

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Air merupakan sumber kehidupan dan kebutuhan dasar yang tidak dapat digantikan oleh komoditas lain. Manusia bergantung pada air tidak hanya untuk minum, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan kebersihan, memasak, dan kegiatan rumah tangga lainnya. Oleh karena itu, ketersediaan air bersih menjadi indikator penting dalam menilai kualitas hidup masyarakat. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, air minum yang higienis dan mudah diakses menjadi bagian dari tujuan global *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya pada tujuan keenam, yaitu memastikan ketersediaan dan pengelolaan air bersih serta sanitasi bagi semua. Kota Kupang sebagai ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Timur menghadapi tantangan yang cukup besar dalam penyediaan air bersih karena kondisi geografis yang kering, curah hujan yang tidak merata, serta keterbatasan infrastruktur distribusi air dari perusahaan daerah. Akibatnya, sebagian besar masyarakat perkotaan bergantung pada usaha air minum isi ulang (depot air galon) sebagai alternatif yang lebih murah dan mudah diperoleh dibandingkan air mineral kemasan bermerek.

Salah satu usaha yang berkembang pesat di bidang penyediaan air minum isi ulang di Kota Kupang adalah Depot Sonaf Maneka. Usaha ini berlokasi di Kelurahan Merdeka, Kecamatan Kota Lama, dan telah beroperasi sejak tahun 2018. Sejak awal berdirinya, depot ini berkomitmen menyediakan air minum higienis

dengan harga terjangkau. Dalam proses produksinya, Depot Sonaf Maneka menggunakan teknologi modern seperti sistem penyaringan karbon aktif, pasir silika, dan penyinaran ultraviolet (UV), serta teknologi *reverse osmosis* (RO) untuk memastikan air yang diproduksi bebas dari kotoran dan bakteri. Selain itu, depot ini juga menawarkan layanan tambahan seperti antar-jemput galon ke rumah pelanggan tanpa biaya tambahan. Keunggulan tersebut menjadikan usaha ini cukup dikenal di kalangan masyarakat sekitar karena mampu memberikan keseimbangan antara kualitas dan keterjangkauan harga.

Tabel 1.1
Data Penjualan Air Galon Depot Sonaf Maneka, Tahun 2024

Bulan	Jumlah Air (Galon)	Pertumbuhan (%)
Januari	6.134	-13,86-
Februari	6.459	5,30
Maret	7.109	10,06
April	4.002	-43,71
Mei	5.390	34,68
Juni	7.010	30,06
Juli	5.470	-21,97
Agustus	3.457	-36,80
September	4.890	41,45
Oktober	3.900	-20,25
November	5.900	51,28
Desember	8.122	37,66
Total	67.843	73,90

Sumber Data: Sekunder Penjualan Air Galon Depot Sonaf Maneka, (diolah tahun 2025)

Namun demikian, di balik keunggulannya, terdapat fenomena menarik yang menggambarkan fluktuasi permintaan konsumen terhadap produk air galon di Depot Sonaf Maneka. Berdasarkan data penjualan tahun 2024, total penjualan air galon mencapai 67.843 unit, tetapi jumlah penjualan tersebut berfluktuasi secara signifikan dari bulan ke bulan. Pada bulan Januari tercatat 6.134 galon, kemudian naik menjadi 6.459 galon pada Februari dengan pertumbuhan 5,30 persen, dan terus

meningkat hingga 7.109 galon pada Maret dengan pertumbuhan 10,06 persen. Namun pada bulan April, penjualan anjlok tajam menjadi 4.002 galon atau turun sebesar 43,71 persen dibanding bulan sebelumnya. Setelah itu, penjualan kembali meningkat pada Mei dan Juni masing-masing sebesar 34,68 persen dan 30,06 persen, sebelum kembali menurun pada Juli dan Agustus, serta meningkat lagi secara signifikan pada bulan November dan Desember. Pola fluktuatif ini menunjukkan adanya ketidakstabilan permintaan, yang diduga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik ekonomi maupun non-ekonomi.

Secara teoritis, hukum permintaan dalam ilmu ekonomi menjelaskan bahwa ketika harga suatu barang meningkat, jumlah barang yang diminta akan menurun, dan sebaliknya, ketika harga turun, permintaan akan meningkat dengan asumsi faktor lain tetap atau *ceteris paribus*. Namun, kenyataannya di lapangan, fluktuasi penjualan air galon di Depot Sonaf Maneka tidak sepenuhnya dapat dijelaskan oleh perubahan harga. Harga jual air galon isi ulang relatif stabil sepanjang tahun 2024, tetapi jumlah penjualan tetap mengalami naik-turun secara signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain seperti pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga, kualitas produk, dan pelayanan memiliki pengaruh yang lebih kompleks terhadap permintaan. Selain itu, faktor eksternal seperti musim dan persaingan antar depot air isi ulang juga turut memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli air galon. Pada musim kemarau, misalnya, permintaan cenderung meningkat karena ketersediaan air bersih di rumah tangga menurun. Sebaliknya, pada musim hujan, sebagian masyarakat beralih

menggunakan air sumur atau menampung air hujan sehingga permintaan air galon menurun.

