

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Perkembangan bisnis di era globalisasi ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami perubahan yang besar, setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi.

Begitu pula dengan perkembangan bisnis di dunia olahraga, terutama pada bidang sepak bola yang mana perkembangannya sangat pesat, karena bidang olahraga ini merupakan salah satu bidang olahraga yang sangat populer di dunia terlebih lagi di tanah air kita Indonesia yang begitu banyak penggemarnya terutama laki-laki. Olahraga ini semakin diminati banyak orang karena dapat dinikmati dan dimainkan dengan mudah oleh anak-anak hingga orang dewasa.

Begitu populernya olahraga ini hingga banyak saluran televisi nasional yang tiap harinya tidak ketinggalan untuk menayangkan berita sepakbola, begitu juga dengan media cetak koran ataupun majalah yang turut meramaikan beritanya hingga sering dijadikannya sebagai sampul atau halaman depan, bahkan ada pula majalah atau koran yang khusus hanya menampilkan berita dan info sepakbola.

Melihat peluang pasar yang bagus ini, banyak pengusaha di Indonesia yang ikut meramaikan dunia olahraga ini, khususnya pada cabang futsal. Walaupun olahraga ini termasuk baru masuk di Indonesia sekitar tahun 1998-1999 dan mulai dikenal masyarakat tahun 2000-an, namun saat ini telah berkembang pesat di masyarakat baik tua maupun muda.

Beberapa tahun terakhir lapangan futsal mudah ditemukan di setiap sudut kota di Indonesia juga dapat menjadi pertanda tumbuh berkembangnya bisnis saat ini. Saat ini telah banyak berdiri jasa penyewaan lapangan futsal di setiap kota, seperti halnya di Tanggul yang pada dasarnya bagian dari Kota Serang, begitu juga di kota kecil di propinsi Banten lainnya seperti pandeglang dan rangkasbitung.

Salah satu upaya yang dilakukan untuk memperkuat bisnis futsal ini khususnya dalam mempertahankan eksistensinya dalam persaingan pasar salah satunya ialah dengan meningkatkan kualitas layanan (*service quality*). Kualitas layanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing bagi setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur ataupun perusahaan penyedia jasa.¹

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman. Maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas

¹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality dan Satisfaction*, edisi ke-4 (ANDI : Yogyakarta, 2016) Hal. 113

pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Menurut Kotler dan Keller dalam buku pengaruh kualitas pelayanan karangan Januar Efendi kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya². 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 membuat suatu perbincangan dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan

Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen

² Januar Efendi dan Ai Lili, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*", DeReMa Jurnal Manajemen Vol.XI, No.2, (September, 2016), 265

dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.

Karena mereka tahu kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan sudut pandang atau persepsi pelanggan.³ Dan salah satu jalan untuk mempertahankan agar perusahaan selalu didekati dan diingat pelanggan adalah dengan cara mengembangkan pola layanan terbaik.⁴ Dengan pola layanan terbaik perusahaan akan mampu bersaing dalam pasar dengan jangka waktu panjang.

Futsal kini bukan hanya merupakan ajang permainan pengisi waktu luang atau penghilang penat atau rasa stres, tetapi telah menjadi gaya hidup oleh sebagian masyarakat Indonesia, terutama di daerah kota-kota besar. Gaya hidup adalah sebuah pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya.⁵ Tempat futsal juga menjadi tempat berkumpul yang amat diminati beberapa kelompok masyarakat. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul. Tempat futsal telah menjadi identitas tersendiri bagi kalangan atau komunitas-komunitas tertentu, baik dari golongan anak-anak, remaja maupun orang tua. Sebab itu, langkah penetrasi Futsal CIA dalam menarik minat pecinta futsal haruslah cukup strategik, karena persaingan antar pebisnis jasa layanan ini dalam menarik peluang pasar semakin terasa sengit.

³ M. Nur nasution, *manajemen jasa terpadu*, (Ghalia Indonesia: Bogor, 2004) Hal. 50

⁴ Atep Adya Brata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (PT Gramedia: Jakarta, 2014) Hal 22

⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Ghalia Indonesia: Bogor, 2011), Hal. 45

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Kualitas layanan dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan, serta dapat menimbulkan loyalitas konsumen.⁶

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian pada pengguna jasa penyewaan lapangan Futsal CIA tentang **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN** (Studi Kasus Pada Pengguna Lapangan Futsal CIA Tanggul Kota Serang)

⁶ Tri Hari Koestanto, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Kalmpis Surabaya*”, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. III No. 10 (2016), 2

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang penting dalam kelangsungan setiap unit usaha. maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Futsal CIA
2. Faktor-faktor apa yang menjadi dimensi kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Futsal CIA

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, penulis akan merumuskan masalah penelitiannya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ?
2. Bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap kualitas pelayanan ?!!

