bisnis menjadi semakin terbuka oleh arus globalisasi, bisnis saling berlomba untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Sangat penting untuk memiliki strategi marketing yang baik untuk menjalankan bisnis secara efisien di era persaingan industri yang semakin ketat ini.

Air sangat penting bagi manusia dan makhluk hidup lainnya. Manusia Sebagian besar menggunakan air untuk minum, baik yang dapat diminum langsung maupun yang harus dimasak terlebih dahulu sebelum diminum. Air yang tidak memiliki kualitas yang baik dapat menyebabkan berbagai penyakit. Menurut (Hermin Poedjiastoeti, Benny Syahputra, 2022) air adalah unsur atau komponen alam yang sangat penting bagi kehidupan seluruh makhluk hidup, semua makhluk hidup di bumi bergantung pada air. Air adalah bagian dari kehidupan kita dan digunakan untuk berbagai kebutuhan rumah tangga, kesehatan, dan kelangsungan hidup manusia

Air bersih adalah masalah besar bagi orang diseluruh dunia, termasuk di Indonesia. Banyak penduduk diseluruh dunia kehilangan hak atas air, terutama di negara-negara dengan ekonomi lemah. Meningkatnya volume usaha Depot

Air Minum Isi Ulang (DAMIU) disebabkan oleh meningkatnya permintaan air minum isi ulang. Hampir semua orang yang tinggal di kota-kota besar sekarang juga minum air minum isi ulang, masyarakat lebih memilih untuk membeli air minum isi ulang yang disediakan oleh depot air minum isi ulang dengan harga yang relative lebih murah dan terjangkau dari pada membeli air minum isi ulang melalui agen resmi perusahaan air minum dalam kemasan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa masyarakat tidak memiliki kemampuan untuk membeli air minum dalam kemasan.

Perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada pasar dan tujuan untuk menawarkan atau menjual produk dan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggannya. Banyak perusahaan mengutamakan kualitas, bersama dengan harga jual yang rendah dan fleksibilitas yang tinggi untuk memenuhi permintaan pelanggan. Kualitas adalah kondisi yang selalu berubah (misalnya, apa yang dianggap berkualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Layanan berkualitas memainkan peran yang sangat penting dalam pemasaran, memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat dicapai melalui kegiatan pemasaran. Oleh karena itu kemampuan untuk mengembangkan dan memadukan program pemasaran yang tepat merupakan salah satu tantangan utama dalam menciptakan proses pertukaran antara produsen dan konsumen. Salah satu cara untuk sukses dalam kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen puas setelah bertransaksi.

Pada saat melakukan pembelian, penilaian konsumen tidak terlepas dari karakteristik produk yang akan dibeli seperti penampilan, rasa, mutu dan harga dari produk tidak mempengaruhi persepsi pembeli saat melakukan pembelian. Jika seseorang merasa senang dan puas saat membeli barang atau jasa, minat mereka untuk membeli akan meningkat tetapi ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Dua pihak atau lebih biasanya berperan dalam pengambilan keputusan konsumen tentang pembelian barang.

Minat beli merupakan komponen perilaku konsumen dalam sikap konsumtif dan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum membuat keputusan pembelian. Pada dasarnya, minat beli berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dalam jumlah tertentu dalam jangka waktu tertentu. Salah satu langkah yang harus diperhatikan perusahaan ketika memasarkan produk mereka adalah minat beli, ketika konsumen merasa tertarik terhadap suatu produk, minat beli mereka terhadap produk tersebut meningkat.

Pentingnya minat konsumen terhadap keputusan membeli dari suatu perusahaan tertentu adalah untuk dapat mengantisipasi pesatnya persaingan yang dihadapi. Menurut (Binalay, 2017) minat beli konsumen adalah proses perencanaan pembelian produk oleh konsumen dengan mempertimbangkan beberapa faktor termasuk merek produk, sikap konsumen terhadap pembelian, dan jumlah unit produk yang diperlukan dalam jangka waktu tertentu..

Pemasaran merupakan fungsi penting bagi perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis dan memiliki peran penting bagi dunia bisnis untuk keberlangsungan usahanya. Untuk mencapai keberhasilan dalam menjual

produk dan meningkatkan nilai perusahaan di mata konsumen, pemasaran sangat penting bagi dunia bisnis. Memasarkan barang tidak hanya berarti menjual barang atau jasa, tetapi mencakup lebih dari itu. Ada banyak hal yang termasuk didalamnya seperti membeli, menjual, menyimpan, mensortir dan sebagainya.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditulis (Sehani, 2020) menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli konsumen pada Rumah Makan Warung Buk'de di Gomongmataram.

Perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan keinginan pelanggan untuk membeli produk yang mereka jual, semakin besar keinginan pelanggan untuk membeli produk tersebut, maka semakin banyak yang akan memilih untuk membeli. Hal ini terjadi di semua tingkatan, dari yang kecil hingga yang besar termasuk UMKM. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha yang dimiliki oleh individu atau badan usaha sebagai usaha mikro. Depot air minum isi ulang adalah salah satu jenis UKM (Usaha Kecil Mengengah) yang bergerak di industri air minum.

