

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini persaingan pasar antar produsen penyedia produk atau jasa banyak terjadi dikarenakan keterbukaannya pasar. Hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Karena pada dasarnya dalam suatu bisnis, seorang produsen akan selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, merupakan salah satu tindakan yang dianggap dapat memuaskan konsumen, sehingga konsumen tidak akan merasa kecewa atas pelayanan yang produsen berikan dan akan kembali menggunakan produk maupun jasa yang diberikan produsen. Kepuasan pada konsumen dapat kita lihat melalui beberapa hal, diantaranya adalah: nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai personal, nilai image (citra), nilai pelayanan, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya tenaga, biaya waktu, dan biaya pikiran. (Hardiyati, 2010)

Saat ini, persaingan bisnis semakin meningkat, baik antar perusahaan yang menyediakan sebuah produk atau perusahaan yang menyediakan jasa. Hal demikian terjadi karena saat ini kebutuhan masyarakat bukan hanya sekedar sandang, pangan dan papan saja, melainkan juga dalam berbagai layanan jasa seperti bidang kesehatan, pendidikan, dan lain sebagainya. Saat ini salah satu produk jasa yang banyak diminati masyarakat adalah jasa persewaan gedung untuk berbagai acara dan kegiatan-kegiatan seperti meeting, seminar, pernikahan, dan kegiatan lainnya. Persewaan gedung merupakan suatu hal yang sangat penting dalam suatu kegiatan atau acara. Maka dari itu, suatu perusahaan jasa yang bergerak di bidang persewaan gedung dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanannya agar

masyarakat dapat mendapatkan pelayanan yang memuaskan dan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Seiring dengan berkembangnya zaman, kebutuhan manusia akan sebuah gedung semakin meningkat. Banyak dari masyarakat yang mendirikan bangunan bukan hanya sekedar untuk tempat tinggal saja, akan tetapi untuk tempat ibadah, perkantoran, pusat perekonomian, dan lain sebagainya. Gedung-gedung yang didirikan pun di desain multifungsi, bukan hanya dapat digunakan sebagai tempat pertemuan saja, tetapi bisa juga digunakan untuk resepsi pernikahan, gedung olahraga, seminar, talk show, konser, pameran, dan kegiatan lainnya.

Hal demikian menunjukkan bahwa fungsi dari didirikannya sebuah gedung bukan hanya dapat dimanfaatkan oleh pemilik gedung saja, namun dapat juga digunakan secara umum oleh masyarakat yang membutuhkan suatu tempat yang dapat menampung orang dengan kapasitas yang cukup banyak. Masyarakat dapat menggunakan gedung untuk mengadakan suatu acara tanpa harus membangun atau memiliki gedung sendiri, hal demikian bisa masyarakat dapatkan dengan menyewa gedung sesuai dengan kebutuhannya. (Arviantama, 2017)

Karena persewaan gedung yang masif digunakan masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan khususnya dalam lingkup kampus, maka kualitas yang diberikan perusahaan yang menyediakan jasa persewaan gedung harus terus meningkatkan kualitas pelayanannya. Karena dengan meningkatkan kualitas pelayanannya, maka akan tercipta kepuasan pada konsumen, jika kepuasan konsumen telah tercipta, maka masyarakat akan menggunakan layanan tersebut kembali ketika mereka hendak mengadakan kegiatan-kegiatan yang membutuhkan suatu tempat dengan kapasitas banyak.

Jika kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan sudah dikatakan baik, maka kepuasan konsumen pun akan tercipta. Jika kepuasan konsumen sudah tercipta, maka bukan

hanya konsumen tersebut yang akan kembali menggunakan jasa yang telah diberikan, tetapi mereka juga akan merekomendasikan kepada orang lain yang sedang membutuhkan jasa tersebut. Maka dari itu, dalam rangka persaingan bisnis dan mempertahankan bisnis, suatu perusahaan penyedia layanan jasa harus sadar bahwa kepuasan konsumen merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam mengembangkan bisnisnya.(Hardiyati, 2010)

Kepuasan konsumen merupakan sebuah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap hasil atau kinerja yang ada dalam suatu produk. Jika yang disajikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka pelanggan akan merasa puas. Begitupun sebaliknya, jika produk yang disajikan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, dan tidak akan menggunakan layanannya kembali. Hal demikian dapat membawa dampak negative bagi perkembangan perusahaan. Karena pada dasarnya, tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan suatu kepuasan pada konsumen. Dan manfaat yang dihasilkan dari kepuasan konsumen cukup banyak, diantaranya adalah dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dan konsumennya dan terciptanya loyalitas pelanggan, konsumen akan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sehingga dapat menguntungkan perusahaan dan dapat mengembangkan perusahaan tersebut (Jessica, 2014).