Kondisi ekonomi masyarakat juga menjadi faktor penting dalam menentukan permintaan air galon. Pendapatan rumah tangga yang tidak stabil menyebabkan perubahan daya beli terhadap kebutuhan sehari-hari, termasuk air minum. Masyarakat dengan pendapatan rendah akan lebih sensitif terhadap perubahan harga dan cenderung memilih depot dengan harga lebih murah, meskipun harus mengorbankan aspek kualitas. Sebaliknya, masyarakat berpendapatan menengah ke atas lebih mempertimbangkan kualitas air dan pelayanan dibanding harga semata. Faktor pelayanan juga tidak kalah penting. Konsumen cenderung loyal terhadap depot yang memberikan pelayanan cepat, ramah, dan fleksibel. Pelayanan yang kurang memuaskan dapat menyebabkan konsumen berpindah ke depot lain, sekalipun perbedaan harga tidak signifikan. Dalam konteks ini, Depot Sonaf Maneka harus mampu menjaga konsistensi kualitas dan pelayanan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Selain faktor internal, terdapat pula faktor eksternal yang memperkuat fenomena fluktuasi permintaan. Persaingan antar depot air minum isi ulang di Kota Kupang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu pesaing utama adalah Depot Fresh & Cool yang menawarkan konsep pelayanan modern dengan sistem pengisian otomatis, kemasan lebih menarik, dan citra merek profesional. Berbeda dengan Depot Sonaf Maneka yang mengedepankan hubungan emosional dengan pelanggan dan harga terjangkau, Depot Fresh & Cool

menargetkan konsumen menengah ke atas yang lebih mementingkan aspek kualitas premium. Kedua pendekatan ini menciptakan diferensiasi pasar yang kuat, namun sekaligus meningkatkan tekanan kompetitif di tingkat lokal. Dalam situasi seperti ini, memahami faktor-faktor yang menentukan permintaan konsumen menjadi sangat penting bagi Depot Sonaf Maneka agar dapat mempertahankan posisi di pasar.

Urgensi penelitian ini semakin kuat apabila dikaitkan dengan peran sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian daerah. UMKM seperti depot air isi ulang berperan strategis dalam menciptakan lapangan kerja, menumbuhkan ekonomi lokal, dan menyediakan produk kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, menjaga keberlanjutan usaha dan stabilitas permintaan menjadi kunci agar kontribusi UMKM terhadap perekonomian tetap optimal. Penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat akademik berupa pengujian teori permintaan dalam konteks empiris lokal, tetapi juga manfaat praktis bagi pelaku usaha untuk menyusun strategi harga, kualitas, dan pelayanan yang sesuai dengan preferensi konsumen. Lebih jauh, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan UMKM berbasis kebutuhan dasar masyarakat, sekaligus mendukung pencapaian SDGs di bidang air bersih dan pekerjaan layak.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa permintaan air minum isi ulang dipengaruhi oleh berbagai faktor. penelitian yang dilakukan oleh Parimin, Yusuf, dan Putra (2016) di Kota Binjai menemukan bahwa harga air minum isi ulang memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan. Sementara itu,

penelitian oleh Fatoni, Sasana, dan Kusuma (2019) di PDAM Magelang menunjukkan bahwa jumlah penduduk dan pendapatan berpengaruh terhadap konsumsi air bersih. Selanjutnya, penelitian oleh Yurika Suryaningrat dan Sutrisno (2021) menemukan bahwa kualitas produk dan penetapan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Wahyu Pamungkas Putro dan Budi Kramadibrata (2024) juga menyimpulkan bahwa kualitas produk dan pelayanan memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan pembelian air galon isi ulang di Jakarta Barat. Dari berbagai studi tersebut, terlihat bahwa faktor harga, pendapatan, kualitas, dan pelayanan menjadi determinan penting dalam memengaruhi perilaku konsumsi air minum isi ulang.

Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan di kota-kota besar di Pulau Jawa dan Sumatra, sementara wilayah Indonesia Timur, termasuk Kota Kupang, belum banyak mendapat perhatian akademik. Padahal, kondisi sosial-ekonomi dan karakteristik masyarakat di wilayah ini memiliki perbedaan mendasar, seperti tingkat pendapatan yang relatif lebih rendah, ketergantungan pada sektor informal, serta keterbatasan pasokan air bersih dari PDAM. Kesenjangan konteks ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu diisi melalui penelitian yang lebih spesifik dan kontekstual. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif semata, padahal perilaku konsumen air galon sangat dipengaruhi oleh persepsi subjektif dan faktor sosial yang lebih mudah dipahami melalui pendekatan kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode *mixed methods*, yakni perpaduan antara analisis kuantitatif dan kualitatif, agar hasilnya tidak hanya menunjukkan besaran

pengaruh antarvariabel secara statistik, tetapi juga mampu menjelaskan alasan di balik perilaku konsumen secara mendalam.

