

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan

IFI Futsal adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa lapangan futsal. Usaha yang didirikan pada 12 Desember 2009 dikelola oleh keluarga besar dari Bapak Budi yang bermula ingin memberikan kegiatan atau usaha pada anak - anaknya. Nama IFI Futsal sendiri diambil dari nama orang tua dari Bapak Budi sendiri yaitu Indayah Futsal *Indoor*. Lapangan IFI Futsal sendiri memiliki 3 cabang diantaranya IFI Futsal di kawasan pendidikan Telkom (Jl. Sukabirus No 22), Jatinaggor, dan Banjaran Bandung Selatan. Yang dimana masing – masing tempat memiliki 2 lapangan, lapangan *vinil* dan lapangan rumput *sintetis*. Dibawah ini logo dari IFI Futsal :



Gambar 1.1

Logo IFI Futsal

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi penyedia jasa futsal terbaik dan jaringan terluas di kota Bandung.

Misi

- Menyediakan jasa pembangunan konstruksi sarana lapangan futsal dengan kualitas tinggi dan lama.
- Mewujudkan lapangan futsal yang ideal dengan biaya yang terjangkau.
- Konsisten dalam memberikan produk dan layanan bermutu tinggi yang senantiasa dapat diandalkan untuk memuaskan keutuhan konsumen.

3. Tipe Konsumen Lapangan Futsal

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa lapangan futsal salah satunya yaitu IFI Futsal. Pengguna IFI Futsal dibedakan atas 2 bagian yaitu:

1. *Member Tetap* yaitu pengguna yang mempunyai jadwal latihan tetap setiap minggunya dan pembayaran dilakukan lunas setiap awal bulan.
2. *Member Harian* yaitu pengguna yang tidak mempunyai jadwal latihan tetap setiap minggu (secara spontan) dan pembayaran dilakukan langsung pada saat latihan.

4. Fasilitas

IFI Futsal memiliki 2 jenis lapangan futsal yang disewakan yaitu lapangan futsal *vinil* dan lapangan futsal rumput *sintesis*. Selain itu IFI Futsal juga menyediakan ruang ganti pemain, kamar mandi, dan tempat ibadah. IFI Futsal juga menyediakan fasilitas pendukung antara lain *rest corner* dan lapangan parkir yang cukup luas.

1.2 Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan zaman yang semakin maju mengakibatkan perilaku konsumen berubah dalam segi pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan diri konsumen sehingga terjadi persaingan bisnis produk dan jasa bagi para pengusaha. Dari berbagai macam jenis barang ataupun jasa yang ditawarkan semua peluang pada konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginan.

Perkembangan perusahaan jasa di Indonesia cukup signifikan di banding tahun lalu, yaitu mencapai rata – rata 7 persen pada tahun 2014. Menteri Perdagangan Indonesia, menyatakan bahwa sektor jasa dalam negeri berpotensi menaikkan daya saing dan rantai nilai Indonesia dalam perekonomian global (Indonesia Service Dialogue, 18/6/2014). Sebanyak 50 persen perdagangan global berada di sektor jasa. Sementara 60 persen tenaga kerja di seluruh dunia bekerja pada sektor tersebut. Rata-rata kontribusi sektor jasa pada produk domestik bruto di negara-negara berpendapatan menengah adalah sekitar 52 persen sementara di negara

maju lebih dari 60 persen. Angka tersebut jauh melebihi dua sektor utama lain yaitu agrikultur dan industri. Selain itu, semakin maju suatu negara, semakin negara tersebut tidak bergantung pada sumber daya alam (yang dibutuhkan sektor agrikultur dan industri) dan semakin bergantung pada sumber daya manusia (yang dibutuhkan sektor jasa).

Jenis bisnis industri jasa secara garis besar yang dibutuhkan manusia bisa diklasifikasikan atas beberapa macam, yaitu perumahan, usaha rumah tangga, rekreasi dan kesukaan, perawatan pribadi, jasa bisnis dan profesi lainnya, asuransi, bank, dan jasa finansial lainnya, transportasi dan komunikasi (Prasetya, 2009). Salah satu turunan dari industri jasa rekreasi dan kesukaan khususnya di bidang olahraga adalah jasa sewa lapangan futsal.