D. Pembatasan Masalah

Dalam suatu penelitian batasan ruang lingkup penelitian sangat penting diterapkan. Hal ini dimaksudkan agar tujuan penelitian tidak menyimpang dari sasaran. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Futsal CIA.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap kualitas pelayanan.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan pencerahan dan daya guna bagi pihak-pihak terkait, yakni sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penulisan ini dapat memperkaya wawasan dan wacana dalam Ekonomi Islam pada umumnya. Dan khususnya memperoleh bukti yang signifikan terhadap masalah yang diteliti serta memperoleh pengetahuan mengenai kualitas pelayanan. Kemudian untuk membentuk pola pikir yang dinamis serta untuk mengetahui kemampuan peneliti dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh.

2. Bagi Akademik

Menambah wawasan serta ilmu pengetahuan dan memperkaya bahan kajian pustaka bagi peminat studi Ekonomi Islam serta memberikan masukan pada mahasiswa/I untuk menambah ilmu kepustakaan di bidang pemasaran.

G. Kerangka Pemikiran

Terus berkembangnya kegiatan bisnis, semakin ketatnya kompetisi serta rendahnya atau turunnya pangsa pasar dikarenakan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan harus terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan yang terbaik bagi konsumen agar dapat menarik para pelanggan.

Perusahaan dalam menarik konsumen sangat membutuhkan kecerdasan dan kekreatifitasan para pelaku bisnis. Konsumen yang bermacam-macam tipe itu menjadi alasan mengapa sebuah perusahaan perlu merubah strategi, promosi, harga dan produknya. Dalam dunia bisnis persaingan sangat dibutuhkan untuk memotivasi lajunya perusahaan untuk maju sehingga diperlukan perencanaan strategi, salah satunya ialah strategi harga dan meningkatkan kualitas pelayanan⁷

Dalam buku karangan Ulear, Gasperz mengemukakan bahwa pada dasarnya kualitas terdiri atas :

1. Sejumlah keistimewaan produk yang memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan kepuasan atas penggunaan produk;

⁷ Ulear, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi, Ekonomi Syari'ah, fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam, IAIN Banten: 2015) Hal. 9

2. Segala sesuatu yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.⁸

Jika jasa atau barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan dan jika sebaliknya akan timbul rasa kecewa. Jika kenikmatan yang diperoleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen betul-betul puas, mereka akan mengacungkan jempol, dan mereka akan mengadakan pembelian ulang serta memberi rekomendasi kepada rekan-rekannya.⁹

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui atribut apa dari suatu produk yang bisa membuat pelanggan tidak puas.

Mengukur tingkat kepuasan pelanggan tidak semudah mengukur berat badan/tinggi para nasabah tersebut. Data yang diperoleh bersifat subjektif, sesuai dengan jawaban para responden menurut pengalaman mereka, dalam menggunakan suatu jenis produk tertentu. Seperti menunggu terlalu lama ketika ingin membayar di suatu pasar swalayan, teller dari suatu bank kurang cekatan dalam melayani nasabah, karyawan restoran sangat lamban melayani pembeli, waktu pemberangkatan Garuda sering terlambat.

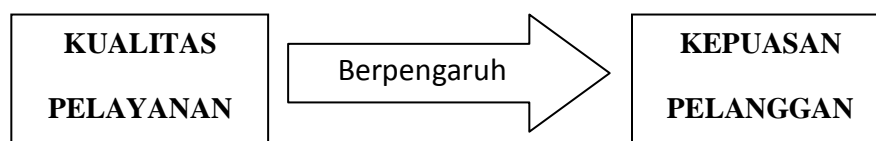
⁸ H. Endi Nasrudin, *Manajemen Pelayanan Publik*, (CV Pustaka Setia: Bandung, 2015) Hal. 105

⁹ Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2014) Hal. 284-286

Berbicara tentang kualitas pelayanan, bahwa kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi atau sudut pandang pelanggan. Karena pelanggan lah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga mereka lah yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan.¹⁰ Maka dari itu penulis putuskan penelitian ini ditujukan kepada konsumen atau pengguna lapangan Futsal CIA.

Dan sudah merupakan ketentuan umum bilamana pemecahan suatu masalah diperlukan suatu landasan. Hal ini dimkasudkan agar dalam pembahasannya tersebut mempunyai arah yang pasti dalam penyelesaiannya.

Berdasarkan tinjauan pustaka, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut, bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan. Untuk mempermudah dalam pemahamannya, maka dibuatlah bagan seperti berikut :



H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan ini, penulis menguraikan beberapa hal tentang sistematika penulisan. Penulisan ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

¹⁰ M. Nur nasution, *manajemen jasa terpadu*, (Bogor: ghalia Indonesia, 2004) Hal. 51

Bab I Pendahuluan, Dalam Bab ini, penulis menguraikan hal-hal yang terkait dengan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, membahas mengenai : kumpulan-kumpulan teori tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dan Uji Hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian, meliputi : Waktu dan Tempat Penelitian, Populasi dan sample, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Operasional Variable Penelitian.

Bab IV Hasil Dan Pembahasan, meliputi : Gambaran Umum Obyek Penelitian, dan Hasil Penelitian.

Bab V Penutup, Bab penutup berisi kesimpulan dan saran atas penelitian yang dilakukan oleh penulis.