BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk Allah SWT yang paling sempurna, tetapi manusia tidak dapat hidup sendiri di bumi ini, melainkan manusia harus hidup bermasyarakat, dan tolong menolong antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Itulah sebabnya manusia disebut makhluk sosial, karena setiap manusia harus memberikan andilnya kepada orang lain. Kehidupan sehari-hari setiap individu, perusahaan dan masyarakat secara keseluruhannya akan menghadapi persoalan-persoalan yang bersifat ekonomi, sehingga dalam hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan kegiatan ekonomi sebagai kegiatan seseorang atau suatu perusahaan ataupun suatu masyarakat untuk memproduksi (menggunakan) barang maupun jasa.[1] Dalam ekonomi ada dua jenis produk yang dapat diperjualbelikan dua hal itu adalah barang dan jasa. Barang adalah jenis produk yang diperjualbelikan yang mempunyai bentuk fisik yang dapat dirasakan oleh panca indera atau mempunyai bentuk *tangible* adapun hal yang berkaitan dengan jasa adalah pelayanan. Pelayanan adalah menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Ataupun dengan makna lain adalah menyediakan sesuatu yang dibutuhkan orang lain dalam bentuk yang tidak berwujud *intangible.*

[1]Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 4.

Pada era globalisasi yang sangat berkembang saat ini, ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dapat mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat. Perusahaan- perusahaan saat ini memberikan tekanan yang besar pada logistik untuk beberapa alasan tertentu. Layanan dan kepuasan pelanggan telah menjadi batu penjuru strategi pemasaran dalam sebagian bidang bisnis, dan distribusi adalah elemen layanan pelanggan yang penting. Terlebih lagi, logistik yang efektif telah menjadi kunci memenangkan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan menyadari bahwa mereka dapat menarik pelanggan baru dengan memberikan layanan yang lebih baik atau harga yang lebih rendah melalui distribusi yang baik.[2]

Dalam halnya sebuah Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi, dan distribusi barang, jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi, dan tujuannya adalah memberikan kepuasan kepada pihak- pihak yang terlibat.[3]

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived perfomance)* dan harapan *(expectations).* Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak akan puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas.

---

[2]Philip Kotler., Gery Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 35.

[3]Philip Kotler, *et al.* eds. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia,* (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 16.

Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia.[4]

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan jual beli. Namun tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha perdagangan secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus, ada aturan mainnya yang mengatur bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha di bidang perdagangan agar mendapatkan berkah dan ridha Allah di dunia dan akhirat. Dan tolong-menolong antara sesama, maka berkenaan dengan hal ini, Allah berfirman dalam Q.S. an-Nisa 4/29, sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

*"*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

Kemudian Allah memperingatkan orang beriman agar tidak memakan harta manusia dengan cara yang bathil. " *Hai orang- orang yang beriman, janganlah kami saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil,"*

Hai orang- orang yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian lainnya dengan cara yang batil, yaitu

[4]Philip Kotler, *et al.* eds. *Op. Cit*. hlm 50-51

dengan cara yang tidak diperbolehkan syariat seperti mencuri, korupsi, ghashab, riba, perjudian, dan sejenis itu semua. "*Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu,"* kecuali dengan cara yang terhormat, seperti dagang atau perniagaan yang dihalalkan oleh Allah. Ibnu Katsir berkata, "Terdapat pengecualian". Bermakna: janganlah kamu melakukan tindakan- tindakan yang diharamkan dalam mencari harta, akan tetapi lakukanlah perniagaan yang dilakukan atas dasar keridhaan masing- masing pihak. [5]

Oleh karenanya produsen perlu mengenal, mengetahui selera dan kebutuhan konsumen. Sehingga perlu mengadakan penelitian konsumen guna mengetahui dan memahami perilaku konsumen dalam kebiasaan mengonsumsi suatu produk atau jasa. Penelitian konsumen perlu dilakukan dalam kaitannya dengan proses pengambilan keputusan dalam diri konsumen untuk membeli produk yang dibutuhkan.[6]

Setiap pedagang agar tetap eksis, maka pedagang harus memperhatikan perubahan kebutuhan konsumen untuk memenangkan persaingan dalam berdagang. Seperti halnya dalam penjualan bensin eceran yang di jaman sekarang juga mengalami perubahan dalam sarananya, karena para pedagang mulai banyak mengubah sarananya yang tidak lagi menggunakan jiriken ataupun botol, sebab dengan majunya sistem tegnologi sekarang konsumen lebih dipemudahnya dengan kecanggihan dalam membeli BBM eceran.

