

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepentingan berolahraga pada sebagian masyarakat merupakan hal yang penting yang menyangkut dengan kesehatan tubuh, hobi atau sarana rekreasi. Pada orang-orang yang memiliki tingkat kegiatan yang padat, namun tetap ingin berolahraga biasanya memilih jenis olahraga yang ringan dan dapat dilakukan kapan saja. Tak jarang pula ada yang membentuk komunitas-komunitas tertentu untuk melakukan olahraga secara berkelompok. Gym, jogging, futsal dan lain sebagainya merupakan jenis olahraga yang sekarang ini banyak diminati oleh masyarakat karena tidak terlalu membutuhkan biaya yang besar serta tidak harus dilaksanakan dalam jangka waktu yang lama. Meningkatnya permintaan dan kebutuhan akan olahraga berdampak pula pada permintaan kebutuhan sarana olahraga.

Sebagai contoh untuk bidang futsal, olahraga ini membutuhkan fasilitas tertentu seperti lapangan dan perangkat lainnya. Futsal adalah suatu permainan yang hampir menyerupai sepak bola dan dimainkan oleh dua tim namun masing-masing beranggotakan lima orang dengan tujuan memasukkan bola ke gawang lawan. Olahraga ini sangat digemari pada banyak kalangan baik muda maupun tua. Tingkat peminatannya pun sangat tinggi. Hal tersebut berpengaruh serta tentunya berasosiasi dengan permintaan akan fasilitas futsal sebagai pemenuhan kebutuhan berolahraga. Masyarakat pada awalnya dapat mencari fasilitas tersebut pada lahan-lahan lapang yang dapat digunakan

dengan bebas tanpa adanya biaya sewa. Namun keberadaannya sangat terbatas sehingga menarik ide para pengusaha untuk menyediakan fasilitas lapangan futsal yang dibangun sedemikian rupa sehingga para penikmat futsal dapat dengan mudahnya menemukan lapangan untuk berolahraga.

Fenomena ini dapat diamati di beberapa daerah yang terlihat banyak sekali gedung-gedung yang dimanfaatkan sebagai lapangan futsal dan dikelola oleh pihak swasta agar mendapatkan keuntungan dari biaya sewa yang ditawarkan. Pemenuhan permintaan pasar tersebut tak dapat dipungkiri lagi menjadi persaingan antar pihak swasta agar usaha yang dikelolanya dapat lebih memberikan keuntungan sehingga para pengusaha tersebut memberikan strategi-strategi pemasaran yang dapat menarik konsumen dengan tawaran-tawarannya. Seperti halnya memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan maka akan memberikan masukan yang penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kelayakan pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan harus dijadikan parameter utama sebagai tujuan untuk mendirikan sebuah usaha.

Bisnis pengadaan fasilitas olahraga ini kini berkembang di seluruh daerah di Indonesia. Salah satunya yaitu pada daerah Kabupaten Ponorogo. Daerah yang memiliki presentasi seimbang 50% : 50% jumlah penduduk laki-laki dan perempuan ini (BPS, 2010), termasuk dalam daerah dengan aktivitas perkotaan yang padat. Meskipun belum berbentuk kota madya, namun suasana modernisasi daerah sangat terasa dengan dibangunnya gedung-gedung yang berorientasi pada aktivitas pemuda antara lain tempat makan/cafe, plaza,

gedung olahraga, dan taman kota. Sebagai target pasar dari bisnis gedung olahraga, Kabupaten Ponorogo menjadi wilayah yang tepat dikarenakan banyaknya permintaan dalam menggunakan lapangan olahraga khususnya futsal untuk mendorong berkembangnya aktivitas pelajar dan pemuda di Kabupaten Ponorogo. Beberapa usaha pengadaan lapangan futsal dapat dijumpai tersebar di beberapa titik yang berasosiasi dengan sekolah menengah. Salah satunya ialah Lapangan Futsal Winanda Sport Center yang berada di Kecamatan Babadan. Lapangan ini dikelola oleh swasta yang bertujuan untuk menyewakan gedung yang dimilikinya sebagai tempat olahraga futsal. Di lapangan futsal ini terdapat banyak sekali fasilitas yang menarik konsumen diantaranya keberadaan tempat parkir yang nyaman, kamar mandi, kamar ganti serta adanya kios pedagang yang menyediakan makana dan minuman. Selain menyediakan penyewaan gedung, ia juga menyediakan penyewaan rompi.

