

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Memasuki era perdagangan bebas seperti sekarang ini ditambah dengan keterbukaan arus informasi telah menjadikan masyarakat menjadi sangat kritis, sehingga faktor kualitas menjadi permasalahan yang krusial dalam segala kegiatan produksi. Dimata masyarakat kualitas pelayanan maupun produk suatu perusahaan merupakan cermin keberhasilan dari perusahaan itu sendiri. Pandangan yang semakin kritis ini membuat masyarakat sadar akan nilai uang yang dibelanjakannya dan menuntut mutu suatu pelayanan maupun produk sesuai dengan uang yang dibelanjakan. Kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang menjadi perhatian dalam persaingan bisnis di era industrialisasi dan globalisasi, maka akan memaksa para pelaku bisnis untuk bersaing memasarkan produknya sesuai keinginan konsumen. salah satu cara memenangkan persaingan ini adalah dengan menjual produk yang berkualitas, disamping itu peningkatan kualitas secara terus-menerus sangat diperlukan dalam upaya mengikuti keinginan konsumen. Oleh sebab itu agar tetap survive ditengah persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan terutama perusahaan jasa perlu menerapkan manajemen kualitas secara total.

Kualitas pelayanan yang tinggi adalah salah satu kunci keberhasilan dalam persaingan, karena kualitas pelayanan yang tinggi menunjukkan produktifitas dan kemampuan menghasilkan kepuasan bagi konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi yang penting bagi perusahaan karena merupakan tolak ukur keberhasilan dan

kelangsungan hidup organisasi bisnis, khususnya yang mempunyai lingkungan yang kompetitif. Pada dasarnya pengertian kualitas pelayanan merupakan penilaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan. (Yamit, 2013). Jadi, kualitas pelayanan berarti bahwa kinerja suatu produk sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kualitas juga berhubungan dengan para karyawan yang secara langsung tampak dan berhubungan dengan pemakai jasa, sehingga perbaikan kualitas pelayanan juga menuntut adanya perbaikan dari karyawan. Apabila kualitas pelayanan perusahaan baik, maka omzet atau penjualan akan meningkat. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya. Harapan tersebut dibandingkan dengan persepsi pelanggan terhadap kenyataan dan harapan yang mereka terima/peroleh dari perusahaan. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan. Perusahaan akan sangat beruntung apabila dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen atas produknya. Hal tersebut merupakan informasi yang sangat berharga yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap perusahaannya. Selain itu juga berguna bagi perusahaan untuk memahami dan kemudian berusaha untuk memenuhi semua keinginan konsumen. Diharapkan juga pihak perusahaan dapat menentukan kebijakan-kebijakan ataupun strategi dalam memasarkan produknya dan untuk menghadapi para pesaing serta strategi keunggulan perusahaannya. Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga.

Hal ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga

seperti gym, lapangan futsal, lapangan sepakbola, jogging track di perumahan-perumahan, dan masih banyak lainnya. Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga akan membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam penyakit. Munculnya gaya hidup berkualitas dan sadar kesehatan telah mengubah perkembangan industri olahraga di Indonesia ke tingkat yang lebih tinggi. Olahraga sebagai kebutuhan, inilah yang dibaca oleh pemilik lapangan futsal untuk mengembangkan industri persewaan futsal. Persaingan yang kompetitif pun ditunjukkan dengan berbagai macam pilihan sepatu yang tersedia di pasar. Salah satu bisnis jasa yang berkembang saat ini yaitu jasa di bidang olahraga, misalnya jasa lapangan futsal. Futsal merupakan pengembangan dari olah raga sepakbola yang dimainkan oleh 2 tim, yang masing – masing beranggotakan 5 orang pemain termasuk penjaga gawang. Futsal diciptakan di Montevideo, Uruguay pada tahun 1930 oleh Juan Carlos Ceriani. Futsal di mainkan diruangan tertutup (Indoor) dengan ukuran lapangan panjang = 25-42 m, lebar = 15-25 m. Futsal sebagai olah raga alternatif kini menjadi salah satu olah raga yang paling digemari 4 di Indonesia.

Hal ini dibuktikan dengan semakin menjamurnya arena bermain futsal di setiap sudut kota. Di sejumlah arena futsal hampir selalu padat dengan jadwal tim – tim yang akan berlaga ataupun latihan. Bahkan tidak sedikit arena futsal yang membuka jam operasi hingga menjelang subuh (Tripuyanto dan Widiyanto, 2016). Antusiasme masyarakat dari kaum remaja hingga dewasa untuk bermain futsal makin dimanjakan dengan semakin seringnya diadakan kompetisi –kompetisi baik tingkat kelompok, daerah sampai nasional. 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 (Tripuayanto dan Widiyanto, 2016). Fenomena tersebut menjadikan kalangan orang yang gemar berinvestasi mulai mengotak-ngatik rencana bisnis, lalu menyulapnya menjadi lahan bisnis. Tujuan dari permainan futsal tersebut adalah memasukkan bola ke gawang lawan dan menjadi pemenang, dengan memanipulasi bola dengan kaki. Selain 5 pemain utama, setiap regu atau tim yang diizinkan memiliki pemain cadangan tidak seperti permainan sepakbola dalam ruangan lainnya, lapangan futsal dibatasi garis bukan net atau papan. Futsal merupakan salah satu jenis olahraga yang paling diminati oleh masyarakat akhir – akhir ini, disamping hanya untuk menyalurkan hobi dan bakat, futsal juga dapat digunakan sebagai media untuk menjaga kesehatan. Keberadaan jasa ini sangat dibutuhkan masyarakat secara umumnya dan pecinta bola pada khususnya (Tripuayanto dan Widiyanto, 2016).

Perusahaan penyewaan lapangan futsal salah satunya adalah telaga Futsal. Telaga Futsal dapat dikategorikan sebagai perusahaan yang memberi layanan jasa karena memenuhi kriteria jasa, diantaranya adalah produknya hanya dapat dirasakan, tidak menimbulkan kepemilikan, dan proses konsumsinya bersamaan dengan proses produksinya. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan jasa khususnya Telaga Futsal adalah kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas pelayanan menjadi topik yang menarik

untuk dikaji. Kualitas pelayanan dapat menentukan kepuasan konsumen atas jasa yang ditawarkan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan, yang dapat dijadikan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Beberapa penelitian membuktikan bahwa adanya kualitas layanan yang baik akan memberikan kepuasan konsumen.

Atas dasar uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TELAGA FUTSAL DI YOGYAKARTA”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah dimensi kualitas pelayanan bukti langsung (Tangibles), kehandalan (Reliability) daya tangap (Responsiveness), jaminan (Assurance), dan empati (Empathy) secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Telaga Futsal?
- b. Dimensi kualitas pelayanan seperti manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Telaga Futsal?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan bukti langsung (Tangibles), kehandalan (Reliability) daya tangap (Responsiveness), jaminan (Assurance), dan empati (Empathy) terhadap kepuasan konsumen Telaga Futsal.
- b. Untuk mengetahui dimensi manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Telaga Futsal.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini antara lain:

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi manajemen Telaga Futsal mengenai respon pelanggan terhadap variabel jasa pelayanan yang ada, yang selanjutnya digunakan sebagai informasi atau alat ukur untuk menentukan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.

- b. Bagi penulis

Penelitian ini digunakan menjadi sarana dalam pengembangan dan pengaktualisasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah serta menjadi tambahan wawasan.

c. Bagi pihak yang berkepentingan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan sumber informasi tambahan.