---

[5]Syaikh Muhammad Ali Ash- Shabuni, *Shafwatut Tafasir*, (Jakarta: Darul Fikr Lithaba'ah wa An- Nasyr wa At- Tauzi, cet , 2001), hlm. 620- 627.

[6]Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 7

Dalam menjalankan sebuah usaha yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan seperti perdagangan pasti halnya sangat diperhatikan kepuasan konsumen atau pelanggan atas produk yang dihasilkannya. Karena kepuasan konsumen sangat memengaruhi dunia usaha perdagangan untuk selalu bisa mempertahankan pelanggan yang menjadi aset keuntungan.

Kepuasan konsumen memiliki berbagai macam sifat yang berbeda, karena halnya ada konsumen yang merasa puas terhadap produknya, atau harganya saja, tetapi ada juga konsumen yang merasa puas terhadap produk dan harganya bahkan dari bebagai macam halnya maka dari itu perasaan konsumen dalam merasakan kepuasan sangat bermacam-macam.

Dari observasi awal yang saya teliti pada kelurahan Ampah Kota terhadap kepuasan konsumen dalam membeli BBM eceran melalui pom mini karena disana pedagang eceran sudah banyak yang merubah sarananya menggunakan pom mini. Pom mini yang digunakanpun terdiri dari berbagai macam jenis BBM (Bahan Bakar Minyak) dari premium, petalite, dan pertamax bahkan solar juga sudah ada yang menggunakan pom mini. Masyarakat disana pun peneliti lihat sudah merasakan kepuasan terhadap perubahan sarana penjual BBM eceran yang menggunakan pom mini.

Jadi, hal yang membuat peniliti tertarik terhadap penelitian tersebut adalah ingin mengetahui faktor apa saja yang memengruhi untuk kepuasan konsumen dalam membeli BBM eceran dengan pom mini. Maka peneliti tuangkan dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul **Pengaruh fasilitas, pelayanan dan lokasi**

terhadap kepuasan konsumen dalam membeli BBM (Bahan Bakar Minyak) eceran melalui pom mini di Kelurahan Ampah Kota.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dirumuskan penelitian ini yaitu:

1. Apakah fasilitas, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam membeli BBM (Bahan Bakar Minyak) eceran melalui pom mini di Kelurahan Ampah Kota ?
2. Apakah fasilitas, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli BBM (Bahan Bakar Minyak) eceran melalui pom mini di Kelurahan Ampah Kota ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari permasalahan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui fasilitas, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam membeli BBM (Bahan Bakar Minyak) eceran melalui pom mini di Kelurahan Ampah Kota.
2. Untuk mengetahui fasilitas, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli BBM (Bahan Bakar Minyak) eceran melalui pom mini di Kelurahan Ampah Kota.

D. Signifikasi Penelitian

1. Manfaat teoritis

   Hasil penelitian ini berusaha untuk mengembangkan pengetahuan faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan pom mini dan wawasan kepada semua pihak yang memerlukan serta diharapkan menjadi salah satu pelengkap dari referensi tentang ekonomi.

2. Manfaat praktis

   a. Konsumen

      Diharapkan agar menambah wawasan untuk konsumen terhadap kepuasannya pada faktor apa saja yang memengaruhi dalam pembelian produk atau jasa.

   b. Pedagang

      Diharapkan hasil penelitian ini dapat memeberikan masukan kepada pedagang agar bisa memeberikan kualitas pelayanan yang baik dan menarik karena dapat memepengaruhi kepuasan konsumen, yang juga berguna untuk mempertahanan pelanggan mereka.

   c. Peneliti

      Untuk menerapkan teori dan sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan serta memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman.

   d. Mahasiswa

      Sebagai tambahan untuk kajian selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan masalah yang mirip dengan yang peneliti angkat.

   e. Kampus UIN Antasari Banjarmasin

Dapat menambah koleksi pustaka yang bermanfaat bagi mahasiswa UIN Antsari Banjarmasin khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap penelitian ini maka penulis perlu memberikan batasan istilah sebagai berikut :

1. Faktor–faktor yang memengaruhi adanya kepuasan konsumen pada pembelian bensin eceran melalui pom mini terdapat tiga variabel yang penulis teliti :
   a. Fasilitas
   b. Pelayanan
   c. Lokasi
2. Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan anatara apa yang dia terima dan harapannya.[7] Yang peneliti maksud untuk kepuasan konsumen disini adalah perasaan yang dirasa puas, senang atau bahagia dengan sesuai harapan yang diinginkan konsumen dalam penggunaan pom mini.
3. Usaha eceran meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan

[7]Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis,* (Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 2005), hlm. 65.