Pesatnya perkembangan bisnis yang terjadi di Lapangan Futsal Winanda Sport Center ini kemudian menyusun sebuah strategi marketing dengan menyediakan layanan konsumen berupa pengunjung umum (non member) dan pelanggan tetap (member). Pengunjung umum meliputi konsumen yang menikmati fasilitas yang disediakan dengan berkunjung dengan bebas tanpa terikat. Sedangkan pelanggan tetap ialah pengunjung yang memiliki keterikatan berupa jadwal kehadiran. Perbedaan strategi ini memberikan perbedaan pelayanan bagi konsumen, tentunya akan lebih menguntungkan jika menjadi pelanggan tetap sehingga pengusaha menyusun strategi mendapatkan

pelanggan tetap sebanyak-banyaknya. Perkembangan strategi ini menyebabkan persaingan bisnis yang sangat hebat antar usaha dalam satu jenis bidang yang sama. Strategi ini kemudian menentukan bagaimana kelayakan para konsumen sehingga pengusaha dapat mengikat konsumen, dengan begitu keuntungan yang didapatkan dari bisnis tersebut akan berjalan statis.

Loyalitas pelanggan perlu diperoleh dalam strategi bisnis karena pelanggan yang setia akan aktif berpromosi atau dengan kata lain memberikan rekomendasi kepada orang lain tentang apa yang diperolehnya dari suatu bisnis. Konsumen yang merasakan kepuasan dan kepercayaan terhadap pelayanan membentuk sebuah faktor penentu munculnya rasa loyalitas kepada institusi bisnis, sedangkan secara teoritis pengukuran pencapaian dapat terlihat berdasarkan adanya dimensi loyalitas yang berupa kepuasan pelanggan (*satisfaction*), pengulangan pembelian (*repeating purchase*), resistensi (*resistance*), komitmen (*commitment*). Dimensi tersebut mengandung indikator-indikator yang dapat diidentifikasi sebagai kelayakan konsumen.

Berdasarkan pemikiran tersebut maka penelitian ini memberikan sebuah gambaran masalah mengenai bagaimana perbedaan tingkat loyalitas yang berada pada konsumen yang berstatus sebagai member dan non member ditinjau dari dimensi loyalitas yang tersebut diatas terhadap para pengguna Lapangan Futsal Winanda Sport Center di Kecamatan Babadan, Kabupaten Ponorogo. Harapan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai parameter penyusunan strategi marketing untuk meningkatkan loyalitas konsumen pada

pelayanan di Lapangan Futsal Winanda Sport Center. Selain itu hasil dari penelitian ini jika terdapat perbedaan yang nyata antara loyalitas member dan non member sehingga dapat dijadikan evaluasi kepada perusahaan Lapangan Futsal Winanda Sport untuk terus menggunakan program tersebut agar konsumen dapat bertambah akibat loyalitas meningkat.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT LOYALITAS ANTARA PELANGGAN YANG MENGGUNAKAN MEMBER DAN NON MEMBER (Studi Kasus di Lapangan Futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di tarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan loyalitas pelanggan pada dimensi kepuasan (*satisfaction*) pelanggan member dan non member di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo?
2. Apakah terdapat perbedaan loyalitas pelanggan pada dimensi pengulangan pembelian (*Repeating Purchase*) pelanggan member dan non member di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo?
3. Apakah terdapat perbedaan loyalitas pelanggan pada dimensi resistensi (*resistance*) pelanggan member dan non member di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo?

4. Apakah terdapat perbedaan loyalitas pelanggan pada dimensi komitmen (*commitment*) pelanggan member dan non member di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo?

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo pada periode Juni 2017 membahas tentang perbedaan loyalitas antara pelanggan member dan non member.

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perbedaan loyalitas pelanggan pada dimensi kepuasan (*Satisfaction*) pelanggan member dan non member di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo.
2. Untuk mengetahui perbedaan loyalitas pelanggan pada dimensi pengulangan pembelian (*Repeating Purchase*) pelanggan member dan non member di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo.
3. Untuk mengetahui perbedaan loyalitas pelanggan pada dimensi resistensi (*resistance*) pelanggan member dan non member di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo.

4. Untuk mengetahui perbedaan loyalitas pelanggan pada dimensi komitmen (*Commitment*) pelanggan member dan non member di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan, meningkatkan loyalitas pelanggan baik member ataupun non member tersebut dan mengembangkan fasilitasnya serta sebagai bahan evaluasi di lapangan futsal Winanda Sport Center Babadan Ponorogo.

2. Bagi Universitas

Diharapkan dengan penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi untuk memperluas ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai acuan dan bahan pertimbangan bagi pihak lain yang akan mengerjakan tugas serupa di masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti

- a. Mengetahui seberapa besar perbedaan tingkat loyalitas pelanggan yang menggunakan member dan non member.
- b. Dengan melakukan penelitian ini maka penulis dapat mengetahui lebih jelas permasalahan yang sebenarnya yang dihadapi perusahaan dan membandingkan dengan teori serta menganalisanya.

4. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembang ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan loyalitas pelanggan dan dapat dijadikan bahan perbandingan serta menambah wawasan baru bagi peneliti lain di masa yang akan datang.

