

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan perekonomian nasional dewasa ini mendorong berkembangnya industri-industri di Indonesia, apalagi dalam masa sekarang ini perekonomian akan memasuki era globalisasi, hal ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi. Salah satunya adalah industri garment.

PT. Sinta Pertiwi adalah salah satu perusahaan garment yang memproduksi beberapa jenis produk, yaitu : pakaian dalam pria maupun wanita, T-shirt, kemeja, ikat pinggang, kaos kaki, dompet, sapu tangan, dasi, gantungan kunci. Barang-barang tersebut diproduksi dengan menggunakan merk “*Crocodile*”. Merk tersebut sudah sangat dikenal oleh masyarakat sebagai produk yang berkualitas tinggi dan mempunyai sasaran pasar ekonomi kelas menengah ke atas.

Produk ini juga dikategorikan sebagai barang tahan lama (*durable goods*), barang yang secara normal dapat digunakan berkali-kali untuk jangka waktu relatif lama. PT. Sinta Pertiwi selalu berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dalam usahanya untuk meningkatkan hasil penjualan. Penurunan dan peningkatan penjualan pada umumnya dialami oleh semua perusahaan sejenis yang berbeda baik kualitas ataupun desainnya, sehingga pasar produsen harus menonjolkan keunggulan dari

masing-masing produknya dan membuat kesan bahwa produknya adalah yang selalu terbaru dan terdepan.

Melihat keadaan masyarakat menengah ke atas yang mengutamakan gengsi (salah satu penilaian yaitu dari kepuasan) dan memperoleh kepercayaan diri yang timbul setelah memakai produk tersebut, maka setiap perusahaan berusaha untuk memuaskan para pelanggannya baik melalui pelayanan (*service*) maupun melalui kualitas produk.

Penilaian kepuasan ditentukan oleh pelanggan yang menggunakan produk tersebut. Pelanggan akan merasa puas bila apa yang mereka harapkan sama dengan apa yang dapat mereka nikmati, sebaliknya mereka akan kecewa apabila apa yang mereka nikmati tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Pada hakekatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama bagi sebuah perusahaan untuk dapat membangun reputasi baik dimata pelanggan yang kerap kali menuntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditunjukkan untuk memuaskan pelanggan saat ini dan masa yang akan datang. Akan tetapi hasilnya dapat dirasakan dalam jangka panjang dan manfaat tersebut dapat bertahan lama bila sudah tercipta loyalitas pelanggan.

Sebagian perusahaan menganggap bahwa mempertahankan pelanggan yang ada jauh lebih menguntungkan daripada menggantinya dengan pelanggan baru.

Memperhatikan pelanggan yang ada pada saat ini menuntut adanya kepuasan pelanggan atas produk yang ditawarkannya.

Setelah perusahaan dapat memuaskan pelanggannya, maka perusahaan harus dapat menyadari bahwa ada hal yang lebih penting dari sekedar memuaskan pelanggan, yaitu menciptakan loyalitas atau kesetiaan dari pelanggan. Loyalitas (*loyalty*) dengan kepuasan (*satisfaction*) saling berhubungan dan bersifat tidak terlepas (*inextricably*). Jadi suatu perusahaan yang hanya memuaskan pelanggannya tidak dapat dikatakan telah memiliki pelanggan yang loyal. Menurut Griffin, pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang secara teratur melakukan pembelian kembali, membeli sepanjang lini produk yang ada, dapat ikut menarik minat orang lain untuk membeli dan dapat mengurungkan niatnya membeli produk yang lain.¹

Melalui survey kepuasan dan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkannya. Mengingat betapa pentingnya kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap produk, maka penulis tertarik untuk menganalisis hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk, dalam hal ini produk pakaian pria dewasa merek *Crocodile*, dalam skripsi yang berjudul : **“ Analisis Hubungan Antara Kepuasan dengan Loyalitas Pelanggan Pada Produk T-Shirt Pria Merek *Crocodile* pada PT. Shinta Pertiwi di Megamal Pluit”**.

¹ Griffin, Jill, *Customer Loyalty : How To Earn It, How To Keep It*, USA : Lexington Books, 1995, hal.31.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, ada beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi. Kesetiaan dapat diukur dengan kepuasan sebagai indikatornya. Pelanggan yang telah terpuaskan akan menjadi loyal terhadap perusahaan itu, walaupun hal itu dianggap kurang valid. Pembelian terhadap barang kebutuhan pokok (barang primer) belum tentu bergantung pada kepuasan semata. Dari uraian singkat tersebut maka identifikasi permasalahannya adalah :

1. Kepuasan pelanggan serta kebutuhan antara satu pelanggan dengan pelanggan lainnya berbeda.
2. Loyalitas pelanggan belum tentu hanya kepada satu merek saja.

Dalam melakukan penelitian kepuasan konsumen, penulis membatasi hanya pada pembelian T-shirt pria merek Crocodile yang dilakukan di *counter (showroom)* cabang Megamal Pluit.

Alasan pembatasan ini adalah untuk menghindari terjadinya penyimpangan dari tujuan penelitian, akibat ruang lingkup yang terlalu luas.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada hubungan antara kepuasan (*satisfaction*) dengan loyalitas konsumen PT. Sinta Pertiwi ?

2. Apakah ada pengaruh kepuasan (*satisfaction*) terhadap loyalitas konsumen PT. Sinta Pertiwi ?

D. Tujuan Permasalahan

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian yang dilakukan ini adalah :

1. Untuk mengetahui hubungan antara kepuasan (*satisfaction*) dengan loyalitas konsumen PT. Sinta Pertiwi.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan (*satisfaction*) terhadap loyalitas konsumen PT. Sinta Pertiwi.

E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1. Bagi kalangan akademis, semoga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Bagi Penulis adalah untuk menambah pengetahuan tentang sejauh mana loyalitas konsumen atas kepuasan konsumen yang diberikan oleh PT. Sinta Pertiwi.
3. Bagi perusahaan adalah melalui hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai input (masukan) untuk meningkatkan dan mempertahankan posisi yang telah ada didalam menciptakan loyalitas konsumen.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam skripsi ini terdiri dari VI (enam) bab dan masing-masing bab terdiri dari sub bab, yang akan disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melihat pada unsur-unsur yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

BAB III : METODA PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan mengenai tempat penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisa data, definisi operasional variabel dan hipotesa penelitian.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini memberikan gambaran umum mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi dan pembagian tugas, serta aktivasi ekonomi perusahaan dan karakteristik pelanggan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dikemukakan suatu analisa dan evaluasi hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan pada produk T-shirt Crocodile.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang mengemukakan kesimpulan yaitu hasil dari pembahasan pada bab sebelumnya dan berdasarkan kesimpulan tersebut akan dikemukakan saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi pemecahan masalah yang dihadapi, demi kemajuan PT. Sinta Pertiwi.