BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini banyaknya persaingan pada industri barang dan jasa sehingga hal ini menjadi kesempatan bagi para produsen maupun pelaku bisnis untuk mengembangkan usahanya agar mampu bersaing. Sehingga menyebabkan para pebisnis berlomba-lomba mendirikan tempat atau arena untuk berolahraga seperti stadium, lapangan, tempat *fitness* atau tempat untuk bermain futsal.

Pelaku bisnis dituntut untuk berorientasi pada loyalitas konsumen sebagai tujuan utama. Penyedia jasa harus memberikan harga yang terjangkau, layanan yang baik kepada konsumen, dan fasilitas yang lebih baik dari pesaing. Hal ini dilakukan agar konsumen lebih tertarik dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan. Jika konsumen merasa puas akan suatu tempat dari perusahaan yang lain, maka yang umum terjadi adalah konsumen akan terus menyewa dan menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut (Hurriyati, 2016).

Bisnis lapangan futsal pada saat ini cukup banyak di Kota Sungai Penuh yang merupakan salah satu kota di Provinsi Jambi. Berdirinya lapangan futsal di Kota Sungai Penuh yang kebanyakan di kelola oleh swasta ini bukan hanya untuk memperoleh keuntungan, namun memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berolahraga apalagi saat ini kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga semakin tinggi.

Salah satu penyedia lapangan futsal di Kota Sungai Penuh adalah AFA Futsal. AFA Futsal beralamatkan di Lawang Agung, Kota Sungai Penuh, Jambi. AFA Futsal memiliki beberapa keunggulan yaitu lantai lapangan yang berstandar Internasional dan sering digunakan untuk *event* atau turnamen. Berikut ini adalah data jumlah pelanggan perbulan yang menggunakan jasa lapangan AFA Futsal Kota Sungai Penuh periode Januari-Oktober 2020.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pelanggan AFA Futsal Kota Sungai Penuh
Periode Januari – Oktober Tahun 2020

No	Bulan	Jumlah Pelanggan (Tim Futsal)	Persentase Perubahan (Persen)
1	Januari	72	-
2	Februari	53	(26.39)
3	Maret	35	(33.96)
4	April	30	(14.29)
5	Mei	22	(26.67)
6	Juni	34	54.55
7	Juli	54	58.82
8	Agustus	58	7.41
9	September	45	(22.41)
10	Oktober	40	(11.11)

Sumber: AFA Futsal Kota Sungai Penuh, 2020

Berdasarkan data table 1.1 diketahui bahwa terjadi perubahan yang berfluktuasi jumlah member setiap bulannya. Dimana terlihat penurunan jumlah pelanggan tertinggi pada bulan Maret sebesar 33,96% dan peningkatan tertinggi terjadi pada bulan Juli sebesar 58,82%. Hal ini mengindikasikan rendahnya loyalitas pelanggan terhadap AFA Futsal karena idealnya jumlah pelanggan itu harus mengalami peningkatan setiap bulannya tapi kernyataan tidak dimana terlihat sering terjadi penurunan jumlah pelanggan setiap bulannya.

Harga memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan. Dalam fungsi pemasaran, upaya untuk mencapai penjualan yang menguntungkan tidak lepas dari kemampuan perusahaan dalam menguasai pemasaran. Strategi pemasaran tersebut mencakup rencana penempatan produk, perincian harga produk, dan sasaran jangka panjang dalam penjualan (Tjiptono, 2017). Menurut Kotler & Keller (2019) bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan Dharmesta, (2018) menyimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk atau jasa dan pelayanannya. Beberapa penelitian terdahulu telah menemukan bahwa harga berpengarauh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Sukpa, 2015; Listyawati, 2018; Suryadi, 2019; Salim, 2019). Penelitian tersebut menemukan bahwa dengan adanya kesesuaian harga dengan kualitas maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hasil survey awal yang penulis lakukan terhadap 30 orang responden disajikan pada data berikut ini.

Tabel 1.2
Fenomena Harga Pada AFA Futsal

No	Pernyataan	Jumlah Responden		Jawaban (Persen)	
		Iya	Tidak	Iya	Tidak
1	Harga sewa lapangan AFA Futsal terjangkau oleh masyarakat banyak	13	17	43	57
2	Harga sewa lapangan AFA Futsal sesuai dengan kualitas pelayanan	14	16	47	53
3	Harga sewa lapangan AFA Futsal bersaing dengan harga sewa lapangan pesaing	12	18	40	60
4	Harga sewa sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh penyewa	11	19	37	63
	Total Jumlah Responden dan Total Persentase	30		42	58

Sumber : Survey awal Januari, 2021 (diolah)

Berdasarkan data pada tabel 1.2 yang penulis peroleh dari survey diketahui bahwa pada umumnya pelanggan merasakan bahwa harga yang sewa lapangan AFA Futsal berlumlah terjangkau oleh masyarakat banyak yakni sebesar 57%, harga sewa lapangan AFA Futsal belum sesuai dengan kualitas pelayanan yang pelanggan dapatkan yaitu sebesar 53%. Selanjutnya diperoleh informasi bahwa harga sewa lapangan AFA Futsal belum mampu bersaing dengan harga sewa lapangan pesaing yaitu sebesar 60% karena masih banyak pesaing menetapkan harga sewa di bawah harga sewa AFA Futsal dan juga diperoleh informasi bahwa harga sewa AFA Futsal belum sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh penyewa yaitu sebesar 58%. Data ini memperlihatkan bahwa sewa lapangan AFA Futsal belum sesuai dengan harapan pelanggan sehingga akan dapat menurunkan loyalitas pelanggan.

