

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dalam dunia bisnis yang semakin luas seiring dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia menjadi tolak ukur sebuah perusahaan dalam proses penyampaian produk kepada pelanggan serta pencapaian tujuan perusahaan berupa penjualan produk yang optimal. Di era globalisasi saat ini muncul beberapa trend cabang olah raga yang mulai banyak digemari oleh seluruh masyarakat, bahkan telah menjadi *lifestyle* bagi sebagian kalangan. Salah satu cabang olahraga yang mulai populer dan berkembang di era sekarang diantaranya adalah olahraga futsal. Menurut Justinus Lhaksana (2011) menyatakan bahwa futsal adalah permainan bola yang dimainkan oleh dua tim, yang masing-masing beranggotakan lima orang. Tujuannya adalah memasukkan bola ke gawang lawan, dengan memanipulasi bola dengan kaki. Selain lima pemain utama, setiap regu juga diizinkan memiliki pemain cadangan. Tidak seperti permainan sepakbola dalam ruangan lainnya, lapangan futsal dibatasi garis, bukan net atau papan. Dengan berbagai pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa futsal adalah permainan beregu yang dimainkan lima lawan lima dalam durasi waktu tertentu dalam sebuah lapangan yang relative kecil, ukuran bola dan ukuran gawang yang relative kecil dibandingkan dengan sepakbola, permainan futsal sangat menggemirakan dan menarik dimana tim yang memasukkan bola paling banyak ke gawang lawan maka tim itu yang memenangkan permainan. Di Indonesia, pada tahun 1998 olahraga futsal belum begitu populer semua masyarakat masih meminati olahraga sepakbola, namun seiring dengan berjalannya waktu masyarakat Indonesia antusias terhadap olahraga futsal. Hal ini terlihat di tahun 2002 Indonesia telah di percaya sabagai tuan rumah kejuaraan futsal Asia 2002. Futsal sendiri saat ini telah memiliki induk nasional yang dikenal dengan Federasi Futsal Indonesia ( FFI ). Di Indonesia, pada tahun 1998 olahraga futsal belum begitu populer semua masyarakat masih meminati olahraga sepakbola, namun seiring dengan berjalannya waktu masyarakat Indonesia antusias terhadap olahraga futsal. Hal ini terlihat di tahun 2002 Indonesia telah di percaya sabagai tuan rumah kejuaraan futsal Asia 2002. Futsal sendiri saat ini telah memiliki induk nasional yang dikenal dengan Federasi Futsal Indonesia ( FFI ).

Membangun sebuah lapangan futsal merupakan hal yang mulai dilirik untuk dijadikan bisnis. Melihat peluang pasar yang menjanjikan banyak pelaku bisnis yang ikut meramaikan dunia olahraga ini, khususnya pada cabang futsal ini. Ketatnya persaingan dalam industri jasa khususnya jasa penyewaan lapangan futsal saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sekarang ini sudah semakin banyaknya tempat penyewaan lapangan futsal di Indonesia membuat para pelaku usaha harus berlomba-lomba untuk bersaing. Melihat dunia bisnis tidak terlepas dari adanya persaingan usaha yang semakin ketat. Sejalan dengan yang di kemukakan oleh

Anoraga (2011), persaingan adalah sesuatu yang wajar dan sudah seharusnya ada pada dunia bisnis. Bila pengusaha tidak ingin di geser dengan pesaing maka harus melakukan langkah-langkah antisipasi yang tepat dengan memantapkan pengelolaan usaha dengan melakukan suatu strategi pemasaran.

