

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada Zaman Era Globalisasi sekarang dimana persaingan semakin ketat. Adapun keadaan pasar di waktu sekarang ini, akan membawa pengaruh yang berdampak pada strategi-strategi pasar dimana perusahaan harus lebih memperhatikan atau memperkuat strateginya yang berguna untuk mendapatkan keuntungan dan menjadi market leader. Perusahaan perlu menciptakan keunggulan bersaing agar produk mereka bisa menjadi pilihan bagi konsumen dibandingkan perusahaan lainnya. Menurut (Dian Otovianti, 2020 : 135 )

Dalam penelitian ini, peneliti memilih K- *One Family* KTV sebagai objek penelitian. K- *One Family* KTV merupakan sebuah perusahaan yang berlokasi pada Komp.nagoya Hill superblok ruko blok a No. 5&6, Batam – Indonesia. K- *One Family* KTV merupakan perusahaan yang bergerak dalam Hiburan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat pengunjung dalam mengunjungi ke K-*One Family* KTV yaitu pelayanan. Pelayanan yang ada pada K-*One Family* KTV kadang sangat menurun dalam menghadapi dan melayani pengunjung. Terkadang kasir pada K-*One Family* KTV bersifat acuh tidak acuh kepada pengunjung yang datang untuk hiburan dalam bernyanyi. Seperti pada saat ada pengunjung yang masuk kedalam KTV untuk bernyanyi, kasir tidak dengan sigap untuk melayani pengunjung tersebut, dan membiarkan pengunjung menunggu disana. Sehingga manajemen pun mendapat tanggapan atau respon dari pengunjung bahwa pelayanan yang ada dalam

perusahaan kami sangat kurang. Hal tersebut yang dapat menimbulkan ketidakpuasan pengunjung dalam berhibur. Oleh karena itulah pelayanan yang ada di *K-One Family KTV* perlu dipertimbangkan supaya dapat meningkatkan minat pengunjung dan mendapatkan nilai tambah dimata masyarakat.

Pengunjung pun akan bersenang hati untuk kembali lagi ke *K-One Family KTV* apabila layanan yang berikan dapat memenuhi standar kepuasan pengunjung. Dan sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan oleh *K-One Family KTV* tidak memenuhi standar maka akan terjadi penurunan minat pengunjung. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1** Data pengunjung *K-One Family KTV*

<b>Bulan</b>	<b>2019</b>
Januari	30
Februari	33
Maret	35
April	38
Mei	28
Juni	30
<b>Total</b>	<b>194</b>

**Sumber:** *K-One Family KTV* , 2019

Promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran yang mencakup empat P: *Price, Product, Promotion, and Place*. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual Menurut (Sutanto & H, 2016).

Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli di pasaran. Keputusan yang selalu diharapkan oleh produsen, apakah pesan yang disampaikan lewat promosinya telah dapat menjangkau pasar yang telah diharapkan atau belum. Apabila telah telah terjangkau berarti mencerminkan keberhasilan promosinya dan sudah tentu akan meningkatkan perminatan konsumen.

Kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan yang sangat diperlukan oleh perusahaan karena disatu sisi perusahaan dapat meyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sedangkan di sisi perusahaan lain hal ini sangat berpengaruh dalam menentukan suksesnya perusahaan menghadapi persaingan pasar atau tidak. Perusahaan sangat dianjurkan untuk aktif dalam melakukan promosi agar konsumen merasa tergerak untuk mencoba produk yang dipasarkan oleh perusahaan tersebut. *K-One Family* KTV sangat tidak aktif dalam melakukan promosi, sehingga ini yang membuat perusahaan kurang dikenal dalam masyarakat. *K-One Family* KTV hanya mengandalkan sosial media yang mereka miliki di internet. Promosi yang pernah dilakukan oleh *K-One Family* KTV dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.2** Data Kegiatan Promosi *K-One Family* KTV

No	Promosi	Bulan					
		Januari	Februari	Maret	April	May	Juni
1	Whatsapp	23	25	27	24	22	21
2	Instagram	26	22	23	21	21	23
3	Facebook	9	12	1	11	9	4

**Sumber:** *K-One Family* KTV, 2019

Dari tabel data kegiatan promosi yang dilakukan oleh *K-One Family* KTV dapat kita lihat akan minimnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Dapat dilihat promosi yang dilakukan selama 6 bulan pada tahun 2019 tidaklah stabil. Promosi yang dilakukan pada *whatsapp* dilakukan sebanyak 142 kali, *instagram* dilakukan sebanyak 136 kali dan *facebook* sebanyak 46 kali. Kondisi ini tentunya menjadi masalah dalam perusahaan untuk memasarkan tempat mereka agar lebih dikenal oleh masyarakat. Jika suatu perusahaan menginginkan tempat mereka untuk lebih dikenal masyarakat, maka perusahaan perlu untuk melakukan promosi yang lebih banyak dan rutin. Semakin banyak promosi yang dilakukan maka akan semakin dikenal masyarakat untuk mrngunjungi. Perusahaan bisa melakukan promosi seperti potongan harga kepada pelanggan yang pergi ke situ, ataupun memberikan voucher gratis 1jam.

Fasilitas tidak diperhatikan oleh pengelola, maka pengunjung akan mempertimbangkan untuk berkunjung ke tempat lain dan dapat menurunkan minat untuk mendatangi tempat tersebut. Pengunjung akan memilih fasilitas yang membuat nyaman, aman dan tidak menyulitkan untuk beraktivitas. Menurut (Sutanto & H, 2016).

