

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Suatu perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya secara terus menerus dituntut untuk memikirkan kembali sasaran, strategi, dan taktiknya. Perubahan yang sangat cepat membuat strategi yang unggul di masa lalu tidak berlaku lagi. Perusahaan harus mampu meningkatkan seluruh kualitas manajemen yang dimiliki dan menerapkan bauran pemasaran yang tepat. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa perusahaan dapat mencapai efisiensi dan efektifitas yang tinggi, sehingga dapat mengakibatkan peningkatan laba perusahaan.

Perusahaan akan berhasil dalam memasarkan produk (Barang atau jasa) adalah perusahaan yang dapat mengetahui kebutuhan para pelanggannya. Pandangan tradisional seringkali berfokus pada produktifitas dan profitabilitas dengan mengabaikan aspek kualitas. Kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan pada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan menjadi pelanggan yang setia.

Kemajuan perekonomian global telah mendorong pertumbuhan bisnis di sektor jasa. Banyak perusahaan dibidang jasa yang berkembang dan dijumpai dalam kehidupan sehari-hari antara lain: asuransi, perbankan, transportasi, hiburan, sarana olah raga, dan yang lainnya. Prospek yang cukup cerah di sektor jasa ini telah memunculkan banyak perusahaan yang melakukan usahanya di sektor jasa yang mengakibatkan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan untuk menarik konsumen. Oleh karena itu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen adalah merupakan dasar bagi suatu perusahaan untuk dapat mencapai keberhasilan pemasaran produk atau jasa mereka.

Persaingan untuk mendapatkan konsumen juga terjadi pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa hiburan, dimana perusahaan jasa hiburan saat ini berkembang pesat baik kualitas maupun kuantitasnya. Dalam kondisi seperti itu, konsumen mempunyai posisi tawar menawar yang sangat kuat sehingga perusahaan harus memperhatikan dan mengutamakan kepuasan dalam menjalankan usahanya.

Astro adalah salah satu perusahaan yang ikut meramaikan bisnis hiburan di Semarang. Karena peluang usaha sangat menjanjikan maka persaingan tidak dapat terelakan. Masing-masing perusahaan jasa hiburan berusaha untuk dapat menarik pengunjung. Astro sendiri baru berdiri kira-kira satu tahun yang lalu tepatnya tanggal 8 November 2001 dengan jumlah pengunjung dapat dilihat didalam tabel pengunjung di bawah ini.



Tabel 1.1

Jumlah pengunjung Astro Cafe periode bulan November-April 2002

Bulan	Jumlah Pengunjung	
	Kenyataan	Target Perusahaan
November	10.567	10.000
Desember	10.173	10.000
Januari	9.275	10.000
Pebuari	8.786	10.000
Maret	8.355	10.000
April	8.294	10.000

Sumber : Astro Semarang 2002

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa jumlah pengunjung Astro Cafè dalam empat bulan terakhir tidak sesuai dengan target yang ingin dicapai oleh perusahaan. Pengunjung dapat melebihi target pada bulan November dan Desember dikarenakan pada bulan November adalah bulan pertama kali Astro berdiri sehingga banyak pengunjung yang ingin mencoba, sedangkan pada bulan Desember tersebut banyak pertunjukan khusus untuk penyambutan akhir tahun. Hal ini menjadi sebuah masalah bagi perusahaan dikarenakan belum terpenuhinya target jumlah pengunjung setiap bulannya.

1.2. Pembatasan dan Perumusan masalah

1.2.1. Pembatasan Masalah

Mengingat dalam perusahaan Astro terdapat jenis hiburan café dan karaoke maka perlu diadakan pembatasan yang akan mendekati obyek penelitian. Ruang lingkup penelitian akan dibatasi pada jenis hiburan café dan hanya pada kualitas jasa dalam hiburan café. Pembatasan ini dikarenakan hiburan café merupakan bisnis utama yang paling menarik banyak pengunjung dalam perusahaan Astro.

1.2.2. Perumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi Astro Café adalah jumlah pengunjung yang masih dibawah target perusahaan, sementara itu belum pernah dilaksanakan suatu riset untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap kualitas jasa (service quality) yang ada di Astro Café yaitu Bukti langsung (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan Empathy. Semakin tingginya tingkat persaingan antar perusahaan yang bergerak dibidang hiburan, akan menjadi sebuah masalah apabila ternyata perusahaan tidak dapat mengetahui apa yang dikehendaki oleh konsumen. Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas jasa (service quality) yang ada dalam perusahaan Astro khususnya untuk Café.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian pengunjung terhadap kualitas jasa (service quality) yang ada dalam Astro Cafe.

1.3.2. Kegunaan penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak Astro untuk mengenai kebijakan yang telah diambil dan diterapkan rangka meningkatkan jumlah pengunjung.
2. Sebagai tambahan referensi bagi penelitian sejenis, khususnya yang berkenaan dengan masalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bisnis hiburan.

1.4. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini terdapat pokok pokok pembahasan yang dapat disusun sebagai berikut:

Bab I ; Pendahuluan

Pada Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran, dan definisi operasional.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian, populasi, sampel, jenis data, metode pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum responden, skor rata-rata penilaian responden.

Bab V : Penutup

Pada bagian penutup ini berisi kesimpulan dan saran-saran berdasar hasil penelitian.