Menurut Stanton (2017) mengatakan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu hal yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menetapkan harga suatu produk sampai memasarkannya serta mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memberi kepuasan pembeli aktual serta potensial. Dalam strategi pemasaran terdapat dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan pemasaran perusahaan tersebut. Kondisi persaingan dan lingkungan yang bisa selalu berubah – ubah dengan harapan dapat tercapainya suatu tujuan yang diinginkan. Sebelum strategi pemasaran dipakai dalam suatu perusahaan, harus dilihat dulu kondisi pasar sekaligus menilai posisi pasar tersebut, hal itu bertujuan supaya dapat ditentukan kegiatan pemasaran apa yang pas untuk diterapkan di pasar tersebut. Ketika semua hal sudah dilakukan dengan baik, strategi pemasaran dikatakan sukses atau berhasil itu dilihat dari tercapainya sebuah tingkat kepuasan yang diharapkan oleh suatu perusahaan.

Menurut Assauri (2013) mengatakan strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Pada umumnya perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang melaksanakan konsep pemasaran yang berorientasi kepada konsumen, karena perusahaan inilah yang mampu menguasai pasar dalam jangka panjang. Di dalam pandangan konsep pemasaran, tujuan perusahaan dicapai melalui kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen dipenuhi melalui kegiatan pemasaran yang terpadu. Dengan demikian ada 4 (empat) unsur pokok dalam konsep pemasaran, yaitu orientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen, kepuasan konsumen, kegiatan pemasaran yang terpadu, tujuan perusahaan.

Menurut Olsen dan Wyckoff (2013), definisi secara umum dari kualitas jasa pelayanan adalah perkembangan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas pelayanan. Collier dalam Yamit (2013) memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya ) dan sistem kinerja cara

pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan). Terdapat lima dimensi dari kualitas pelayanan (dalam Bharwana, Bashir & Mohsin 2013) yaitu : *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Assurance* (Jaminan), *Empaty* (Empati), *Responsiveness* (Daya Tanggap).

Menurut Kotler dan Ketler (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan – harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Perkembangan zaman akibat masuknya teknologi semakin memberikan kemudahan beraktifitas. Kemudahan segala sesuatu menjadi semakin cepat sehingga orang memiliki lebih banyak waktu. Banyaknya waktu akhirnya mendorong lahirnya kebutuhan baru. Kebutuhan baru muncul diseluruh aspek kehidupan. Salah satunya yang paling utama adalah kebutuhan dan kepraktisan. Hal ini yang menjadikan seluruh bisnis ini berevolusi karena digital untuk saat ini pasarnya semakin secara lebih cepat dan dekat. Hal ini juga terjadi dalam bisnis futsal, kemajuan zaman semakin membuat orang ingin melakukan olahraga, tetapi olahraga yang diinginkan lebih ke olahraga yang saat ini di Indonesia lebih populer daripada olahraga sepakbola, begitu pula di Jember. Maka dari itu bisnis futsal sangat menjanjikan, karena pada saat ini olah raga futsal merupakan olahraga yang banyak diminati anak muda, mulai dari anak SMP sampai dengan orang dewasa. Selain itu olahraga futsal bisa dilakukan setiap saat sesuai waktu yang di inginkan.

Salah satu tempat olahraga futsal di Jember yang paling ramai dikunjungi adalah Zona Futsal Jember. Zona Futsal beralamat di Jl. Tidar No. 17, Klonding, Karangrejo Kecamatan Sumbersari, Jember. Lokasi Zona Futsal berada di tempat yang strategis, tak heran jika pengunjung setiap harinya sangat banyak, terutama dari kalangan Mahasiswa. Zona Futsal memiliki 7 lapangan, dimana semua lapangan selalu terisi penuh setiap jamnya. Untuk sistem yang digunakan jika ingin bermain futsal di Zona Futsal Jember pemilik menggunakan sistem *member* dan *booking*. Keistimewaan dari setiap club futsal yang memiliki *member Card* adalah mendapatkan tambahan waktu main. Untuk harga normal tanpa *member Card* sebesar Rp. 100.000/ jam. Jika menggunakan *member Card* sistem pembayaran yang dilakukan dengan cara membayar setiap bulan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 pesaing sejenis di Jember untuk dijadikan landasan dalam menentukan posisi dari Zona Futsal itu sendiri yaitu Jack Futsal, Elphashindo Futsal, Olimpico Futsal. Maka Zona Futsal berupaya untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen. Kepuasan konsumen menjadi orientasi dari

tempat futsal ini karena dengan konsumen puas maka akan mudah dalam memajukan perusahaan.

