

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Penelitian

Kota Batam salah satu kota dengan letak geografis yang strategis selain berada di jalur pelayaran internasional, juga berdekatan dengan negara Singapura dan Malaysia, maka Pemerintah Indonesia mengembangkan pulau ini sebagai pusat pertumbuhan ekonomi. Jalur selat malaka yang merupakan jalur pelayaran internasional, memberi keuntungan tersendiri bagi masyarakat dan pemerintah setempat. Dengan pertumbuhan terpesat di Indonesia, memancing perusahaan-perusahaan modal asing mulai datang ke Kota Batam untuk menanamkan investasinya, tentunya perusahaan tersebut akan melakukan berbagai bidang usaha.

Kawasan ini memiliki potensi wisata terutama wisata kepulauan. Kota Batam dan gugusan pulau sekitarnya memiliki karakteristik yang berbeda-beda untuk dijadikan kawasan destinasi wisata terpadu, diantaranya wisata alam atau bahari, wisata religi, wisata belanja, wisata agro, wisata MICE, wisata kuliner, wisata olahraga, dan wisata sejarah. Wisata olahraga menjadi pilihan untuk menarik pelancong asing ke Kota Batam. Tawaran paket wisata olahraga di Batam yang dikembangkan Pemerintah Kota Batam dan masyarakat, terutama membidik wisatawan dari luar negeri, khususnya dari Johor (Malaysia) dan Singapura. Kota Batam mengandalkan paket olahraga bersepeda, selam, dan golf. Golf merupakan salah satu wisata olahraga favorit di Batam. Semua lapangan Golf yang ada di

Batam bertaraf Internasional dan masing-masing lapangan memiliki ciri dan keunggulan tersendiri.

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah. Tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia terlihat dengan jelas dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969, khususnya Bab II Pasal 3, yang menyebutkan “Usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan “industri pariwisata” dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara”.

Pembangunan kepariwisataan memerlukan keterlibatan peran serta masyarakat dan diarahkan untuk memacu peningkatan daya saing global dan pemasukan devisa, peningkatan citra pariwisata Indonesia disertai pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat. Upaya memajukan pariwisata, antara lain melalui pengenalan dan pengembangan *sports tourism* berkelas Internasional. Kota Batam memiliki banyak penyedia wisata olahraga yang di kembangkan oleh perusahaan salah satunya PT Batamindo Executive Village (Southlinks).

PT Batamindo Executive Village (Southlinks) adalah perusahaan yang bergerak di bidang properti di Kota Batam. Perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 1995, dengan setia memberi pelayanan olahraga golf terbaik. The Southlinks Golf terletak di Jln. Gajah Mada KM 9, Sei ladi, Sekupang, memiliki 18 lubang dengan panjang lapangan sekitar 6000 meter. Lapangan golf ini dibuat di antara hutan dan perbukitan yang akan memberikan putaran menantang buat para pegolf. Dengan kondisi lapangan yang berada di antara perbukitan dan hutan

alami, membuat lapangan ini begitu menyatu dengan alam. Pegolf tak hanya bisa menikmati beragam fasilitas golf di sini, tetapi juga fasilitas resort seperti villa, kondominium dan suite untuk keluarga yang berada tak jauh dari clubhouse.

Selain PT Batamindo Executive Village (Southlinks), terdapat beberapa perusahaan yang melayani para pehobi golf dengan standar internasional. Berkat lokasinya yang dekat dengan Singapura, tamu-tamu di tempat golf bukan hanya orang lokal, melainkan juga tamu-tamu asal negeri jiran tersebut. Data tentang daftar lapangan golf di Kota Batam akan disajikan dalam tabel 1.1.

Tabel 1.1 Daftar Lapangan Golf di Kota Batam

No	Nama Lapangan Golf	Lokasi
1	Southlinks Golf	Jln. Gajah Mada KM 9, Sei ladi, Sekupang
2	Palm Springs Golf	Jl.Hang Lekiu-Nongsa
3	Tering Bay Nongsa	Jl. Hang Lekiu KM. 4, Nongsa
4	Indah Puri Sekupang	Jl.Ir.Sutami,Patam Lestari-Sekupang
5	Tamarin Santana	Jl. Hang Lekiu, Sambau
6	Padang Golf Sukajadi	Sukajadi, Baloi-Batam Centre
7	Batam Hills	Jl.Diponegoro Kav.24, Sei.Temiang
8	Kongkow	Jl. Sudirman, Taman Baloi, Batam Kota