Menurut Parasuraman (2005) terdapat lima dimensi dalam kualitas pelayanan, diantaranya adalah: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. *Tangibles* (fisik) merupakan sebuah kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk dapat menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Melalui penampilan, sarana dan prasarana fisik perusahaan, dan keadaan lingkungan sekitar menjadi bukti nyata atas pelayanan yang diberikan perusahaan demi menghadirkan kepuasan pada konsumen. *Reliability* (kehandalan) merupakan kemampuan perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan semaksimal mungkin dan terpercaya sesuai dengan perjanjian yang dibeikan.

Responsiveness (ketanggapan) merupakan suatu keinginan untuk dapat memberikan pelayanan secara cepat, tepat, dan menyampaikan informasi yang jelas kepada pelanggan. *Assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan dan sopan santun yang ditunjukkan oleh pegawai perusahaan merupakan sebuah kemampuan untuk dapat menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. *Assurance* terdiri dalam beberapa komponen, diantaranya adalah komunikasi, kredibilitas, sopan santun, keamanan dan kompetensi. Dan yang terakhir adalah *Empathy* (empati), yakni dengan memberikan perhatian kepada pelanggan dan melayani secara tulus, hal ini dilakukan sebagai upaya untuk dapat memahami keinginan pelanggan. (Hardiyati, 2010)

Peneliti menggunakan variable *Tangibles* (fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati), karena lima variable tersebut merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. Kelima variable tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain itu lima variabel ini juga dapat mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, karena dengan menampilkan fasilitas fisik atau media komunikasi (*tangibles*), menghadirkan produk atau jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya (*reliability*), membantu pelanggan dengan memberikan jasa dengan cepat (*responsiveness*), sifat karyawan yang berpengetahuan dan keramahannya (*assurance*), dan memberikan perhatian kepada konsumen pada saat membutuhkan bantuan (*Empathy*), dapat menghadirkan berbagai tanggapan yang dihadirkan konsumen sebagai bentuk evaluasi agar perusahaan dapat meningkatkan layanannya sehingga dapat menghadirkan kepuasan pada konsumen. (Prihastono, 2012)

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Yogyakarta. Sesuai dengan visinya yakni menjadi universitas yang

unggul dalam pembangunan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan berlandaskan nilai-nilai Islam untuk kemaslahatan umat, maka Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki tujuan khusus, yakni mewujudkan sarjana yang beriman, berakhlak mulia dan bertakwa serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga nantinya dapat mengamalkan setiap ilmu yang dimilikinya serta berguna bagi umat, bangsa, dan kemanusiaan. Sedangkan tujuan khususnya adalah menyediakan sumber daya dan potensi yang dimiliki universitas, sehingga nantinya dapat diakses oleh perguruan tinggi, lembaga-lembaga, industri, pemerintah swasta, dan masyarakat secara luas demi mendukung pengembangan dalam bidang agama Islam, hukum, ekonomi, politik, kesehatan, teknologi dan budaya Indonesia.

Dalam rangka mewujudkan tujuan tersebut, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mendirikan berbagai unit usaha bisnis yang hingga saat ini masih terus berkembang dengan baik. Unit bisnis tersebut diantaranya adalah dengan didirikannya Multi Amal Usaha Terpadu (UMAT). Tujuan dari didirikannya UMAT adalah untuk mendapatkan *income generating* diluar SPP mahasiswa. Berikut bisnis UMY yang berada dibawah naungan UMAT, diantaranya adalah BMT UMY, Sewa Gedung, Tirta UMY, Boga UMY, Klinik Pratama, Autocare, UMY pertokoan, Apartemen, UTCC UMY, Teaching Creative, LTC, Armada, Apotek UMY, Fotocopy, Wisma Mentari dan Bedukmutu UMY. (PT.UMB)

