

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sumber daya alam merupakan aset bagi kehidupan yang sangat berharga dan harus dikelola dengan baik agar dapat memberikan kehidupan yang baik bagi seluruh makhluk hidup yang ada di dunia. Sumber daya Alam harus dikembangkan secara baik agar kehidupan manusia mampu menghadapi tantangan yang akan datang seiring berjalannya waktu, dimana mampu bertahan hidup di era-globalisasi industri seperti sekarang ini. Era-globalisasi pada abad ini berkembang dengan sangat cepat, karena didukung oleh perkembangan teknologi informasi dan mobilisasi yang sangat tinggi sehingga banyak perusahaan dapat menjual berbagai macam produk-produk alam ke konsumen dengan mudah salah satunya batu alam, air bersih dan tumbuh-tumbuhan hias . Perusahaan tidak hanya bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang ada tetapi perusahaan juga harus menghadapi berbagai keinginan konsumen terhadap kepuasan mereka.

Keberhasilan dalam sebuah perusahaan agar produk mereka diterima konsumen tidak hanya ditentukan oleh strategi pemasaran dari perusahaan tersebut, melainkan juga di pengaruhi kualitas konsumen pengguna produk tersebut, yang mana konsumen merupakan mitra dalam berbisnis yang akan menentukan keberhasilan atau tidaknya dalam suatu aktivitas perusahaan tersebut untuk memasarkan produk mereka. Untuk itu perusahaan harus selalu memperhatikan keinginan konsumennya agar bisa bertahan di era persaingan

global saat ini. Salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah kepuasan konsumen.

Dalam penelitian (Runtunuwu, Oroh, & Taroreh, 2014), (Lumenta, Mandey, & J, 2014) (Wijaya, 2017), (Handoko, 2017) dan (Ismail, 2016), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu, harga dan kualitas pelayanan. Dari beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Pembelian suatu produk dengan rasa kepuasan tinggi yang diterima oleh konsumen akan dapat mengalami perasaan positif ketika mereka berfikir tentang apa peran mereka atau mengambil bagian dari dalam aktivitas jual beli tersebut. Perasaan setelah menerima barang dengan rasa kepuasan yang rendah akan mengalami perasaan negatif ketika mereka berfikir tentang apa peran mereka dalam aktivitas jual beli tersebut kotler (1994) dalam (Tjiptono, 2014a: 146).

Kepuasan konsumen harus diperhatikan oleh pengusaha atau perusahaan, karena jika konsumen puas dengan apa yang mereka terhadap suatu produk maka akan timbul dorongan dalam diri untuk mengguna produk tersebut secara berkelanjutan dan bahkan konsumen bisa membawa konsumen lain. Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggung jawab perusahaan, untuk itu perusahaan harus terus berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen-konsumennya agar tujuan perusahaan tercapai dengan maksimal.

Konsumen yang puas dengan apa yang mereka terima dan inginkan akan menguntungkan perusahaan tersebut. Jika konsumen memiliki kepuasan yang tinggi maka semangat untuk menggunakan dan membeli produk yang dirasakan konsumen akan meningkat. Semangat menggunakan dan daya beli akan meningkat dan menghasilkan respon yang baik terhadap sebuah perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga., harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan bagi perusahaan, yang ada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh (Tjiptono, 2014a, p. 194). Jadi harga harus selalu diperhatikan oleh perusahaan dan dikontrol dengan baik, agar konsumen merasa ringan dan mudah untuk memiliki sebuah produk yang mereka inginkan.

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, karena konsumen yang membeli suatu barang atau jasa dengan harga yang murah, maka konsumen akan bertahan ditempat yang sama dan dapat mempengaruhi calon konsumen lainnya untuk belanja di tempat yang murah. Apabila perusahaan mampu menciptakan harga yang relatif murah, maka konsumen tidak akan merasa rugi dengan apa yang mereka peroleh dan mereka lakukan dengan konsumen lain dengan mengeluarkan uang dengan harga yang murah.

Selain dari harga, hal lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mendapatkan layanan yang baik dimana seorang marketing harus mempunyai hubungan emosional yang baik dengan konsumen. Hubungan

emosional yang baik antara penjual dan sipembeli diperlukan agar pembeli merasa nyaman dan percaya kepada sipenjual. Jika pembeli percaya dengan penjual, maka pembeli akan termotivasi untuk belanja di tempat tersebut.

Masyarakat kampung air Batam Center adalah sebuah pemukiman yang beralokasi yang berdekatan dengan Kawasan Cammo Industrial park kelurahan baloi permai kecamatan Batam kota, Batam center. Kampung Air Batam Center berdiri pada tahun 90-an hingga saat ini, dimana populasi masyarakat Kampung Air Batam Center saat ini berjumlah 800 kepala keluarga.

Suasana di lingkungan hidup di kampung tersebut tidak begitu bersih dan kurang nyaman. Rendahnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan hidup menimbulkan banyak masalah yang cukup sulit untuk dihadapi masyarakat Kampung air Batam Center, sehingga banyak pekerjaan dan kebutuhan rumah tangga sulit untuk dipenuhi masyarakat kampung tersebut.