Di Indonesia olahraga futsal sangat banyak peminatnya dengan keterbatasan lapangan yang tersedia maka bisnis penyewaan lapangan futsal merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan. Futsal adalah salah satu cabang olah raga yang sedang populer akhir-akhir ini. Penyewaan lapangan futsal merupakan bisnis di bidang layanan jasa. Untuk prospek pasar kedepan bisnis lapangan futsal sangat menjanjikan hal ini di karenakan kegemaran masyarakat akan olahraga futsal sangat besar namun dengan keterbatasan area lapangan bisa sangat menghambat terutama di daerah perkotaan, maka dari itu jasa penyedia lapangan futsal sangat menjanjikan. Meskipun bisnis lapangan futsal ini sangat menjanjikan, namun perusahaan harus selalu menjaga kualitas jasanya seiring dengan mudahnya para pesaing untuk memasuki usaha ini.

Makin menjamurnya arena – arena futsal di berbagai daerah membuat persaingan dalam bisnis ini juga semakin menggairahkan. Tidak hanya line futsal sebagai arena bermain futsal saja yang dikembangkan, namun fasilitas pendukung di setiap tempat tersebut juga semakin lengkap. Kini para pengelola arena futsal mulai menggabungkan *sport*, *foodcourt*, dan *leisure* dalam penyediaan fasilitas pendukung. Bahkan di beberapa lokasi arena futsal, kini banyak dijumpai sarana seperti : *massage center* /

reflexiology, billiard, cafe, dan money changer, private room karaoke yang bisa disulap menjadi arena nonton bareng.

Badan Futsal Nasional (BFN) telah mencatat jumlah perusahaan jasa sewa lapangan futsal di Bandung pada tahun 2012 sebesar 48 perusahaan. Hal ini menunjukkan kenaikan jumlah perusahaan jasa sewa lapangan futsal di Bandung jika dibandingkan pada tahun 2006 yaitu sebanyak 6 perusahaan. Perkembangan industri jasa dibidang olahraga ini membuktikan bahwa terjadi persaingan yang ketat untuk bisnis lapangan futsal. Perusahaan salah satu produsen jasa sewa lapangan futsal di Bandung adalah IFI Futsal (Majalah Sport, 2012)

IFI Futsal dimana salah satu bisnis lapangan futsal yang berada di sekitar kawasan Universitas Telkom Bandung. Dapat dikatakan bahwa IFI Futsal menjadi produsen utama penyedia jasa sewa lapangan futsal di Bandung sejak tahun 2009. Adapun data pengguna lapangan IFI Futsal selama tiga tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1

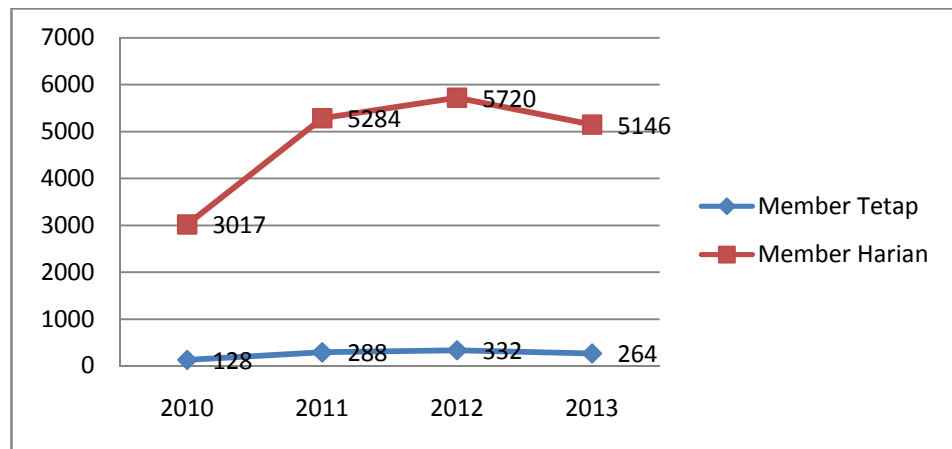
Data Pengguna Lapangan IFI Futsal Tahun 2011 – 2013

Tahun	Member	Harian	Total
2010	128	3017	3135
2011	288	5284	5572
2012	332	5720	6052
2013	264	5146	5410

Sumber : IFI Futsal (2014)

Berdasarkan tabel 1.1 terbukti bahwa ada perubahan dari tahun 2010 ke 2011. Namun untuk tahun 2013 terjadi penurunan, untuk mendukung membaca data di atas berikut grafik pengguna lapangan IFi Futsal tahun 2010 – 2013 agar terlihat kondisi fluktuatif.

