

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sejalan dengan perkembangan zaman, memasuki abad ke-21 olahraga sepak bola telah dimainkan lebih dari 250 juta orang di 200 negara, yang menjadikannya olahraga paling populer di dunia. Sepak bola dimainkan dalam lapangan terbuka yang berbentuk persegi panjang, diatas rumput atau rumput sintetis ([https://id.wikipedia.org/wiki/Sepak\\_bola](https://id.wikipedia.org/wiki/Sepak_bola)).

Sepak bola adalah salah satu jenis olahraga yang digandrungi baik oleh tua, muda, laki-laki, perempuan, orang tua atau juga yang masih anak-anak. Menurut data lansiran dari Facebook, setidaknya ada 5 negara dengan jumlah basis penggemar atau suporter bola dunia di jejaring sosial tersebut. Urutan pertama diduduki oleh Brasil dengan 53,3 juta jiwa. Urutan kedua adalah Amerika Serikat dengan jumlah 48,9 juta. Sedangkan di posisi ketiga adalah Indonesia dengan jumlah 24,3 juta jiwa (<http://www.merdeka.com/teknologi/penggemar-sepaktbola-indonesia-duduki-peringkat-3-dunia.html>).

Banyaknya orang yang menggemari sepak bola berimbas juga terhadap populernya olahraga futsal. Futsal merupakan pengembangan dari olahraga sepakbola yang dimainkan oleh 2 tim, yang masing-masing beranggotakan 5 orang pemain termasuk penjaga gawang. Futsal diciptakan di Montevideo, Uruguay pada tahun 1930 oleh Juan Carlos Ceriani. Futsal di mainkan diruangan tertutup dengan ukuran lapangan panjang = 25-42 m, lebar = 15-25 m. Futsal sebagai olahraga alternatif kini menjadi salah satu olahraga yang paling digemari di Indonesia. Terbukti dengan semakin menjamurnya arena bermain futsal di setiap sudut kota. Di sejumlah arena futsal hampir selalu padat dengan jadwal tim-tim yang akan berlaga ataupun latihan. Bahkan tidak sedikit arena futsal yang membuka jam operasi hingga menjelang subuh (Triupayanto, 2012:5).

Antusiasme masyarakat dari kaum remaja hingga dewasa untuk bermain futsal makin dimanjakan dengan semakin seringnya diadakan kompetisi-kompetisi baik tingkat kelompok, daerah sampai nasional. Salah satu contoh liga futsal profesional di Indonesia adalah Futsal Super League (FSL) ([bolalob.com/futsal](http://bolalob.com/futsal)). Maka dari itu akhir-akhir ini futsal merupakan jenis olahraga yang paling diminati, keberadaan jasa lapangan futsal sangat dibutuhkan masyarakat secara umum dan khususnya pecinta sepakbola. Penyewaan lapangan futsal merupakan bisnis di bidang layanan jasa. Untuk proyek pasar kedepan bisnis lapangan futsal sangat menjanjikan, hal ini dikarenakan kegemaran masyarakat akan olahraga futsal sangat besar namun dengan keterbatasan area lapangan bisa sangat menghambat terutama di daerah perkotaan, maka dari itu jasa penyedia lapangan futsal sangat menjanjikan (Sigit, 2014:3). Semakin banyaknya perusahaan yang menyediakan jasa lapangan futsal ini menyebabkan pemilik perusahaan harus dapat menciptakan kualitas jasa yang baik untuk menggaet lebih banyak konsumen dan tidak kalah dengan pesaing.

Kualitas jasa yang diungkapkan oleh Tjiptono (2011:59) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan kualitas jasa menurut Sigit (2014:1) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Salah satu bentuk usaha yang bergerak dibidang jasa lapangan futsal di Bandung adalah Bank Indonesia Kawasan Sarana Olahraga (BIKASOGA). Perusahaan yang diresmikan pada 13 Januari 1995 memiliki visi yaitu menjadi perusahaan jasa yang unggul dan terkemuka di bidang gedung serba guna, sarana olahraga dan usaha lainnya dengan mengutamakan mutu yang terbaik ini terletak di Jalan Suryalaya Indah No1-3 Buah Batu, Bandung. Selain penyewaan lapangan futsal, BIKASOGA Bandung memiliki beberapa sarana penyewaan seperti Gedung Pertemuan Balai Sartika, 2 (dua) buah Lapangan Tenis Indoor, 8 (delapan) buah Lapangan Badminton Indoor, Kolam Renang, Fitness Center, persewaan ruang /lokasi usaha serta persewaan titik promosi (space promo). Seiring perkembangannya pada tahun 2002 BIKASOGA Bandung melakukan

ekspansi usaha mendirikan Unit Bisnis Building dan Maintenance Facilities, Construction dan Property ([www.bikasoga.com/about-us/](http://www.bikasoga.com/about-us/)).

Kualitas jasa yang baik seharusnya diberikan harga yang pantas. Harga yang tepat dibarengi dengan kualitas yang baik merupakan persaingan untuk mendapatkan hati konsumen. Berikut daftar tarif penyewaan lapangan futsal:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Tarif Penyewaan Lapangan Futsal/Jam**

| Nama                  | Alamat  | Hari Biasa<br>(Senin-Jumat)/Jam | Tarif/Rp | Hari Libur<br>(Sabtu-Minggu)/Jam | Tarif/Rp |
|-----------------------|---|---------------------------------|----------|----------------------------------|----------|
| BIKASOGA<br>Futsal    | Jl. Suryalaya<br>Indah No. 1-3,<br>Buah Batu. | 08.00-14.00                     | 130.000  | 08.00-22.00                      | 175.000  |
|                       |   | 14.00-18.00                     | 170.000  |                                  |          |
|                       |   | 18.00-22.00                     | 225.000  |                                  |          |
| BISOC<br>Futsal       | Jl. Batununggal<br>Lestari No. 1.             | 08.00-13.00                     | 100.000  | 08.00-00.00                      | 150.000  |
|                       |   | 13.00-17.00                     | 135.000  |                                  |          |
|                       |   | 17.00-00.00                     | 150.000  |                                  |          |
| BOS Futsal            | Jl. Terusan Buah<br>Batu, Ruko<br>Pesona.     | 08.00-15.00                     | 95.000   | 08.00-01.00                      | 120.000  |
|                       |   | 16.00-01.00                     | 120.000  |                                  |          |
| Batununggal<br>Futsal | Jl. Batununggal<br>Lestari No. 11.            | 08.00-12.00                     | 110.000  | 08.00-22.00                      | 150.000  |
|                       |   | 12.00-15.00                     | 135.000  |                                  |          |
|                       |   | 16.00-22.00                     | 150.000  |                                  |          |

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa BIKASOGA Bandung menetapkan harga yang tinggi dibandingkan pesaingnya. Namun yang menarik adalah tingginya harga tidak menjamin kualitas yang didapatkan akan baik juga, hal ini diperkuat dari hasil kuesioner penelitian awal sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Hasil Kuesioner Penelitian Awal**

| No | Pertanyaan  | Iya | (%) | Tidak | (%) |
|----|---|-----|-----|-------|-----|
| 1  | Apakah pelayanan di Bikasoga baik? (keramahan karyawan, ruang ganti, kamar mandi, kebersihan dll) | 7   | 70  | 3     | 30  |
| 2  | Apakah harga yang ditetapkan oleh Bikasoga tinggi?  | 10  | 100 | 0     | 0   |
| 3  | Apakah kualitas lapangan di Bikasoga lebih baik dari tempat lain?                                 | 4   | 40  | 6     | 60  |

Sumber: Hasil olah kuesioner pra survey, September 2015

Dari olahan data diatas dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan BIKASOGA Bandung cukup baik seperti penyediaan ruang ganti, kamar mandi, keramahan karyawan dll, namun ada beberapa keluhan dari konsumen yang menyatakan fasilitas yang disediakan cukup lengkap tetapi tidak diimbangi dengan perawatan yang baik, contohnya seperti kebersihan dan ketersediaan air lalu ada pula yang menyebutkan bahwa lapangan yang disediakan tidak dalam kondisi baik seperti beberapa bagian rumput yang hilang sehingga mengganggu kenyamanan saat bermain tetapi harga yang ditetapkan tinggi.

