

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG PENELITIAN**

Industri jasa di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan kontribusi sektor jasa terhadap Produk Nasional Indonesia dari tahun ke tahun yang terus meningkat (Tjiptono dkk, 2004). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2012 sektor ekonomi yang memiliki peranan terbesar dalam perekonomian Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada triwulan III 2012 adalah sektor jasa-jasa sebesar 20,74 persen, kemudian diikuti sektor perdagangan, hotel dan restoran sebesar 20,12 persen, sedangkan sektor pertambangan dan penggalian mempunyai peranan terkecil yaitu 0,67 persen. Hal ini membuktikan bahwa sektor jasa kota DIY memiliki prospek yang cukup baik di masa depan.

Di kota yang dikenal dengan sebutan kota pelajar ini, banyak pelajar atau mahasiswa yang datang dari berbagai propinsi di Indonesia. Dengan demikian banyak pelaku bisnis yang bermunculan baik sektor riil maupun sektor keuangan. Sektor riil yang paling berkembang bagus pada saat ini adalah bidang jasa seperti jasa transportasi, jasa komunikasi, jasa periklanan (*advertising*), jasa perawatan (*maintenance*), pendidikan, perbankan, perusahaan asuransi, firma hukum, perusahaan konsultasi manajemen, praktik kedokteran, rumah sakit, *tour guide*, kuliner, bengkel, penyewaan, dan *laundry*.

Perusahaan jasa tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan laba semata dengan mencari konsumen sebanyak-banyaknya, akan tetapi perusahaan juga harus memikirkan bagaimana cara mempertahankan konsumen atau pelanggan agar tetap menggunakan jasa layanannya. Konsumen yang loyal akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Griffin (1995) dalam Musanto, (2004) berpendapat bahwa seorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana diwajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Upaya memberikan kepuasan pelanggan dilakukan untuk mempengaruhi sikap pelanggan, sedangkan konsep loyalitas pelanggan lebih berkaitan dengan perilaku pelanggan daripada sikap dari pelanggan.

Kota Yogyakarta saat ini sudah mulai menjadi kota metropolitan. Kota di mana orang-orang sibuk dengan aktivitasnya seperti bekerja, berorganisasi, berkarir, dan belajar. Sehingga membuat sebagian orang sukar untuk meluangkan waktunya untuk berolahraga. Berdasarkan fenomena di atas maka perlu adanya media olahraga dimana orang-orang dapat berkumpul tetapi tidak menyita waktu dan juga fleksibel. Sehingga dapat dilakukan kapan saja tanpa mengganggu aktivitasnya. Sekarang di kota Yogyakarta telah memiliki media olahraga untuk menjawab permasalahan di atas olahraga tersebut yaitu futsal. Futsal adalah salah satu jenis olahraga perkembangan dari sepak bola akan tetapi dengan ukuran lapangan yang lebih kecil dibandingkan sepak bola dan olahraga ini dilakukan di dalam ruangan.

Pemain dalam olahraga ini terdiri dari 5 orang tiap tim termasuk penjaga gawang. Olahraga ini sangat digemari sebagian masyarakat dinegeri ini mulai dari kalangan anak-anak, remaja, sampai kalangan orang tua. Bahkan kalangan perempuan menggemari olahraga futsal. Selain olahraga ini menyehatkan tubuh, futsal juga sering dijadikan sebagai ajang *silaturahmi*.

Di Yogyakarta mulai berkembang jenis olahraga ini pada era tahun 2007. Mulanya dari sekedar hobi, kemudian memunculkan komunitas penggemar dan akhirnya menjadi gaya hidup terutama anak muda di Yogyakarta. Tempat yang menyediakan lapangan futsal pun awalnya sangat terbatas belum terlalu banyak seperti saat ini. Sekarang bisnis penyewaan jasa lapangan futsal di Daerah Istimewa Yogyakarta ini tergolong banyak diminati oleh para konsumen. Oleh sebab itu, semakin banyak pula pesaing yang bermunculan dikarenakan bisnis ini dianggap menjanjikan dan merupakan investasi jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini membuat tim manajemen perusahaan semakin kerja keras untuk memikirkan bagaimana cara mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya dan tetap setia atau loyal kepada perusahaannya.