Pada Provinsi Jawa Barat khususnya Kota Bekasi, sudah banyak berdiri Depot Air Minum Isi Ulang salah satunya Depot Faqih Baroqah Water adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang air minum isi ulang yang didirikan oleh Ibu Siti Suryani dan keluarga yang telah dikelola sejak tahun 2018 hingga saat ini, yang memiliki target pasar ke warung-warung, pabrik-pabrik, serta perumahan. Sistem pembelian pada Depot Faqih Baroqah Water menggunakan

sistem delivery order atau datang langsung ke toko. Dalam memasarkan produk Depot Air Minum Isi Ulang Faqih Baroqah Water menggunakan promosi melalui media sosial seperti facebook, Instagram, whatsapp dan door to door. Maka dari itu peneliti melakukan pra survey dan observasi awal terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Depot Faqih Baroqah Water kepada 35 responden dari konsumen Depot Faqih Baroqah Water pada tabel berikut :

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah Bapak/Ibu berniat untuk membeli produk air minum isi ulang secara berulang?	85,3%	29,75%
2.	Apakah Bapak/Ibu akan merekomendasikan Depot Faqih Baroqah ini kepada orang lain untuk membeli air minum isi ulang?	80%	28%
3.	Apakah Bapak/Ibu akan menjadikan produk air minum isi ulang ini pada Depot Faqih Baroqah sebagai pilihan utama untuk dikonsumsi sehari-hari?	75,8%	26,53%
4.	Sebelum membeli produk air minum isi ulang apakah Bapak/Ibu mencari informasi terlebih dahulu mengenai air minum isi ulang?	22,9%	65,7%

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa adanya permasalahan dalam minat beli konsumen yang dapat diketahui terdapat pada indikator sebagai berikut :

1. Minat Eksploratif

Konsumen Depot Faqih Baroqah Water kurang mencari informasi mengenai kualitas produk air minum isi ulang sebelum membeli produk tersebut.

Peneliti melakukan wawancara yang diperoleh dari data mengenai penjualan Depot Faqih Baroqah water sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Jumlah Penjualan Air Minum Isi Ulang Pada Faqih Baroqah Water Mustikajaya – Kota Bekasi 2023

No.	Bulan	Jumlah Penjualan Galon
1.	Mei	2.090
2.	Juni	1.831
3.	Juli	2.327
4.	Agustus	1.528
5.	September	2.428
6.	Oktober	2.368

Sumber : Faqih Baroqah Water Mustikajaya – Kota Bekasi

Dari tabel 1.2 diatas bahwa terjadi fluktuasi penjualan pada Depot Faqih Baroqah Water selama 6 bulan pada tahun 2023.

Permasalahan tersebut diduga oleh kualitas pelayanan yang dapat dilihat pada indikator berikut ini :

1. Keandalan

Ketepatan waktu pengantaran yang ada di Depot Faqih Baroqah Water di pengaruhi oleh jumlah pesanan yang diterima, pesanan yang banyak setiap harinya membuat kinerja menjadi lambat, hal tersebut membuat waktu pengantaran produk terhadap konsumen menjadi terhambat. Dengan

permasalahan tersebut menyebabkan keinginan konsumen untuk mendapatkan produk sesuai dengan ketepatan waktu yang di tetapkan menjadi tidak terpenuhi.

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut dan hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul: ***“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA DEPOT FAQIH BAROQAH WATER MUSTIKAJAYA – KOTA BEKASI”***.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum dari usaha Depot Faqih Baroqah Water ?
2. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan dan kondisi minat beli konsumen pada Depot Faqih Baroqah Water ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Depot Faqih Baroqah Water?
4. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi oleh Depot Faqih Baroqah Water dalam mengupayakan air minum yang berkualitas serta usaha apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui gambaran umum dari usaha Depot Faqih Baroqah Water ?
2. Mengetahui kondisi kualitas pelayanan dan kondisi minat beli konsumen pada Depot Faqih Baroqah Water ?
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Depot Faqih Baroqah Water?
4. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat dan usaha apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut?

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian terdapat kegunaan teoritis yang berdasarkan pertimbangan konstekstual dan kegunaan praktik untuk perbaikan bagi lembaga/instansi yang bersangkutan. Kegunaan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

a. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta memperluas wawasan dalam menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama perkuliahan di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung dan bagi pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis umumnya, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Depot Faqih Baroqah Water Mustikajaya – Kota Bekasi.

b. Kegunaan praktis

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini sangat berguna untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan penyusunan karya ilmiah

khususnya kondisi pada pelayanan air minum isi ulang dan minat beli konsumen.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan baru yang bermanfaat khususnya mengenai kondisi pada pelayanan air minum isi ulang dan minat beli konsumen.

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak lain yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang pemasaran khususnya permasalahan tentang air minum isi ulang dan minat beli konsumen.

1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Depot Faqih Baroqah Water yang beralamat di Jl.Kober Kp.Babakan Rt/Rw 001/004 Kel.Mustikasari Kec.Mustikajaya Kota Bekasi.

1.4.2 Lamanya Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama 6 bulan, dimulai dengan membuat proposal yang berlanjut kepada penyusunan tugas akhir, yaitu dari bulan Oktober 2023 hingga bulan Maret 2024, dengan tahapan sebagai berikut:

