

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan dan pertumbuhan penduduk yang sangat pesat di era sekarang ini menyebabkan manusia cenderung meningkatkan kesejahteraan kehidupannya dengan pemenuhan kebutuhan sehari-hari, karena pada hakekatnya semua itu merupakan kebutuhan utama dan pokok bagi setiap orang. Kondisi seperti ini menjadi peluang bagi pengusaha ritel untuk menyediakan tempat membeli barang yang strategis, lengkap, nyaman, murah dan layak bagi konsumen.

Perkembangan bisnis ritel di masa sekarang ini sangat pesat berdampak pada semakin banyaknya unit usaha baru yang dirintis masyarakat baik yang skala kecil, menengah maupun yang berskala besar, kemajuan perekonomian banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha, mulai dari bisnis ritel yang berdiri perorangan, PT yang berdasarkan organisasi dan lain-lain. Seiring banyaknya bisnis ritel yang berdiri sekarang ini membuat para pengelola usaha ritel berpikir keras tidak hanya sekedar membuka toko dan mempersiapkan barang-barang yang lengkap, tetapi harus lebih dari itu pengelolaan bisnis ritel harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar, mengikuti permintaan pasar dan segmentasi pasar yang tepat, agar dapat berhasil serta mempunyai keunggulan bersaing untuk mempertahankan

kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin.

Sebuah perusahaan disamping mempunyai pemasaran yang bagus, juga harus bisa memahami perilaku konsumen dari suatu pasar karena hal ini merupakan salah satu hal penting untuk dilakukan oleh produsen ataupun oleh suatu perusahaan yang menjalankan usaha-usaha pemasaran. Karena dalam konsep pemasaran salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih efisien dari para pesaing perusahaan (Kotler dan Keller, 2009). Hal tersebut bisa tercapai bila konsumen merasa puas akan kinerja produk yang ditawarkan oleh pengusaha agar bisa memenangkan persaingan yang semakin ketat.

Persaingan yang kompetitif membuat pelanggan akan lebih mudah untuk berpindah ke perusahaan pesaing. Perpindahan ke perusahaan pesaing sangat erat hubungannya dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk, jasa atau harga yang ditawarkan perusahaan. Untuk mengantisipasi hal tersebut Bintang Swalayan Ponorogo perlu untuk selalu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan didukung adanya strategi segmentasi pasar yang tepat, segmentasi pasar sendiri berarti membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang menunjukkan karakteristik, kebutuhan dan atau perilaku pasar yang bertujuan untuk memahami struktur pasar, memilih pasar dan menemukan strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau konsumen sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kemampuan

daya beli konsumen karena konsumen merupakan faktor yang penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan dan berlangsungnya suatu usaha atau bisnis.

Kepuasan konsumen dengan produk dan layanan menjadi penentu yang paling banyak diterima dari niat pembelian kembali. Kepuasan yang didapat konsumen dari suatu produk dapat menjadikan konsumen untuk melakukan pembelian ulang bahkan konsumen dapat loyal terhadap produk tersebut yang dianggap dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Konsumen yang puas akan membeli kembali untuk mempertahankan kepuasan yang mereka rasakan, sedangkan konsumen yang tidak puas akan beralih ke toko lainnya untuk menemukan kepuasan yang diinginkan (Johnson dkk. 2001).

Loyalitas konsumen terhadap toko merupakan suatu faktor yang penting dalam menjaga kelangsungan toko dimasa yang akan datang. Loyalitas konsumen adalah konsumen yang terbiasa membeli suatu produk yang ditawarkan dengan frekuensi yang berulang. Dampak yang timbul akibat loyalitas konsumen adalah mengurangi biaya pemasaran, meningkatkan perdagangan, menarik minat pelanggan baru dan memberi waktu untuk merespon ancaman pesaing. Karena itu penting bagi produsen untuk memahami dan mengetahui hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan sejauh mana loyalitas konsumen yang berbelanja di Bintang Swalayan Ponorogo.

Organisasi yang kuat dapat menimbulkan satu kesatuan yang kuat, atas kesepakatan bersama dari para kyai dan ulama Nahdlatul ulama munculah ide dan sepakat untuk mendirikan usaha bersama yang bergerak di Bidang retail dengan nama Bintang Swalayan Ponorogo, yang sebagian besar permodalannya berasal dari saham-saham anggota Warga Nu dengan harapan berdirinya usaha retail ini bisa mendongkrak perekonomian Warga Nu agar berkembang dan tambah maju di bidang Perekonomian. Para ulama Nu berfikir bahwa usaha yang didirikan secara bersama- sama berdasarkan latar belakang organisasi lebih cepat maju karena yang mendukung banyak, untuk mengetahui pendapat tersebut benar atau tidak. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian skripsi dengan judul **“ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN BERDASARKAN LATAR BELAKANG ORGANISASI (NU DAN NON NU) DI BINTANG SWALAYAN PONOROGO”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang dapat mempermudah langkah-langkah penyelesaiannya sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen antara warga NU dan Non NU di Bintang Swalayan Ponorogo ?
- b. Apakah terdapat perbedaan loyalitas konsumen antara warga NU dan Non NU di Bintang Swalayan Ponorogo?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Suatu penelitian harus mempunyai tujuan yang jelas dan pasti, karena tujuan akan menjadi pedoman dalam mengadakan penelitian. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui perbedaan kepuasankonsumen antara warga NU dan Non NU di Bintang swalayan Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui perbedaan loyalitas antara warga NU dan Non NU di Bintang swalayan Ponorogo.

Berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, maka diharapkan penelitian dapat memberi manfaat sebagai berikut :

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen lebih banyak mana antara konsumen warga NU dan Non NU, serta juga untuk mengetahui lebih loyal mana antara konsumen warga NU dan Non NU yang berbelanja di Bintang Swalayan Ponorogo walaupun sebenarnya Bintang Swalayan Ponorogo adalah Swalayan milik organisasi warga NU dalam rangka membantu meningkatkan volume penjualan, kepuasan dan loyalitas konsumen.

- b. Bagi Pihak Lain

Sebagai informasi dan bahan perbandingan konsumen dalam memilih perusahaan untuk memenuhi kebutuhan.

c. Bagi Peneliti

Sebagai latihan untuk menganalisa dan memberikan jawaban alternatif sesuai dengan teori yang selama ini penulis pelajari di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

