

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah menimbulkan persaingan yang ketat untuk produk dan jasa yang dihasilkan oleh setiap perusahaan. Agar sebuah perusahaan mampu terus eksis, perusahaan tersebut harus mampu menghadapi berbagai persaingan yang sengit. Hal tersebut mengakibatkan para produsen berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan pelanggan secara maksimal. Tindakan yang bisa kita lakukan untuk memenuhi kepuasan pelanggan yaitu dengan cara menghasilkan produk dan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Kenyataan tersebut bisa dilihat dari adanya beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pada pelanggan, yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai citra dan biaya total pelanggan (Kotler 2008).

Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan secara maksimal akan memperoleh berbagai keuntungan positif bagi perusahaan mereka. Konsumen yang sudah dipuaskan oleh kualitas pelayanan yang baik, kemungkinan besar akan melakukan pembelian ulang bahkan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada para kerabat dan saudara. Hal tersebut menimbulkan loyalitas yang tinggi dari konsumen terhadap

perusahaan yang sudah dianggapnya dapat memberikan pelayanan yang terbaik.

Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik, kecil kemungkinan bagi konsumennya untuk berpindah ke perusahaan lain. Oleh karena itu, perusahaan perlu memikirkan pentingnya cara memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Hal ini bisa ditingkatkan dan dilatih dengan berbagai cara. Salah satunya dengan memberikan pelatihan-pelatihan bagi karyawan tentang bagaimana memberikan pelayanan kepada konsumen atau pengunjung. Pelatihan semacam itu akan sangat bermanfaat bagi para karyawan untuk menambah wawasan mereka tentang bagaimana memperlakukan konsumen dengan istimewa. Pepatah “pembeli adalah raja” sangat berlaku dalam dunia bisnis. Konsumen yang diperlakukan dengan sangat hormat dan santun akan merasa dihargai dan tidak akan berpikir dua kali untuk kembali ke perusahaan tersebut. Pelakuan seperti itu seharusnya diberikan kepada semua lapisan konsumen tanpa memandang status sosial mereka, bukan kepada golongan tertentu saja. Perusahaan memperoleh keuntungan bukan hanya dari konsumen kalangan atas saja, oleh karena itu karyawan tidak diijinkan membedakan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik dibutuhkan oleh hampir seluruh bidang perusahaan: restoran, tempat wisata, bank, salon, *tour and travel*, minimarket, kelontong dan lain-lain. Kualitas pelayanan tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan yang menjual jasa saja, namun diperlukan juga untuk perusahaan yang hanya menjual produk. Jika di perusahaan jasa sudah jelas bahwa kualitas pelayanan sangat dinilai saat pemberian jasa, pemberian jasa yang baik disertai kualitas pelayanan yang memuaskan akan menghasilkan kepuasan yang tinggi

untuk konsumen. Namun tingkat pelayanan juga tidak kalah penting bagi perusahaan yang hanya menjual produk. Produk yang berkualitas tanpa disertai kualitas pelayanan yang baik, akan menimbulkan kekecewaan konsumen. Apabila keduanya bisa diberikan secara seimbang maka perusahaan pesaing akan sulit menandingi.

Keberhasilan suatu kegiatan pariwisata sangat ditentukan oleh tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung/wisatawan, karena kualitas pelayanan dipercaya sangat berbanding lurus dengan kepuasan pengunjung/wisatawan dan jika kepuasan pengunjung/wisatawan terpenuhi diharapkan apresiasi dalam upaya memperbaiki tata cara pelayanan dapat menjadi lebih baik (Budiono, 2004:60).