Semakin banyaknya pesaing yang bermunculan maka memicu perusahaan untuk melakukan inovasi-inovasi dan menentukan strategi bersaing yang efektif bertujuan agar dapat mempertahankan para pelanggannya. Mulai dari memberikan fasilitas yang sesuai standar hingga memberikan fasilitas pendukung. Misalnya dengan menyediakan lapangan futsal standar nasional ataupun standar internasional dengan rumput sintetis

terbaik dan dilengkapi dengan LCD *scoring timer*. Fasilitas pendukung ketersediaan *free hotspot* yang memadai, TV *cabel* dengan *big screen* dan juga *sound system* yang terpadu dengan baik. Kemudian tersedia *locker room*, mushola, *mini library*, serta kamar mandi dan juga kamar ganti dengan fasilitas air panas akan semakin menambah kenyamanan konsumen.

Subhash (2007) menyebutkan “*In free market economy, each company tries to out perform its competitors. A competitor is rival*”. Persaingan yang selalu muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya pemikiran–pemikiran yang baru yang dapat membangun produk atau jasa yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Kondisi ini menyebabkan perubahan paradigma dalam pemasaran, sehingga perubahan ini dapat memotivasi para manajer untuk mengembangkan kualitas produk atau jasa agar bersifat global, untuk meningkatkan daya saing.

Semakin banyaknya bisnis jasa penyewaan lapangan futsal yang ada di kota Yogyakarta ini tidak mengurangi minat beli masyarakat, hal ini menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian berkaitan dengan fenomena tersebut. Hal ini penting dilakukan untuk menganalisis alasan atau faktor-faktor pelanggan untuk memilih jasa lapangan futsal khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Kurniawan dkk., (2007) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Sakatonik Liver di Kota Semarang”. Tujuan dari penelitian

tersebut adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang pelanggan pada produk Sakatonik Liver. Sedangkan pada penelitian ini peneliti mengambil judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelanggan Menggunakan Jasa Lapangan “Semar Futsal”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat para pelanggan menggunakan jasa lapangan Semar Futsal. Berdasarkan permasalahan yang tertera di latar belakang di atas maka peneliti berinisiatif mengangkat judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelanggan Menggunakan Jasa Lapangan Futsal Semar Studi Empiris pada Lapangan Semar Futsal di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

## **B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN**

Perilaku Konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan (Schiffman & Kanuk, 2000 dalam bukunya Fandy Tjiptono, 2004). Untuk itu, tim manajemen perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu banyaknya pesaing yang bermunculan dengan jenis bisnis yang sama menjadikan ancaman bagi perusahaan. Tim manajemen harus berpikir lebih ekstra untuk menciptakan gagasan-gagasan baru yang menarik bertujuan agar pelanggan loyal kepada perusahaan dan tidak berpindah ke produk atau jasa lain.

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk:

Menganalisis faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat pelanggan menggunakan lapangan “Semar Futsal”.

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian merupakan sebuah arahan yang menjadi pedoman pada setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan. Berdasarkan rumusan masalah yang tertera di atas, maka penelitian ini secara umum bertujuan untuk:

Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelanggan menggunakan lapangan “Semar Futsal”.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya, baik sebagai praktisi, akademisi. Manfaat penelitian tersebut terurai sebagai berikut:

#### **1. Manfaat di bidang teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan memperbanyak teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelanggan menggunakan jasa lapangan. Penelitian ini diharapkan juga meningkatkan segala hal yang berhubungan dengan minat konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

## 2. Manfaat di bidang praktik

### a. Pemilik Usaha

Dapat membantu untuk mengetahui faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi minat pelanggan dalam menggunakan jasa lapangan futsal dan loyalitas konsumen. Serta menentukan strategi yang tepat untuk bersaing di pasar.

### b. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana penerapan teori yang peneliti peroleh dalam perkuliaan dengan kenyataan yang sebenarnya, serta dapat menambah referensi peneliti di bidang manajemen pemasaran.