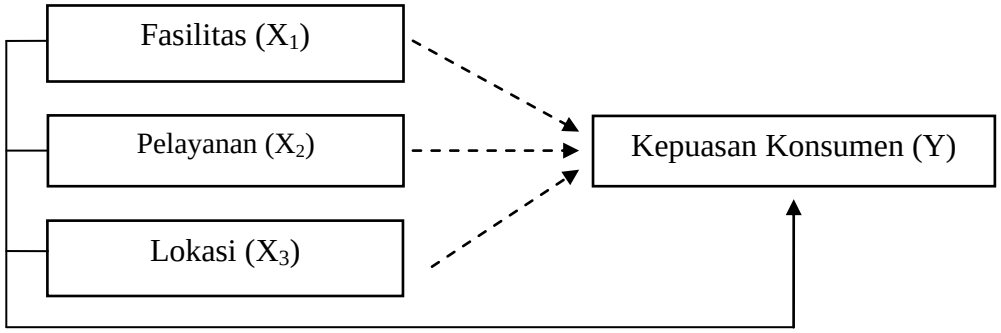
bisnis.[8] Usaha eceran yang peneliti maksud disini adalah pedagang bensin eceran yang sekarang menggunakan pom mini.

4. Pom mini adalah pertamini manual yang menggunakan tabung ukur yang tidak membutuhkan bantuan listrik.[9] Pom mini yang penulis maksud disini adalah pom mini yang menggunakan tabung ukur yang bisa memuat BBM dengan sebanyak 5 liter dan bisa dibagi untuk berapa jumlah yang dibutuhkan pembeli.
5. Ampah Kota adalah Kelurahan di Kecamatan Dusun Tengah, Kabupaten Barito Timur, Kalimantan Tengah, Indonesia. Ampah Kota berjarak 276 km di sebelah utara Kota Banjarmasin dan 47 km dari Tamiang Layang.

F. Kerangka Pemikiran

Untuk menjelaskan jalan pemikiran ini peneliti mengajukan kerangka pemikiran yang disusun sebagai berikut :

Gambar 1.1



[8]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta, Prenhallindo, 1997), hlm.170.

[9]AsepIwanhttp://googleweblight.com/?lite_url=http://www.pommini.com/2016/02/spesifiasidetailpomminidigitaldan.html&ei=DGXxVvTF&lc=idID&s=1&m=810&host=www.google.co.id&ts=1516005697&sig=AOyes_R49CdId-RhOS7JATmcOnqbEImVSg (diakses tgl 15 januari 2018, pukul 11.12)

Keterangan:

 **Pengaruh secara parsial**

 Pengaruh secara simultan

G. Hipotesis Penelitian

Berdsarkan permasalahan dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis I

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan secara silmultan antara variabel fasilitas, pelayanan, dan lokasi terhadap Kepuasan konsumen dalam membeli BBM (Bahan Bakar Minyak eceran dengan Pom Mini di Kelurahan Ampah Kota.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara silmultan antar variabel fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli BBM (Bahan Bakar Minyak eceran dengan pom mini di Kelurahan Ampah Kota.

Hipotesis II

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan secaraparsial antara fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli BBM (Bahan Bakar Minyak eceran dengan Pom Mini di Kelurahan Ampah Kota.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan secaraparsial antara fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli

BBM (Bahan Bakar Minyak eceran dengan Pom mini di Kelurahan Ampah Kota.

H. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah pengumpulan data. Metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pemikiran dengan harapan hasil penelitian dapat tersaji secara akurat dan mudah dipahami. Di samping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berpikir peneliti.