Melihat hiruk - pikuknya kota Bandung dan semakin padatnya aktivitas masyarakat menimbulkan permintaan akan tempat rekreasi. Masyarakat yang sudah lelah dan jenuh akan aktivitas saat *weekdays*, menginginkan untuk melepas penat pada saat *weekend*. Ditambah lagi kota Bandung yang bising dan polusi udara yang tidak bisa dihindari lagi, membuat mereka ingin mencari suasana baru yang lebih nyaman, asri, dan sejuk. Kondisi – kondisi tersebut mengakibatkan semakin tingginya tingkat permintaan konsumen akan tempat-tempat rekreasi. Lembang menjadi pilihan banyak warga Bandung atau luar kota Bandung untuk menghabiskan akhir minggu mereka dengan berekreasi bersama keluarga dan orang – orang tercinta. Mengingat udara Lembang yang sejuk dan asri, maka Lembang sangat cocok untuk dialokasikan sebagai pusat tempat – tempat wisata *outdoor*. Kota Bandung memang tidak dapat dipisahkan dari julukan kota wisata. Berbagai macam tempat wisata dapat ditemui di ibukota Jawa Barat ini. Meskipun Bandung tidak memiliki sungai

besar seperti sungai Barito di Kalimantan, di Bandung kita dapat merasakan sensasi wisata seperti pasar terapung Muara Kuin di Kalimantan, atau pasar terapung Damnoen Saduak di Ratchaburi, Thailand. Tepatnya adalah Floating Market Lembang, yang terletak di daerah Bandung Barat, tepatnya di Jalan Grand Hotel No. 33 E, Lembang, Kabupaten Bandung Barat.

Floating Market Lembang, merupakan taman wisata yang dibangun di atas kawasan Danau Situ Umar, letaknya tepat di belakang Grand Hotel Lembang. Tempat wisata ini dibuka sejak 12 Desember 2012. Area pasar terapung dibangun di tengah-tengah danau dengan daratan yang telah dibangun memanjang. Floating Market Lembang menawarkan berbagai kelebihan – kelebihan yang bisa dinikmati para konsumen. Untuk masuk ke Floating Market Lembang, pengunjung dikenakan tarif sebesar Rp 10.000/orang. Biaya ini sudah termasuk welcome drink. Untuk berkeliling danau menggunakan wahana air, harganya berkisar dari Rp 30.000 – Rp 70.000. Harga makanan yang dijual di perahu terapung juga beragam, dimulai dari Rp 10.000 anda sudah dapat menikmati sajian kuliner tradisional. Dan uniknya, segala bentuk transaksi di Floating Market Lembang ini dilakukan dengan menggunakan koin khusus yang ditukarkan di tempat yang telah disediakan.

Disamping udara yang sejuk dan pemandangan yang begitu indah, juga lokasi yang menghampar luas bahkan lahan parkir yang bisa menampung sampai lebih dari 500 kendaraan, kita bisa menikmati aneka ragam makanan khas Bandung dengan harga terjangkau. Floating Market menawarkan suasana makan yang berbeda dari biasanya, kita bisa makan di pinggir danau dengan para penjaja yang menjual makanannya di atas perahu. Suasana tersebut jarang bisa kita temukan di tempat rekreasi lain.

Selain menikmati makan di pinggir danau, Floating Market pun menawarkan berbagai wahana menarik. Diantaranya kita bisa menyewa sepeda air, kano atau perahu dayung untuk berkeliling danau menikmati pemandangan tanpa harus berjalan kaki. Kita juga bisa menikmati lintasan ATV (*All Terrain Vehicle*) yang medannya tidak terlalu berbahaya, jadi bisa juga dinikmati oleh anak – anak. Selain itu ada taman bagi hewan – hewan seperti kelinci, angsa, atau burung. Ada juga taman stroberi dimana kita bisa memetik stroberi langsung dari pohonnya.

Floating Market Lembang merupakan tempat wisata yang sangat diminati para wisatawan dari berbagai kota di luar kota Bandung, bahkan wisatawan dari Malaysia, Singapura atau Jepang berbondong – bondong ingin mengetahui keindahan tempat wisata ini (*bandungreview.com*) Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Floating Market Lembang”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

- ✚ Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Floating Market Lembang?
- ✚ Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Floating Market Lembang?

1.3 Tujuan Riset

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi tujuan riset sebagai berikut :

- ✚ Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Floating Market Lembang?
- ✚ Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Floating Market Lembang?

1.4 Kegunaan Penelitian

- ✚ Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- ✚ Diharapkan hasil penelitian dapat dipakai sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.