Salah satu unit bisnis yang dimiliki UMY dan banyak diminati pelanggan adalah sewa gedung UMY. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki 3 unit gedung yang dapat disewakan secara umum, diantaranya adalah Wimsa UMY, Sportorium dan Aula Masjid Ahmad Dahlan. Aula Ahmad Dahlan merupakan sebuah gedung yang dapat digunakan secara multifungsi, gedung ini dapat digunakan untuk berbagai acara seperti pernikahan, yudisium, pertunjukan, serta berbagai jenis acara ataupun kegiatan lainnya.

Aula Ahmad Dahlan didirikan diatas lahan kurang lebih sekitar 5000 meter persegi, yang terletak di sebelah barat gedung Plaza “lapangan bintang” UMY pada tahun 2003. Tujuan didirikannya aula Ahmad Dahlan adalah sebagai gedung pertemuan sekala besar yang terintegrasi dengan bangunan Masjid KH. Ahmad Dahlan. Gedung Ahmad Dahlan memiliki kapasitas sekitar 2000 orang biasa digunakan untuk agenda-agenda besar yang dilakukan oleh warga UMY namun bisa juga disewakan untuk masyarakat umum sejak resmi dibuka pada tahun 2010.

Dalam Islam, sewa menyewa atau *ijarah* merupakan suatu praktek bermu’amalah yang sangat dianjurkan kepada umat manusia untuk saling bekerjasama dalam menjalankan kehidupannya. Hal demiiikian sangat dianjurkan karena mustahil seseorang dapat hidup berkecukupan tanpa berhijrah dengan manusia lain. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa *ijarah* merupakan salah satu cara untuk memenuhi hajat manusia. Maka, para ulama sepakat bahwa hukum dari *ijarah* adalah boleh dilakukan. Sebagaimana disebutkan dalam firman Allah Q.S. An-Nisa: 29, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

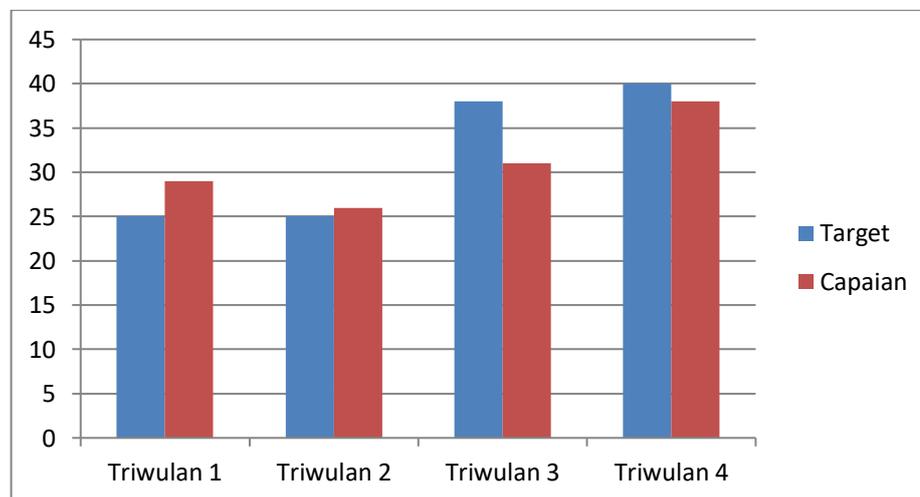
“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa: 29)

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: أَعْطَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
خَيْرَ الْيَهُودَ: أَنْ يَعْمَلُوهَا وَيَزْرَعُوهَا, وَلَهُمْ شَطْرُ مَا يَخْرُجُ مِنْهَا (رواه البخارى)

“Dari Abdullah RA berkata: Rasulullah SAW Mengadakan kerja sama kepada orang yahudi dari tanah Khaibar agar dimanfaatkan dan dijadikan ladang pertanian mereka mendapatkan bagian dari hasil tanaman yang tumbuh disana (H.R. Bukhori). (Hadis Bukhori Nomor 2124)

Sewa menyewa merupakan sebuah akad atas diperbolehkannya penggunaan sesuatu hal dengan tujuan yang jelas, dan dengan maksud memberikan keringanan kepada umat dalam menjalani hidupnya. Sewa menyewa sah hukumnya apabila rukun dan syaratnya terpenuhi. Melalui ayat dan hadis tersebut dapat dijelaskan bahwa dengan adanya sewa menyewa akan terjadi ijarah yang nantinya dapat saling membantu satu dengan yang lainnya.

