

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini menurut *survey* bps.go.id, jumlah penduduk di Indonesia menempati posisi nomor empat di dunia. Hal ini dapat menjadi peluang pasar yang sangat potensial bagi pengusaha untuk memasarkan produk yang dimiliki. Bisnis merupakan aktivitas mengejar peluang, memanfaatkan peluang dan mengembangkan hasil dari pemanfaatan untuk peningkatan unit bisnis di masa yang akan datang. Pengembangan yang dilakukan adalah dalam hal fungsi, bidang, sistem, dan strategi. Kemajuan dari bisnis yang dijalankan sangat berantung pada strategi yang digunakan untuk mengembangkan bisnis tersebut.

Suatu bisnis hanya akan berjalan bila sudah ada pelanggan. Hal ini karena kunci suatu bisnis adalah pelanggan. Sehingga beroperasi dan berkembangnya suatu bisnis ditentukan oleh kemampuan memelihara dan mengembangkan pelanggannya. Oleh karena itu, peran pengembangan suatu bisnis adalah pemasaran dalam upaya memelihara dan mengembangkan pelanggannya.

Jika berbicara tentang peluang, hampir semua tempat keramaian selalu ada peluang bisnis bagi mereka yang jeli dan sigap termasuk di bandar udara (bandara). Terminal bandar udara atau *concourse* adalah tempat sebagai pusat urusan penumpang datang dan pergi. Peluang inilah yang dimanfaatkan para pengusaha untuk saling memasarkan produknya dan menciptakan suatu persaingan bisnis.

Surabaya sebagai kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia merupakan pusat perdagangan, industri, bisnis dan pendidikan di Jawa Timur.

Letak Surabaya sangat strategis, yaitu terletak di tengah wilayah Indonesia. Hal ini menjadikan kota Surabaya sebagai salah satu jalur perdagangan di Asia Tenggara yang sangat penting. Banyaknya orang dengan berbagai kebutuhan dan memiliki keterbatasan waktu membuat mereka mencari alternatif yang lebih cepat yaitu pesawat. Hal ini dimanfaatkan oleh banyak pelaku bisnis untuk mencari laba yang sebanyak-banyaknya dengan membuka usaha di kawasan bandar udara.

Perkembangan kegiatan-kegiatan usaha dewasa ini bergerak dengan pesat. Salah satu dampak dari pesatnya dunia usaha saat ini adalah pelaku usaha saling bersaing untuk mendapatkan pasar. Fenomena persaingan yang ada telah membuat para pengusaha menyadari suatu kebutuhan untuk mengeksplorasi sepenuhnya aset-aset mereka demi memaksimalkan kinerja perusahaan dan mengembangkan keuntungan kompetitif. Secara umum dapat dikatakan bahwa pemasaran sebagai pola pikir yang menyadari bahwa suatu perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian.

Setiap perusahaan pada umumnya menginginkan keberhasilan dalam menjalani bisnisnya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan mereka butuhkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada saat ini membuat perusahaan dituntut untuk mencari alternatif-alternatif dalam hal menarik konsumen. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk

mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Mengingat kondisi persaingan yang semakin ketat dalam upaya perusahaan mencari laba sebanyak mungkin agar tetap bertahan di dunia usaha, maka perusahaan harus mampu mengatasi faktor-faktor yang mempengaruhinya dan akhirnya mampu meningkatkan penjualan produk melalui strategi, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Produk atau dalam bahasa Inggris disebut *product* yaitu sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya. Dalam segi bisnis, produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam segi marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah kebutuhan atau keinginan.

Semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan bila sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Persaingan antara perusahaan juga dialami oleh PT. Bumi Liputan Jaya di Bandara Internasional Juand. Perusahaan ini melakukan terobosan bisnis dengan membangun fasilitas lounge yang merupakan ruang tunggu pesawat yang biasa digunakan oleh penumpang maskapai atau *crew airlines*. PT. Bumi Liputan Jaya meningkatkan strategi pemasaran dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan serta kepuasan pelanggan. Menu yang disediakan sangat bervariasi, terdapat fasilitas yang memadai, pelayanannya tidak kalah dengan perusahaan lainnya. Selain itu pemandangan pesawat yang sedang parkir di depan lounge juga menjadi daya tarik tersendiri.

Tahun-tahun terakhir ini bandar udara sudah berbenah, sehingga standart pelayanan yang diberikan turut meningkat. Potensi pertumbuhan trafik penumpang relatif tinggi dari tahun ke tahun. Hal ini juga menjadi faktor yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis. Namun di sisi lain, satu tahun terakhir harga tiket pesawat mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Sehingga para penumpang berpikir dua kali untuk mengeluarkan budget tambahan berbelanja atau masuk lounge. Hal ini yang membuat perusahaan harus lebih berpikir lebih keras, bagaimana suatu produk yang dijual atau dipasarkan mampu menembus customer dan menjadi tujuan pertama customer.

Memperkenalkan produk, membuat customer mau untuk mencoba dan membuat customer percaya tentunya menjadi hal yang tidak mudah. Namun ketika sebuah perusahaan sudah dipercaya oleh customer, disitu sebuah perusahaan harus mampu mempertahankan kualitas yang distandartkan sehingga akan ada di pikiran customer saat hendak mencari produk yang kita miliki. Bahkan customer secara tidak langsung bisa membantu memperkenalkan produk kita dengan menceritakan ke teman, saudara dan keluarga terdekat berdasarkan nilai dan kepuasan yang mereka terima.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti berkeinginan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Bumi Liputan Jaya Juanda”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam membatasi masalah yang akan dibahas dari uraian latar belakang tersebut, skripsi ini mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bumi Liputan Jaya Juanda?
2. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Bumi Liputan Jaya Juanda ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelayanan pada PT. Bumi Liputan Jaya Juanda ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian dalam skripsi ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bumi Liputan Jaya Juanda.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Bumi Liputan Jaya Juanda.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelayanan pada PT. Bumi Liputan Jaya Juanda.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Bagi Akademis

Bagi pemilik bisnis hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya perbaikan masalah yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dan diharapkan bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, dapat menjadi sumber referensi dan memberikan kontribusi pada pengembangan disiplin ilmu manajemen pemasaran.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Peneliti dapat mengaplikasikan keilmuan yang diterima selama dalam perkuliahan. Selain itu, hal ini di harapkan dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti untuk berfikir kritis dan jeli dalam menghadapi dan mengidentifikasi permasalahan yang terjadi. Dan bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dan referensi sekaligus bahan pertimbangan dan masukan untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

3. Aspek Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan menjadi sumber perbaikan untuk kemajuan daur hidup produk yang diproduksi dan kemajuan perusahaan.