Bukan hanya harga saja, kepuasan juga dapat memepengaruhi loyalitas konsumen. Menurut Sunyoto, (2018) kepuasan merupakan tingkat perasaan

seseorang setelah membandingkan (Loyalitas Pelanggan atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Irawan, (2017) menyatakan bahwa pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau pelayan jasa. Bahkan pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Beberapa penelitian terdahulu telah menemukan bahwa kepuasan berpengarauh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Sukpa, 2015; Norhermaya & Soesanto, 2016; Harumi, 2016; Suparmi & Handhoko, 2018; Graha, 2018; Nurhidayati & Yuliantari, 2018; Salim et al., 2019; Listyawati, 2019; Annas, 2020).

Berikut ini adalah data tentang kepuasan pelanggan terhadap AFA Futsal berdasarkan hasil survey awal yang penulis lakukan terhadap 30 orang responden sebagaimana disajikan pada data berikut ini.

Tabel 1.3
Fenomena Kepuasan Pelanggan Pada AFA Futsal

No	Pernyataan	Jumlah Responden		Jawaban (Persen)	
		Iya	Tidak	Iya	Tidak
1	Kualitas pelayanan dari AFA Futsal sesuai dengan harapan pelanggan	15	15	50	50
2	Kualitas lapangan AFA Futsal sesuai standar lapangan nasional	10	20	33	67
3	Petugas pelayanan pada AFA Futsal cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	14	16	47	53
	Total Jumlah Responden dan Total Persentase	30		43	57

Sumber : Survey awal Januari, 2021 (diolah)

Berdasarkan hasil survey awal yang penulis lakukan diperoleh informasi bahwa pelanggan belum merasa puas terhadap AFA Futsal karena ditemukan fakta bahwa kualitas pelayanan dari AFA Futsal belum sepenuhnya sesuai dengan

harapan pelanggan yaitu sebesar 50% dan kualitas lapangan AFA Futsal belum sepenuhnya sesuai dengan standar lapangan nasional yaitu sebesar 67% dan juga ditemukan bahwa petugas pelayanan pada AFA Futsal tidak cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan yaitu sebesar 53%. Sehingga kalau dirata-ratakan bahwa tingkat ketidakpuasan pelanggan adalah sebesar 57%.

Di samping kepuasan, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas juga sangat penting dalam meningkatkan loyalitas pada konsumen, fasilitas yang baik mampu menjadikan para konsumen merasa nyaman, namun bila fasilitas yang diberikan buruk maka para konsumen akan merasa tidak nyaman dan merasa rugi. Menurut Tjiptono, (2017) bahwa konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman apabila fasilitas yang digunakan oleh konsumen dibuat nyaman dan menarik. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Pada dasarnya fasilitas merupakan faktor yang menentukan untuk menyewa lapangan futsal. Beberapa penelitian terdahulu telah menemukan bahwa fasilitas berpengarauh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Sofyan , 2018; Michelle & Siagian, 2019; Annas, 2020)

Berikut ini adalah data tentang tanggapan pelanggan terhadap fasilitas AFA Futsal berdasarkan hasil survey awal yang penulis lakukan terhadap 30 orang responden sebagaimana disajikan pada data berikut ini.

Tabel 1.4
Fenomena Fasilitas AFA Futsal

No	Pernyataan	Jumlah Responden		Jawaban (Persen)	
		Iya	Tidak	Iya	Tidak
1	Fasilitas perlengkapan permainan pada AFA Futsal tersedia dengan lengkap	13	17	43	57
2	Fasilitas penunjang lapangan AFA Futsal tersedia secara lengkap setiap saat	11	19	37	63
3	Fasilitas AFA Futsal kamar mandi bersih dan parkiran luas	12	18	40	60
	Total Jumlah Responden dan Total Persentase	30		40	60

Sumber : Survey awal Januari, 2021 (diolah)

Berdasarkan hasil survey awal yang penulis lakukan diperoleh informasi bahwa fasilitas AFA Futsal belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan karena masih ditemukan fakta bahwa perlengkapan permainan pada AFA Futsal belum tersedia dengan lengkap yaitu sebesar 57% dan fasilitas penunjang lapangan AFA Futsal belum tersedia secara lengkap setiap saat yaitu sebesar 63% serta ditemukan bahwa kamar mandi AFA Futsal kurang bersih dan parkiran AFA tidak luas yaitu sebesar 60%.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga, Kepuasan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Pada AFA Futsal Kota Sungai Penuh"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen AFA pada Futsal Kota Sungai Penuh?
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada AFA Futsal Kota Sungai Penuh?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada AFA Futsal Kota Sungai Penuh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk menganailsis:

1. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen AFA pada Futsal Kota Sungai Penuh
2. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada AFA Futsal Kota Sungai Penuh
3. Pengaruh fasilitas terhadap loyalitas konsumen pada AFA Futsal Kota Sungai Penuh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

   Sebagai masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan

pengetahuan bagi yang membacanya dan juga penulisan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi tambahan atau referensi

2. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan harga, kepuasan dan fasilitas yang berkaitan dengan pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada AFA Futsal Kota Sungai Penuh bagi pihak peneliti sendiri sebagai pembelajaran dan pengalaman.