Sumber: Hasil Pra Survey

Dapat dilihat, bahwa Kota Batam memiliki lapangan golf sebanyak delapan lapangan golf yang berstandar internasional. Dengan kondisi persaingan yang sangat kompetitif ini perusahaan jasa seharusnya mulai menyadari betapa sentralnya peran pelanggan dalam bisnis mereka, bahwa pelangganlah yang jadi alasan keberadaan mereka. Oleh karena itu, banyak perusahaan mempertahankan pasar mereka melalui program pengembangan loyalitas pelanggan. Ini merupakan

salah satu strategi perusahaan untuk mempertahankan bisnis dan profit perusahaan. Imbalan dari loyalitas sendiri bersifat jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama seorang pelanggan loyal terhadap suatu produk/jasa, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari seorang calon pelanggan.

Perusahaan berlomba-lomba untuk dapat memenuhi kebutuhan, keinginan serta kepuasan pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan dihati pelanggan sehingga diharapkan pelanggan akan loyal terhadap setiap produk yang dihasilkan perusahaan, tidak sedikit perusahaan memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi-strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan pelanggan agar tetap setia. Semakin tinggi persaingan dalam bidang bisnis mengharuskan perusahaan-perusahaan penyediannya selalu berinovasi meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk mempertahankan pelanggan-pelanggannya hingga menjadi pelanggan yang loyal. Mempertahankan pelanggan adalah lebih baik daripada mencari pelanggan baru, maka perusahaan harus mampu menciptakan pelanggan yang loyal tersebut.

Selain itu dalam konteks bisnis, loyalitas dijelaskan sebagai keinginan pelanggan untuk terus berlangganan pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, dan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada teman dan kolega. Berbagai upaya telah dilakukan oleh perusahaan untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan salah satunya adalah dengan meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dilakukan agar

perusahaan tidak kehilangan aset berharganya yakni pelanggan, terlebih lagi disaat semakin maraknya perusahaan-perusahaan sejenis yang tumbuh di Kota Batam.

Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan yang tinggi akan memberikan kepuasan bagi pelanggan sehingga pelanggan akan setia menggunakan jasa yang kita berikan.

Kepuasan itu sendiri adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Terdapat dua kemungkinan untuk harapan yang terbentuk karena informasi dari penjual. Kemungkinan yang pertama adalah penjual menawarkan informasi yang berlebihan kepada pelanggan tentang suatu produk yang dijual, maka pelanggan akan mempunyai pengharapan yang terlalu tinggi, sehingga berakibat ketidakpuasan apabila penjual tidak dapat

memenuhi janji sesuai dengan informasi yang diberikan. Kemungkinan kedua adalah apabila penjual kurang memberikan informasi kepada pelanggan, maka tingkat pengharapan pelanggan menjadi rendah terhadap suatu produk sehingga transaksi jual beli tidak akan terjadi. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan yang meningkat cenderung berdampak langsung pada tingkah laku dan sikap pelanggan dengan menurunnya tingkat keluhan, penambahan kepercayaan dan pengulangan pembelian jasa juga terjadinya kelekatan emosional terhadap merek, dan juga preferensi rasional sehingga hasilnya adalah kesetiaan (loyalitas) pelanggan yang tinggi. Selain itu terciptanya loyalitas pelanggan dapat juga membentuk suatu rekomendasi dan mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Loyalitas Pelanggan memegang peranan yang sangat penting untuk mengukur loyalitas terhadap suatu produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Sesuai dengan tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan dan kualitas pelayanan agar dapat terciptanya loyalitas pelanggan. Terciptanya loyalitas pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, hubungan pelanggan dan perusahaan menjadi harmonis, timbul dorongan dalam diri untuk membeli ulang produk dan bahkan membawa konsumen lain yang menguntungkan perusahaan.

Loyalitas pelanggan sangat diharapkan dan sangat penting dalam aktifitas jual beli barang/jasa pada perusahaan, karena pelanggan memegang peran penting dalam mengukur loyalitas terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan setiap perusahaan, untuk itu perusahaan harus selalu berupaya meningkatkan loyalitas

pelanggan agar tercapainya tujuan perusahaan dengan maksimal. Dan hal inilah yang sedang diterapkan oleh PT Batamindo Executive Village (Southlinks). Berikut tabel jumlah pelanggan pengguna jasa lapangan golf PT Batamindo Executive Village (Southlinks) selama Tahun 2017.