Melihat persaingan yang kompetitif pada bisnis futsal ini menjadikan Zona Futsal Jember selalu menjaga pelayanan dan kenyamanan pengunjung. Zona Futsal harus menciptakan kesan tertentu dalam ingatan konsumen sehingga Zona Futsal mampu mempengaruhi masyarakat agar masyarakat sekitar terutama kalangan anak muda tersebut dapat memahami dan menghargai apa yang dilakukan pemilik Zona Futsal kaitannya dengan pesaing sejenis di Jember. Dari penjelasan data pendapatan bisnis futsal yang berada di Jember masalah yang dihadapi Zona Futsal terletak pada pesaing yang sejenis. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui kualitas layanan pada perusahaan pesaing seperti apa sehingga bisa meminimalisir ancaman perusahaan sehingga perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Zona Futsal menggunakan *member card* dan *booking* bagi pengunjung yang akan bermain futsal. Berikut ini merupakan rincian jumlah pengunjung Zona Futsal Jember selama tahun 2015-2019 dengan pengunjung yang memiliki *member card*.

**Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung Zona Futsal Selama Tahun 2015-2019**

Bulan	Jumlah Pengunjung				
	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	347	421	512	606	720
Februari	355	435	518	617	745
Maret	362	439	520	628	768
April	375	462	540	630	782
Mei	360	457	537	610	665
Juni	387	460	525	627	784
Juli	396	452	545	632	802
Agustus	403	477	560	640	824
September	410	483	568	653	830
Oktober	415	496	572	670	846
November	420	500	580	687	850
Desember	418	520	595	700	865

Sumber : Zona Futsal Jember

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Zona Futsal mengalami *fluktuasi* setiap tahunnya. Namun, *fluktuasi* tersebut cenderung mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah pengunjung tersebut dapat dijadikan acuan bagi Zona Futsal untuk tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Melihat fenomena bahwa Zona Futsal memiliki kekuatan untuk mempertahankan bisnis serta menghadapi tantangan persaingan dengan menentukan kualitas pelayanan serta perlu menerapkan strategi yang paling tepat agar Zona Futsal dapat bertahan ditengah persaingan yang sangat ketat. Zona futsal bisa

menghadapi persaingan seperti sekarang ini dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan juga yang membuat zona futsal bisa bertahan sejauh ini dengan adanya *member card*. Dimana fasilitas yang ditawarkan seperti *member card* ini memberikan kemudahan bagi yang memilikinya. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, terciptanya loyalitas pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan. Banyak cara yang dilakukan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya, seperti memberikan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Hubungan seperti ini dapat memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Zona Futsal Jember”**.

### 1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zona Futsal Jember?
2. Apakah keandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zona Futsal Jember ?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zona Futsal Jember ?
4. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zona Futsal Jember ?
5. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zona Futsal Jember?
6. Apakah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zona Futsal Jember ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Zona Futsal Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan Zona Futsal Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan Zona Futsal Jember.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan Zona Futsal Jember.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan Zona Futsal Jember.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Zona Futsal Jember.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perguruan tinggi  
Diharapkan penelitian ini nantinya dapat memperkaya studi tentang ekonomi yang terkait dengan manajemen produksi dan manajemen operasional dalam suatu perusahaan.
2. Bagi perusahaan  
Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan perusahaan.
3. Bagi penulis  
Penelitian ini dapat dijadikan salah satu sarana penulis dalam mempraktekan ilmu- ilmu pengetahuan yang telah penulis dapatkan selama menempuh pembelajaran di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bagi *Stakeholder*  
Hasil penelitian dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengoptimalkan nilai perusahaan.