Fasilitas harus memenuhi *standard* agar tingkat pengunjungnya tinggi. Pihak yang paling banyak menggunakan fasilitas adalah masyarakat. Karena jumlah pemakai yang banyak, maka sering mendapat informasi keluhan kerusakan fasilitas. Banyak faktor yang menyebabkan pengguna maupun pemilik mengalami kesulitan dalam melaporkan maupun menangani kerusakan fasilitas. Penumpukan keluhan dapat

terjadi karena banyaknya fasilitas yang rusak dan belum adanya barang yang dibutuhkan yang menyebabkan pemilik kesulitan untuk memprioritaskan keluhan yang akan dikerjakan.

**Tabel 1.3** Data Fasilitas *K-One Family* KTV

<b>Fasilitas</b>	<b>Lantai 1</b>	<b>Lantai 2</b>	<b>Lantai 3</b>
TV	2	10	11
<i>Speaker</i>	3	11	12
Sofa	4	12	13
Meja	5	13	14

**Sumber:** *K-One Family* KTV, 2019

Dari tabel di atas dapat disimpulkan total fasilitas yang tersedia *K-One Family* KTV bagi pengunjung dari lantai 1 sampai lantai 3 terdiri dari 23 buah TV, 26 buah *Speaker*, 29 buah Sofa, 32 buah Meja. Tetapi sering terjadi keluhan dari masyarakat bahwa fasilitas yang diberikan kurang mendukung, seperti pada lantai 1 dan lantai 3 sering ada keluhan dimana TVnya terkadang kabur sendiri dan tidak ada tampilan, *Speaker* adanya keluhan dimana beberapa kamar yang suara musiknya kurang bagus seperti suaranya *bassnya* pecah pecah, Pada lantai 2 ada beberapa sofa yang ada sobekanupun rusak yang tidak diperbaiki oleh *K-One Family* KTV sehingga membuat pengunjung kurang berkunjung ke sana. Dengan ini dinyatakan bahwa peminatan dan kepuasan pengunjung akan berkurang setiap saat, karena fasilitas yang diberikan kurang mendukung dan menarik kepuasan pengunjung untuk berkunjung lagi.

Minat merupakan suatu informasi atau pengetahuan tentang seseorang atau suatu objek pasti harus terlebih dahulu ada dari pada timbulnya minat dari seseorang objek yang disajikan. Minat mempunyai peranan besar dalam menentukan apa yang kita lihat, dengar dan diamati di lingkungan kita, bukan hanya alat untuk pengamatan dan kecerdasan kita.

Kurang minat pengunjung datang ke *K-One Family* KTV karena pengunjung hanya bisa menyanyi seperti biasa saja. Dimana Lagu yang tersedia juga kurang lengkap sehingga minat pengunjung pun berkurang.

Jadi, berdasarkan latar belakang yang terjadi, memberi saya inspirasi untuk melakukan penelitian ini dengan judul **”PENGARUH PELAYANAN KARYAWAN, PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP MINAT PENGUNJUNG K-ONE FAMILY KTV DI KOTA BATAM “**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Keluhan pelayanan yang kurang dalam melayani pengunjung.
2. Perusahaan yang kurang mengadakan promosi dalam memasarkan produknya.
3. Penanganan perusahaan terhadap fasilitas dalam perabot KTV.
4. Kurangnya minat pengunjung sehingga pendapatan perusahaan menurun.
5. Kurangnya minat pengunjung karena kurangnya data lagu.

### 1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang tertera di atas, maka peneliti melakukan pembatasan masalah yang akan di teliti. Batasan masalah sebagai berikut :

1. Pelayanan karyawan (X1), promosi (X2), fasilitas (X3) sebagai variabel (independen) terhadap minat pengunjung (Y) sebagai variabel (dependen) pada *K.ONE FAMILY KTV DI KOTA BATAM*.
2. Ruang lingkup adapun peralatan elektronik yang dapat di kendarikan seperti TV, *Sound system*, dan AC.
3. Wilayah objeknya *K-One Family KTV DI KOTA BATAM* .

### 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diidentifikasi, maka rumusan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pelayanan karyawan dapat berpengaruh terhadap minat pengunjung di *K-One Family KTV di Kota Batam*?
2. Apakah promosi dapat berpengaruh terhadap minat pengunjung di *K-One Family KTV di Kota Batam* ?
3. Apakah fasilitas dapat berpengaruh terhadap minat pengunjung di *K-One Family KTV di Kota Batam* ?

4. Apakah pelayanan karyawan, promosi, dan fasilitas dapat berpengaruh terhadap minat pengunjung di *K-One Family* KTV di Kota?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di kemukan, maka dapat di ketahuilah tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat pengunjung di *K-One Family* KTV di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat pengunjung di *K-One Family* KTV di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat pengunjung di *K-One Family* KTV di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan karyawan, promosi dan fasilitas terhadap minat pengunjung di *K-One Family* KTV di Kota Batam.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah dikemukakan, adapun manfaat yang dapat dicapai adalah

1. Bagi Peneliti

Untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan serta pedoman bagi peneliti supaya cepat dapat memecahkan permasalahan tersebut ataupun sebagai petunjuk untuk menyelesaikan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat kelulusan.



2. Bagi perusahaan

Manfaat bagi perusahaan, yaitu sebagai bahan referensi maupun sumbangan pendapat untuk meningkatkan minat pengunjung dan mencapai tujuan perusahaan secara maksimal.

3. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan referensi bagi peneliti lain yang mempunyai objek peneliti yang sejenis.

4. Bagi Peneliti Lanjutan,

Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan bagi yang melakukan penelitian yang sejenis, terutama yang berhubungan dengan Pengaruh.