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Pelanggan PT. Batamindo Executive Village (Southlinks) Bulan Januari-Desember 2017

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Perkembangan (%)
1	Januari	220	0%
2	Februari	225	2%
3	Maret	222	-1%
4	April	226	2%
5	Mei	230	2%
6	Juni	235	2%
7	Juli	228	-3%
8	Agustus	223	-2%
9	September	225	1%
10	Oktober	228	1%
11	November	234	3%
12	Desember	219	-7%
Total		2.715	

Sumber: PT Batamindo Executive Village (Southlinks)

Dari tabel 1.2 diatas terlihat terjadi ketidakstabilan pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks). Dari bulan januari ke februari jumlah pelanggan naik 2%. Terjadi penurunan pelanggan 1% pada bulan maret dan pada bulan april s.d juni naik kembali walau tidak meningkat drastis yaitu sekitar 2 %. Pada bulan juli dan agustus mengalami penurunan pelanggan sekitar 3% dan 2%, pada bulan september dan oktober mengalami kenaikan sebesar 1% begitu juga

dengan bulan november mengalami peningkatan sebesar 3%, namun pada bulan desember mengalami penurunan pelanggan sebesar 7%. Terjadinya naik turun (fluktuatif) pelanggan pada PT Batamindo Executive Village (Southlinks) memiliki berbagai macam alasan yang dapat menyebabkan hal ini terjadi salah satunya adalah kualitas pelayanan yang kurang memuaskan yang akan menyebabkan loyalitas pelanggan menurun.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat loyalitas pelanggan pada PT Batamindo Executive Village (Southlinks) masih rendah ini artinya perusahaan harus benar-benar dapat memperhatikan kembali permasalahan-permasalahan yang terjadi seperti tingkat kualitas pelayanan yang diberikan atau tingkat kepuasan pelanggan yang masih rendah atau ada faktor lain yang harus di cari tahu agar loyalitas pelanggan dapat terjaga dengan baik.

Terkait dengan permasalahan diatas, sebelumnya pernah diteliti oleh Oktaviani Ramenusu (2013) dimana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian dilanjutkan penelitian oleh Agung Wahyu Wijaksono (2016) yang berpendapat sama, ditekankan kembali oleh Aloysius Rangga Aditya Nalendra (2018) dimana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan permasalahan diatas dan membandingkan dengan peneliti terdahulu maka peneliti tertarik melakukan penelitian di PT Batamindo Executive Village (Southlinks). Dalam penelitian ini penulis akan mengganti dan menambahkan indikator-indikator tambahan untuk mengukur variabel-variabel

yang akan diteliti, dengan judul penelitian sebagai berikut: **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Batamindo Executive Village”**.

1. 2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Persaingan yang sangat kompetitif antara perusahaan penyedia jasa golf.
2. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan belum terlaksana semaksimal mungkin.
3. Kualitas pelayanan yang kurang memuaskan sehingga menyebabkan loyalitas pelanggan menurun.
4. Loyalitas pelanggan masih rendah.
5. Belum diketahuinya pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks).

1. 3. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari luasnya masalah dalam pembahasan, serta mengingat keterbatasan sarana, prasarana, dan waktu penelitian, maka penulis hanya membatasi pada 2 (dua) variabel yang mempengaruhi, yaitu **“Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks)”**.

1. 4. Perumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang, kemudian mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi, serta membatasi masalah yang akan diteliti, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks)?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks)?
- c. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks)?

1. 5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks).
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks).
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks).

1. 6. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dilihat dari berbagai sisi, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu, pengalaman, dan wawasan bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sebagai bekal menjadi seorang pemimpin agar mampu memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, kemudian membandingkan antara teori dengan praktek yang nyata

b. Bagi Universitas Putera Batam sebagai Dunia Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan penelitian untuk menambah literatur penelitian tentang pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Batamindo Executive Village (Southlinks) dan dapat digunakan sebagai bahan acuan, dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi kepada pihak manajemen PT Batamindo Executive Village (Southlinks) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini dapat diterapkan oleh manajemen instansi dalam menyusun perencanaan yang mengarah pada bagaimana cara untuk memaksimalkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan kearah yang lebih baik.