

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat globalisasi, jasa atau produk yang berkompetensi pada suatu pasar semakin besar dengan berbagai dampak keterbukaan pasar, oleh karena itu terjadilah kompetisi antar produsen buat bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan kesenangan pada pelanggan secara maksimum. Pada dasarnya maksud dari suatu usaha yaitu demi membangun rasa puas kepada pelanggan. PT Sentosa Perdana memiliki banyak jenis usaha salah satunya adalah usaha layanan futsal, yang sudah memiliki izin untuk menjalankan kegiatan bisnis futsal.

Tujuan utama dunia usaha salah satunya yaitu membangun dan menjaga loyalitas konsumen bagi perusahaan. Loyalitas pelanggan itu kepatuhan pelanggan pada perusahaan yang mempersiapkan jasa/barang, kepuasan pelanggan itu juga bagian yang memastikan tingkat loyalitas pelanggan.

Pelanggan dibilang loyal apabila konsumen tersebut menampakkan perilaku pembelian secara terus-menerus. Salah satu masalah yang terjadi pada loyalitas pelanggan yaitu lambatnya respon dari pihak Futsal SP dalam perbaikan fasilitas futsal, seperti perbaikan terhadap lapangan yang rusak sehingga pelanggan terkadang tidak ingin bermain lagi di futsal tersebut. Pelanggan yang mempunyai loyalitas lebih itu adalah aset yang berharga pada perusahaan yang memasarkan produk/jasa (Asyhari, 2020a: 11).

Dengan adanya kompetisi yang kuat antara perusahaan terjadi pertukaran dalam bisnis futsal dan kurang loyalnya pelanggan futsal PT Sentosa Perdana sehingga pelanggan berpindah ke futsal lain pertukaran ini diakibatkan oleh pertukaran permintaan layanan dari pelanggan, pertukaran teknologi dan kehadiran pesaing baik dari kalangan perusahaan. Loyalitas pelanggan bisa dipengaruhi pada sebagian faktor, yakni kepercayaan, kepuasan, serta kualitas layanan dapat menggunakan sejumlah faktor tersebut untuk mendorong kemauan konsumen dalam memakai produk layanan terkait(Asyhari, 2020a: 11).

Apabila pelanggan sadar maka kualitas layanan yang diperoleh baik ataupun sesuai tujuan, maka akan merasa senang, yakin dan berkomitmen terhadap produk, jika pelanggan mengharapkan tingkat layanan tertentu, dan pada kenyataannya sesuai dengan tujuannya, maka pelanggan dapat dibilang puas. Sedangkan, jika kualitas layanan yang diperoleh lebih kecil dari pada kualitas layanan yang diinginkan, konsumen tersebut tidak akan dibilang sebagai konsumen yang tidak memiliki kepuasan walaupun konsumen terkait tidak akan yakin pada sebuah layanan ataupun bisa dikatakan kecewa. Kualitas layanan wajib diawali dengan kebutuhan konsumen dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan (Sari, 2020: 134).

Pada futsal SP ketika pelanggan ingin mengganti bola futsal yang rusak kepada karyawan SP futsal, karyawan SP futsal tidak segera mengganti bola tersebut, selain permasalahan itu ada juga masalah lain yaitu terjadinya bentrok jam main antara pelanggan futsal satu dengan pelanggan yang lain sehingga karyawan SP kurang memberi layanan secara cepat serta memberi kepuasan dan

berdasarkan pada apa yang dijanjikannya, dalam hal ini berarti futsal SP tidak memenuhi indikator kualitas layanan yaitu *Reliability* (kehandalan).

Kepercayaan itu adalah suatu hal yang penting dalam menciptakan loyalitas konsumen. Menciptakan kepercayaan pada relasi jangka panjang dengan konsumen merupakan satu faktor yang wajib guna membangun loyalitas konsumen. Pelanggan akan percaya atas kehandalan dan kejujuran jika futsal SP membuat program khusus seperti kotak kritik dan saran pelanggan yang menunjukkan kalau futsal SP peduli dengan kebutuhan pelanggan dan memberikan apresiasi terhadap pelanggan lama atau member dengan memberikan program diskon. Kepercayaan bagian tertentu kepada yang lain dalam menjalin hubungan transaksi atas dasar sebuah keyakinan yakni orang yang diyakininya mempunyai semua kewajibannya dengan baik berdasarkan yang diinginkan (Asyhari, 2020a: 17).

Kepuasan bisa dirasakan dari harapan dibandingkan dengan kenyataan yang diperolehnya atas pembelian jasa/produk. Konsumen akan puas jika keluhan dari pelanggannya di tanggapi, salah satu masalah pada futsal SP ketika pelanggan bermain futsal pada malam hari terkadang lampu lapangan futsal ada yang putus atau mati sehingga pelanggan futsal tidak nyaman dalam bermain dan ada lapangan yang rumputnya sudah mulai rusak tapi tidak diperbaiki oleh futsal tersebut yang membuat pelanggan futsal tidak puas dalam bermain, dalam hal ini berarti futsal SP tidak memenuhi indikator *Personal Needs*. Membangun hubungan yang baik perusahaan dengan konsumen melalui kepuasan konsumen

akan membentuk kepercayaan yang tumbuh atas jasa/produk perusahaan (Asyhari, 2020a: 12).

Futsal ini secara legalitas berlokasi di SP Futsal Batu Aji. PT Sentosa Perdana pada bagian futsal dipaksa guna bisa memperkirakan bagaimana pada pelanggan bisa menanggapi system layanan futsal yang dioperasikan/. Supaya tujuan yang diinginkan bisa tercapai, peranan ini juga bisa menetapkan kesuksesan perusahaan terkait. Strategi peningkatan, wajib dibentuk secara terus menerus berdasarkan kesinambungan diantara kualitas layanan/jasa yang di berikan untuk konsumennya.