Grafik 1.1
Pengguna Lapangan IFI Futsal Tahun 2010 – 2013



Sumber : IFI Futsal Bandung (2014)

Berdasarkan tabel dan grafik di atas diketahui jumlah pengguna lapangan IFI Futsal pada tahun 2010 – 2011 mengalami kenaikan sebesar 1.6% dimana dari 128 menjadi 288 *member*, untuk tahun 2011 – 2012 juga mengalami kenaikan sebesar 4,4% dimana dari 288 menjadi 332 *member*, sedangkan pada tahun 2012 – 2013 mengalami penurunan sebesar 6,8% dimana dari 332 menjadi 264 *member*. Sedangkan untuk pengguna harian pada tahun 2010 – 2011 mengalami peningkatan sebesar 22.6% dimana dari 3017 menjadi 5284 pengguna, untuk tahun 2011 – 2012 juga mengalami kenaikan sebesar 4,36% dimana dari 5284 menjadi 5720 pengguna, sedangkan pada tahun 2012 – 2013 mengalami penurunan sebesar 5,74% dimana dari 5720 menjadi 5146 pengguna. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa lapangan IFI Futsal mengalami fluktuasi. Untuk mendukung data diatas, penulis melakukan pra *survey* melalui wawancara singkat dengan 20 responden. Dari hasil wawancara didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2
Hasil Pra Survey

No	Pernyataan	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)	Persentase
1.	Kondisi Lapangan Futsal sesuai dengan Standar	2	4	6	8	0	60%
2.	Tersedianya Fasilitas yang Baik	1	4	7	8	0	58%
3.	Karyawan melayani pelanggan dengan baik	0	5	8	7	0	58%
4.	Merasa puas dengan jaminan yang diberikan	0	5	8	6	1	57%
5.	Karyawan berempati terhadap pelanggan	1	4	8	4	3	52%

Sumber : pengolahan data pra survey (2014)

Berdasarkan tabel hasil pra survey kepada responden tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa 60% responden para pengguna jasa lapangan IFI sebagian mengatakan bahwa kondisi lapangan futsal sesuai dengan standar, 58% responden mengatakan bahwa tersedianya fasilitas yang baik, 58% responden mengatakan bahwa karyawan melayani pelanggan dengan baik, 57% responden mengatakan bahwa merasa puas dengan jaminan yang diberikan, dan 52% responden mengatakan bahwa karyawan berempati terhadap pelanggan.

Hal ini memperlihatkan bahwa pihak IFI Futsal tidak bisa konsisten dalam mempertahankan para pengguna jasa sewa lapangannya yang disebabkan karena penurunan kualitas yang dirasakan para pengguna sehingga jumlah pelanggannya tidak stabil bahkan mengalami penurunan pada tahun 2013. Berdasarkan hal – hal diatas perlu bagi perusahaan lapangan futsal menyikapi hal tersebut. Mengingat kondisi persaingan yang semakin ketat dalam perusahaan memperluas pangsa pasarnya yang mempengaruhi sikap konsumen melalui daya tarik yang ada, sehingga konsumen bersedia menggunakan jasa mereka. Lebih lanjutnya pada saat perusahaan mengalami penurunan atas pangsa yang ada, maka dampak pada penurunan laba yang diperoleh. Hal ini dapat disimpulkan bahwa

perusahaan yang mampu menguasai faktor – faktor yang mempengaruhi dan akhirnya mampu menguasai pangsa pasar akan memperoleh keuntungan yang lebih.

Menurut Kotler dan Keller (2007:56) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Dalam hal ini konsumen adalah pihak yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa.

Salah satu usaha untuk menarik konsumen produk jasa yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan setelah menggunakan jasa. Dengan terciptanya kepuasan konsumen maka akan mempengaruhi sikap konsumen berikutnya setelah menggunakan atau merasakan produk maupun jasa yang ditawarkan. Untuk itu, para penyedia jasa hendaknya memberikan kualitas yang baik untuk para konsumen jasa, sehingga jumlah konsumen dapat dipertahankan dan dikembangkan.

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan – harapannya (Herry Achmad Buchory, 2010:67). Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci

utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas.

Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala – segalanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “*win – win solution*” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Chandra dan Danny, 2001).

Dengan adanya situasi tersebut maka permasalahan ini layak diteliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa lapangan IFI Futsal sehingga dapat dilakukan perbaikan – perbaikan oleh perusahaan sebelum terjadi ketidakpuasan yang lebih tinggi dan merugikan perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang terjadi di atas maka penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA LAPANGAN FUTSAL (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung)**”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh IFI Futsal Bandung?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh IFI Futsal Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IFI Futsal Bandung ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh IFI Futsal Bandung kepada pelanggannya.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh IFI Futsal Bandung.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IFI Futsal Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi studi ilmiah tentang “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa lapangan futsal (studi pada IFI Futsal Bandung)”

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam upaya memberikan kepuasan yang lebih baik kepada pelanggannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan proposal penelitian ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam pembahasan yang akan disusun dalam bab – bab sebagai berikut :

BABI PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.