Berbagai macam masalah lingkungan yang kurang baik, sehingga menimbulkan berbagai macam masalah antara lain. Masyarakat Kampung Air Batam Center selama 25 tahun mereka kesulitan untuk mendapatkan pasokan air bersih yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat kampung tersebut, sehingga mereka harus membuat sumur sendiri agar mendapatkan air bersih dan kebanyakan dari masyarakat tersebut mencari air bersih keluar kampung demi mendapatkan air bersih.

Tempat tinggal yang kurang bersih dan penataan posisi rumah membuat kampung tersebut semakin terlihat kurang bersih dan nyaman. Banyak masyarakat yang merasa frustrasi dengan keadaan lingkungan hidup yang mana banyak

sampah yang tidak pada tempatnya dan semakin lama mereka semakin sulit untuk mendapatkan air bersih yang berasal dari sumur mereka, karena kurangnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan hidup sehingga air bersih pun tercemar dan tidak dapat digunakan lagi untuk keperluan rumah tangga dan kegiatan pekerjaan lainnya seperti, mencuci, memasak, mandi dan pekerjaan bangunan.

Pada tahun 2015 ada sebuah perusahaan CV. Buana Citra Sejahtera yang bergerak dibidang bisnis *traveling* dan konstruksi yang menyalurkan air bersih dari ATB ke kampung air tersebut sehingga Masyarakat Kampung Air Batam Center dapat menikmati langsung dari rumah mereka sendiri air bersih tanpa mereka harus keluar kampung untuk mendapatkan air bersih tersebut. Hingga saat ini masyarakat tersebut dengan mudahnya mendapatkan dan menggunakan air bersih. Tapi di samping itu masyarakat Kampung Air Batam Center juga harus menghadapi masalah untuk mendapatkan air bersih terkait dengan harga perkubik air Rp.16.000 yang di tetapkan oleh agen cukup mahal dibandingkan air yang ada di perumahan perkubiknya Rp.3500 yang mana di perumahan airnya di salurkan langsung dari ATB.

Masyarakat Kampung Air Batam Center harus menghadapi kesulitan untuk mendapatkan air tersebut yaitu harga pemasangan dan biaya perkubik air cukup mahal sehingga masyarakat kampung air harus mengeluarkan uang yang cukup banyak untuk mendapatkan air bersih tersebut dan tidak hanya masalah harga saja, melainkan mereka juga harus menghadapi masalah kualitas pelayanan juga, dimana air bersih tersebut sering tidak jalan tanpa ada pemberitahuan dari

pihak pengelola air bersih tersebut dan pengaduan masyarakat juga kurang ditanggapi oleh agen penyalur air bersih.

Hubungan emosional dan komunikasi yang kurang baik akan menimbulkan jarak antara agen dan konsumen. Kondisi seperti ini akan berakibat pada rendahnya inisiatif. Pengelola selalu menunggu keluhan masyarakat baru pengelola bergerak untuk menanggapi keluhan masyarakat. Pengelola tidak ada inisiatif untuk melaksanakan tanggung jawab mereka.

Sebuah perusahaan idealnya adalah perusahaan yang memperhatikan konsumen agar terjalin hubungan yang baik. Perusahaan harus bertanggung jawab untuk memberikan harga yang murah dan kualitas pelayanan yang kondusif dan harmonis, karena kualitas pelayanan yang harmonis dapat mendorong semangat konsumen untuk tetap menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti memfokuskan penelitian ini dengan judul: Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center.

## **1.2. Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka banyak permasalahan yang dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Pengelola kurang merespon keluhan konsumen.
2. Air sering mati tanpa ada pemberitahuan
3. Pengelola memberikan harga pemasangan air cukup mahal.
4. Harga perkubik air mahal dari perumahan.

5. Rendahnya kerja sama antara perusahaan dan konsumen.
6. Pengelola lambat memperbaiki pipa bocor

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Untuk mempermudah dalam penelitian dan untuk dapat melakukan penelitian secara lebih mendalam maka tidak semua masalah diteliti oleh penulis. Berdasarkan masalah-masalah yang ada, maka peneliti memutuskan untuk memfokuskan penelitian pada 3 variabel yaitu, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini membatasi 3 variabel karena keterbatasan waktu penelitian dan menurut peneliti tiga variabel ini juga sangat menarik untuk diteliti karena belum ada peneliti yang meneliti tentang variabel ini sebelumnya di Masyarakat Kampung Air Batam Center.

### **1.4. Perumusan Masalah**

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam skripsi ini penulis membatasinya pada tiga ruang lingkup. Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center?

3. Apakah harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada berbagai pihak, khususnya bagi peneliti sendiri, bagi masyarakat kampung air Batam Center, bagi akademis dan kepada pihak lainnya. Manfaat penelitian ini di bagi menjadi 2 yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu:

#### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi pengembangan ilmu ekonomi dan menambah kajian ilmu ekonomi khususnya

ilmu manajemen. Untuk pihak-pihak yang akan melakukan penelitian yang sama diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tentang pengaruh variabel pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

#### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dan organisasi untuk lebih memperhatikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan.

#### 2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen bisnis, serta menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya.

#### 3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru bagi organisasi/perusahaan yang menghadapi masalah yang sama, sehingga organisasi/perusahaan sudah mengetahui hal-hal yang harus dipertimbangkan pada saat membuat kebijakan.