Bisnis futsal PT Sentosa Perdana telah berjalan sejak tahun 2009 sampai sekarang. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT Sentosa Perdana pada bagian bisnis futsal diketahui bahwa pendapatan dari periode Januari 2017 – Desember 2017 sampai Januari 2019 – Desember 2019 sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Pendapatan Futsal Tahun 2017 - 2019

No	Tahun	Jumlah Pemain		Pendapatan
		Member	Reguler	
1	Januari 2017 – Desember 2017	7.189 orang	4.608 orang	Rp 1.716.307.000
2	Januari 2018 – Desember 2018	8.071 orang	4.069 orang	Rp 1.694.982.000
3	Januari 2019 – Desember 2019	5.896 orang	3.703 orang	Rp 1.588.106.000
	Total	21.156 orang	12.380 orang	Rp 4.999.395.000

Sumber: Data Resmi Dari SP Futsal

Berdasarkan pendapatan futsal pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pada bulan Januari 2017 – Desember 2017 sampai dengan Januari 2019 – Desember

2019 mengalami penurunan pada setiap tahunnya. Penurunan tersebut terjadi karena menurunnya sistem layanan, kepercayaan dan kepuasan. Dari data di atas terjadi penurunan karena kurangnya pemberian layanan secara cepat dan memberikan kepuasan berdasarkan apa yang sudah dijanjikannya. Karyawan SP futsal kurang membuat lebih mudah dalam menjalani relasi, perhatian tulus, komunikasi yang bagus pada kebutuhan konsumennya.

Dari data di atas terjadi penurunan pendapatan setiap tahunnya karena karyawan SP futsal kurangnya membangun hubungan yang harmonis kepada pelanggan agar membangun kepercayaan antar pelanggan. Dan kurangnya memenuhi kebutuhan pelanggan seperti fasilitas yang bagus agar pelanggan merasa puas menggunakan layanan produk tersebut.

Berdasarkan pemaparan terkait, penulis ada ketertarikan melaksanakan penelitian terkait: “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN FUTSAL PADA PT SENTOSA PERDANA.”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari pemaparan terkait, terdapat masalah yang bisa diidentifikasi berikut :

1. Kurangnya memberi layanan secara cepat serta memberi kepuasan berdasarkan pada apa yang dijanjikannya
2. Kurangnya memenuhi kebutuhan pelanggan seperti fasilitas yang bagus agar pelanggan merasa puas menggunakan produk tersebut.
3. Sulitnya membangun kepercayaan pelanggan Futsal PT Sentosa Perdana.

4. Kurangnya membangun hubungan yang harmonis kepada pelanggan agar membangun kepercayaan antar pelanggan.
5. Kurang loyalnya pelanggan Futsal PT Sentosa Perdana sehingga pelanggan berpindah ke futsal lain.

1.3 Batasan Masalah

Dari pemaparan terkait, permasalahan penelitian yang akan peneliti laksanakan dibatasi dengan :

1. Variabel Independent : layanan lapangan futsal, kepercayaan pelanggan futsal, kepuasan pelanggan futsal yang menyewa lapangan futsal.
2. Variabel Dependen : loyalitas pelanggan yang bermain futsal
3. Pelanggan futsal per orang yang datang ke kasir untuk menyewa lapangan futsal baik yang main hanya sekali ataupun yang sudah menjadi member atau langganan.

1.4 Rumusan Masalah

Dari pemaparan terkait, masalah yang dirumuskan yakni :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan pada loyalitas pelanggan futsal PT Sentosa Perdana ?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan pada loyalitas pelanggan futsal PT Sentosa Perdana?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pada loyalitas pelanggan futsal PT Sentosa Perdana?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan secara simultan pada loyalitas pelanggan futsal PT Sentosa Perdana?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun penulis melaksanakan penelitian pada PT Sentosa Perdana adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas layanan pada loyalitas konsumen futsal PT Sentosa Perdana.
2. Pengaruh kepercayaan pada loyalitas konsumen futsal PT Sentosa Perdana.
3. Pengaruh kepuasan pada loyalitas konsumen futsal PT Sentosa Perdana.
4. Pengaruh kepuasan, kepercayaan, serta kualitas layanan secara simultan pada loyalitas konsumen futsal PT Sentosa Perdana.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian terkait Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Futsal Pada PT Sentosa Perdana bermanfaat guna:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil ini bisa menambah wawasan bagi seluruh mahasiswa sebagai pengetahuan maupun bahan masukan. Disamping itu, bisa dijadikan acuan serta sumber bacaan guna memperoleh informasi mengenai kepuasan, kepercayaan, serta kualitas layanan pada konsumen futsal Sentosa Perdana.

1.6.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis bagi erbagai pihak yakni :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini ialah kesempatan guna mengembangkan dan mengimplementasikan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kepuasan, kepercayaan, serta kualitas layanan pada loyalitas pelanggan futsal pada PT sentosa perdana.

2. Bagi Akademis (Universitas Putra Batam)

Dapat dijadikan bahan referensi untuk peneliti dan menjadi bahan pertimbangan bagi Universitas Putera Batam.

3. Bagi Pihak Perusahaan

Manfaat penelitian secara khusus PT Sentosa Perdana adalah memberikan informasi tentang bagaimana kepuasan, kepercayaan, serta kualitas layanan memengaruhi loyalitas konsumen, sehingga konsumen menjadi lebih banyak lagi.

4. Bagi Penelitian Lanjutan

Bisa dijadikan referensi pengetahuan ataupun pada penelitian lain di bidang pemasaran yang berkaitan dengan variable loyalitas pelanggan.