Kebaruan lain dari penelitian ini adalah penambahan variabel jumlah anggota keluarga sebagai faktor penentu permintaan. Variabel ini jarang digunakan dalam penelitian serupa, padahal sangat relevan untuk konteks rumah tangga di Kota Kupang. Semakin banyak anggota keluarga, semakin besar pula kebutuhan air minum harian, sehingga permintaan air galon meningkat. Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan interaksi antara faktor ekonomi (harga dan pendapatan) dengan faktor non-ekonomi (kualitas dan pelayanan). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji validitas teori permintaan klasik, tetapi juga memperluasnya dengan mempertimbangkan dimensi sosial dan perilaku konsumen di tingkat lokal.

Fenomena fluktuasi penjualan air galon di Depot Sonaf Maneka sepanjang tahun 2024 mencerminkan kompleksitas perilaku permintaan konsumen di sektor kebutuhan dasar. Walaupun air merupakan barang pokok yang bersifat esensial, permintaannya tetap mengalami dinamika karena pengaruh faktor ekonomi, musiman, dan pelayanan. Di sisi lain, persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk memahami dengan lebih mendalam perilaku konsumennya agar dapat menyesuaikan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini menjadi penting karena hasilnya diharapkan mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen terhadap air galon di Kota Kupang, sekaligus memberikan rekomendasi strategis bagi peningkatan daya saing usaha air minum isi ulang.

Dengan demikian, penelitian ini berjudul “Determinan Permintaan Konsumen Air Galon Depot Sonaf Maneka di Kota Kupang”, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, pendapatan, kualitas, pelayanan, dan jumlah anggota keluarga terhadap permintaan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu ekonomi mikro, khususnya teori permintaan dan perilaku konsumen, serta manfaat praktis bagi pelaku usaha UMKM di sektor air minum isi ulang untuk meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dalam mendorong kebijakan pengelolaan usaha berbasis kebutuhan dasar masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat Kota Kupang secara berkelanjutan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini dirancang untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen terhadap air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang. Permintaan yang berfluktuasi dari waktu ke waktu menunjukkan adanya pengaruh berbagai variabel ekonomi dan non-ekonomi yang perlu diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi permintaan konsumen, harga, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga rumah tangga, kualitas produk, dan pelayanan usaha air Galon Depot Sonaf Maneka Kota Kupang?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap permintaan konsumen air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang?
3. Apakah pendapatan rumah tangga berpengaruh terhadap permintaan air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang?
4. Apakah jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan konsumen air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap permintaan konsumen air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang?
6. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap permintaan konsumen air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini untuk:

1. Mendeskripsikan permintaan konsumen, harga, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, kualitas produk, dan pelayanan usaha air Galon Depot Sonaf Maneka Kota Kupang
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap permintaan konsumen air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang.
3. Menganalisis pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang.
4. Menganalisis pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap permintaan konsumen air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang.

5. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap permintaan konsumen air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang.
6. Menganalisis pengaruh pelayanan terhadap permintaan konsumen air galon di Depot Sonaf Maneka Kota Kupang.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor dominan yang memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli air galon isi ulang. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan dasar empiris bagi pemilik usaha dalam merumuskan strategi harga, kualitas, dan pelayanan yang lebih efektif untuk menjaga stabilitas penjualan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu ekonomi mikro, khususnya dalam kajian teori permintaan dan perilaku konsumen, dengan menambahkan bukti empiris dari konteks lokal di Kota Kupang.
- b. Menjadi referensi ilmiah bagi penelitian selanjutnya yang meneliti faktor-faktor yang memengaruhi permintaan barang kebutuhan pokok, terutama air minum isi ulang atau produk sejenis di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
- c. Memperkuat pemahaman mengenai interaksi antara faktor ekonomi (harga, pendapatan) dan faktor non-ekonomi (kualitas dan pelayanan) dalam

memengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasar dengan daya beli menengah ke bawah.

- d. Menguji relevansi dan penerapan teori permintaan klasik pada kondisi ekonomi daerah berkembang seperti Nusa Tenggara Timur, di mana perilaku konsumsi masyarakat sering kali dipengaruhi oleh faktor sosial dan pelayanan.

2. Manfaat Praktis

1. Memberikan informasi dan rekomendasi strategis bagi pemilik Depot Sonaf Maneka tentang faktor-faktor dominan yang memengaruhi permintaan konsumen, sehingga dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran, harga, dan peningkatan kualitas layanan.
2. Menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM lain di bidang air minum isi ulang di Kota Kupang untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi pelayanan dan jaminan kualitas produk.
3. Memberikan masukan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan sektor UMKM, khususnya pada usaha penyediaan air minum bersih dan higienis yang mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat.
4. Memberikan manfaat sosial bagi masyarakat, yakni tersedianya produk air galon berkualitas, harga terjangkau, dan pelayanan yang lebih baik sebagai hasil dari peningkatan kinerja usaha berbasis penelitian.