Berikut merupakan data target dan realisasi Gedung Aula Ahmad Dahlan UMY dalam melakukan penyewaan gedung kepada para konsumen selama bulan Januari – Desember 2019:



Sumber: Data dari Aula Ahmad Dahlan UMY Tahun 2019

Gambar 1.1

Data Target dan Realisasi Penyewaan Gedung Aula Ahmad Dahlan UMY

Berdasarkan data dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa penyewaan gedung Aula Ahmad Dahlan UMY tahun 2019 sebagian target penyewaan gedung sudah memenuhi pencapaian realisasi yang diharapkan. Dan diperoleh nilai *gap* antara target dan realisasi tertinggi yaitu pada triwulan 3 sebesar 22,58% dan *gap* terendah pada triwulan 1 yaitu 16%. Hal demikian menunjukkan bahwa perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan bagi para penyewa gedung. Dalam sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa kualitas pelayanan sangatlah penting untuk dilakukan. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengangkat hal ini menjadi sebuah penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Pengguna Gedung Aula Ahmad Dahlan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas perlu adanya pembatasan masalah agar nantinya ruang lingkup peneliti menjadi lebih jelas dan terperinci. Dalam hal ini peneliti membatasi masalah pada:

1. Waktu wawancara yaitu pada 1 April 2020-30 April 2020
2. Tempat penelitian yaitu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Obyek penelitian adalah pengguna gedung Aula Ahmad Dahlan UMY.
4. Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui kepuasan konsumen adalah dengan menggunakan lima dimensi, diantaranya adalah: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh variabel *tangibles* terhadap kepuasan pengguna Aula Ahmad Dahlan UMY?
2. Bagaimana pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan pengguna Aula Ahmad Dahlan UMY?

3. Bagaimana pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pengguna Aula Ahmad Dahlan UMY?
4. Bagaimana pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan pengguna Aula Ahmad Dahlan UMY?
5. Bagaimana pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan pengguna Aula Ahmad Dahlan UMY?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh dari variabel *tangibles* terhadap kepuasan pengguna Aula Masjid Ahmad Dahlan UMY.
2. Untuk menganalisis pengaruh dari variabel *reliability* terhadap kepuasan pengguna Aula Masjid Ahmad Dahlan UMY.
3. Untuk menganalisis pengaruh dari variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pengguna Aula Masjid Ahmad Dahlan UMY.
4. Untuk menganalisis pengaruh dari variabel *assurance* terhadap kepuasan pengguna Aula Masjid Ahmad Dahlan UMY.
5. Untuk menganalisis pengaruh dari variabel *empathy* terhadap kepuasan pengguna Aula Masjid Ahmad Dahlan UMY.

E. Manfaat Penelitian

Terdapat manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan yang baru bagi para mahasiswa yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai perkembangan sewa gedung

gedung Aula Ahmad Dahlan dalam mengembangkan bisnis UMY dan untuk mengetahui kepuasan pengguna terhadap pelayanan sewa gedung Aula Ahmad Dahlan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam mengembangkan bisnis-bisnis yang ada di UMY dan dapat menjadi sarana untuk mengembangkan wawasan mahasiswa sehingga dapat menambah informasi dan koleksi bacaan mahasiswa yang ada di UMY.

b. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini besar harapan peneliti untuk mengetahui dan memahami lebih dalam mengenai bagaimana perkembangan sewa gedung Aula Ahmad Dahlan dalam mengembangkan bisnis UMY dan bagaimana kepuasan pelanggan terhadap Aula Ahmad Dahlan. Selain itu, penelitian ini juga menjadi pembelajaran bagi penulis agar nantinya dapat mengamalkan setiap ilmu yang didapatnya, dan untuk memenuhi syarat tugas akhir (Skripsi).

c. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam mengerjakan tugas, dan menjadi suatu bahan kajian yang nantinya dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.