Pertama penelitian yang dilakukan oleh Irwanullah (1101150153) Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasaari Banjarmasin, yang berjudul"Pengaruh Kualitas Pelayanan Service Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin".[10] Penelitian ini dilatar belakangi karena banyaknya para pengguna sepeda motor setiap tahunnya, sehingga permintaan akan jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor itu sendiri juga semakin meningkat. Dengan demikian perusahaan dan perakitan sepeda motor merek Yamaha yang memiliki lebih dari 800 dealer resmi yang tersebar di seluruh Indonesia telah menawarkan jasa *service* untuk memberikan kepuasan konsumen pengguna sepeda motor Yamaha tersebut.

[10] Irwanullah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Service Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin"(skripsi tidak diterbitkan jurusan Ekonomi Syariah, fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin 2011).

Namun, sudut pandang dari masyarakat berbeda- beda dalam menilai kepuasan yang dirasakan tergantung pada kualitas produk tersebut.

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Noor Latifah (091150116) Mahasiwi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Pashmina Terhadap Kepuasan Konsumen pada Komunitas Hijabi Banjarmasin".[11] Penelitian ini dilatar belakangi oleh munculnya produk pashmina dengan hadirnya komunitas Hijabers di Indonesia khususnya di Banjarmasin. Kualitas produk pashmina inilah yang banyak memengaruhi kepuasan konsumen khususnya untuk para muslimah komunitas Hijabi Banjarmasin.Persamaan pada kedua penelitian ini dengan penulis teliti adalah sama- sama meneliti tentang kepuasan konsumen.

Perbedaan pada kedua penelitian ini dengan penulis teliti adalah disini pada penelitian Irwanullah dia meneliti tentang kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen, dan penelitian yang diteliti oleh Noor Latifah meneliti tentang pengaruh kulitas produk pada kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh penulis adalah Tentang faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Membeli BBM (Bahan Bakar Minyak) Eceran melalui Pom Mini, maka perbedaanya bisa dilihat bahwa penulis meneliti tentang beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dengan variabel fasilitas, pelayanan dan lokasi.

[11] Noor Latifah, "Pengaruh Kualitas Produk Pashmina Terhadap Kepuasan Konsumen pada Komunitas Hijabi Banjarmasin" (skripsi tidak diterbitkan, jurusan Ekonomi Syariah, fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin 2009).

I. Sistematika Penulisan

Bab pertama adalah pendahuluan, yang menguraikan permasalahan terkait penelitian ini tentang, Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli BBM (Bahan Bakar Minyak) eceran Melalui Pom Mini di Kelurahan Ampah Kota. kemudian di rumuskan permasalahan penelitian dan di terapkan tujuan penelitian yang merupakan hasil yang di inginkan.Signifikasi dari penelitian ini merupakan dari hasil penelitian. Dari judul itu sendiri telah di temukan beberapa definisi operasional yang di perlukan untuk memahami kata-kata yang penulis maksudkan agar tidak terjadi kesalahpahaman yang menimbulkan penafsiran yang berbeda, kemudian sebagai rujukan dalam penelitian maka di ambillah kajian pustaka dari skripsi-skripsi terdahulu agar memudahkan penelitian dan menjaga kebenaran originalitas penulisan, untuk lebih mudah memahami penelitian ini maka disusunlah sistematika penulisan.

Bab kedua merupakan landasan teoritis yang dapat menjelaskan, menguraikan, dan menformulasikan berbagai elemen teori sehingga membentuk suatu format pemikiran teoritis yang utuh, logis, kritis, dan sistematis.Sehingga dapat menjadi acuan untuk menganalisis data yang di peroleh.

Bab ketiga merupakan metode penelitian yang terdiri atas: jenis, dan sifat penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber penelitian, teknik pengolahan dan analisis data teknik pengumpulan data, dan tahapan penelitian.

Bab keempat merupakan penyajian data dan analisis, terdiri dari: pertama, laporan hasil penelitian yang berisi tentang Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli BBM (Bahan Bakar Minyak) Eceran melalui Pom Mini di Kelurahan Ampah Kota. Kedua, analisis terhadap hasil penelitian berdasarkan landasan teoritis yang telah disusun sesuai dengan hasil wawancara, analisis data, dan pembahasan penelitian.

Bab kelima adalah merupakan penutup dari penelitian yang telah dilakukan, terdiri atas kesimpulan dan saran.