Namun dalam pelaksanaannya, BIKASOGA Bandung mampu meningkatkan kinerja penjualannya, hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 1.3**  
**Laporan Penggunaan Lapangan Futsal**

| Tahun | Hari Biasa<br>Senin-Jumat)/jam | Hari Libur<br>(Sabtu-Minggu)/jam | Jumlah/jam |
|-------|--------------------------------|----------------------------------|------------|
| 2012  | 2393*                          | 2083                             | 4476       |
| 2013  | 3514                           | 1112                             | 4626       |
| 2014  | 3416                           | 1274                             | 4690       |

Sumber: Laporan Penggunaan Lapangan Div.GPS BIKASOGA, September 2015

ket \*: Pada tahun 2012 terdapat penyewaan lapang yang dikontrak selama 3 bulan dari bulan Januari hingga Maret, maka diasumsikan jam yang terjual sebanyak 990 jam.

Dilihat dari rincian tabel diatas dapat diketahui total penyewaan lapangan futsal selama 3 tahun terakhir bahwa BIKASOGA Bandung mampu meningkatkan kinerjanya walaupun memasang tarif yang mahal dibandingkan pesaingnya. Data yang diperoleh dari 14 jam operasi, rata-rata lapang tersewa selama 12 jam per hari.

Suatu perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan dipahami pelanggan. Jika harganya ternyata lebih tinggi daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba, jika harga terlalu rendah daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut tidak akan berhasil memuai kemungkinan memperoleh laba (Kotler diterjemahkan oleh Molan 2005:142).

Sesuai dengan industri bisnis yang dijalaninya, perusahaan *sport facilities service* ini memprioritaskan pelayanan jasa dalam melayani konsumennya. Sehingga kualitas jasa sangat penting dan menjadi tolak ukur bagi keberlangsungan perusahaan ini.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut diatas, selanjutnya dapat diidentifikasi masalah bahwa dalam kualitas jasa yang kurang memuaskan dan harga yang diterapkan tinggi tidak berdampak terhadap proses pengambilan keputusan pembelian.

Dilihat dari peningkatan penggunaan jam sewa walaupun menerapkan harga yang tinggi, seharusnya dari segi kualitas jasa juga harus diperhatikan oleh perusahaan agar terciptanya hubungan jangka panjang dengan konsumen yang nantinya dapat meningkatkan penjualan dan memeberikan keuntungan bagi perusahaan. Karena itulah, permasalahan ini akan melihat dari segi kualitas jasa dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen BIKASOGA Bandung.

Penelitian ini dilakukan di BIKASOGA Bandung yang beralamat di Jalan Suryalaya Indah No. 1-3, Buah Batu Bandung. Unit analisis pada penelitian ini merupakan member dari BIKASOGA Bandung yaitu sebanyak 450 member

(bagian informasi BIKASOGA Bandung). Waktu penelitian dimulai dari September 2015 sampai sekarang.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang ingin penulis kemukakan berdasarkan analisis mengenai kinerja kualitas jasa dalam menentukan harga dan implikasinya terhadap pengambilan keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas jasa yang diberikan oleh BIKASOGA Bandung.
2. Bagaimana harga yang diterapkan oleh BIKASOGA Bandung.
3. Bagaimana keputusan pembelian pelanggan BIKASOGA Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas jasa dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan BIKASOGA Bandung baik secara parsial maupun simultan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan S1 Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Bisnis dan Manajemen di Universitas Widyatama. Dengan diperolehnya informasi dari penelitian ini diharapkan akan memperoleh manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai kualitas jasa yang dilakukan oleh BIKASOGA Bandung.
2. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai harga pada BIKASOGA Bandung.
3. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai pengambilan keputusan pembelian pada BIKASOGA Bandung.
4. Untuk mendapatkan hasil analisis pengaruh kualitas jasa dan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian pada BIKASOGA Bandung.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Implikasi Akademis

Dapat dijadikan bahan perbandingan dan pengembangan yang lebih mendalam untuk mengkaji bidang ilmu Manajemen Pemasaran khususnya mengenai hubungan antara kualitas jasa dengan harga dan implikasinya terhadap pengambilan keputusan pembelian.

2. Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat menambah gagasan pemikiran dan bahan masukan dalam pengambilan keputusan di BIKASOGA Bandung khususnya dalam pengembangan dari faktor kualitas jasa dan harga dari pelanggan BIKASOGA Bandung.

