

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, lembaga-lembaga pendidikan, termasuk lembaga bahasa Inggris menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan unggul di tengah persaingan. Salah satu aspek yang sangat penting dalam mempertahankan keberlangsungan suatu lembaga adalah kemampuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan konsumennya, yang dalam konteks ini adalah siswa.

Lembaga bahasa Inggris merupakan bagian dari industri jasa pendidikan yang sangat dipengaruhi oleh tren global, perubahan teknologi, dan permintaan akan kemampuan bahasa Inggris yang terus meningkat, baik untuk keperluan akademik, profesional, maupun sosial (STBA, 2019). Mengingat hal ini, lembaga bahasa Inggris harus mampu menangkap peluang pasar yang ada dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi konsumennya.

Salah satu lembaga bahasa Inggris yakni Kresna merupakan lembaga yang dikenal sebagai *master of grammar* di Kampung Inggris Pare. Dari hasil observasi menemukan bahwa Kresna telah menerapkan enam dimensi *entrepreneurial marketing* sebagaimana menurut Kilenthong et al., (2015), yakni orientasi pertumbuhan, orientasi peluang, fokus pada pelanggan, penciptaan nilai melalui jaringan, analisis pasar informal, dan kedekatan dengan pasar.

Tabel 1.1 Penerapan Dimensi *Entrepreneurial Marketing* oleh Kresna

Dimensi <i>Entrepreneurial Marketing</i>	Pengertian	Penerapan
Orientasi Pertumbuhan	Agar terus tumbuh, pemasar mengadopsi beberapa cara untuk mengembangkan bisnis termasuk meningkatkan bisnis yang berulang, serta men-	<ol style="list-style-type: none">1. Kresna membuka cabang baru yang dikenal sebagai Kresna Timur.2. Memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan website.

Dimensi Entrepreneurial Marketing	Pengertian	Penerapan
	ciptakan komunitas pelanggan yang berdedikasi dan loyal terhadap produk (Purnomo et al., 2017).	
Orientasi Peluang	Secara proaktif terus berinovasi dan kreatif dalam menciptakan kategori produk, proses, dan strategi (Purnomo et al., 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kresna berinovasi dan kreatif dalam menciptakan kategori layanan berupa program reguler selama 2 minggu. 2. Program <i>online</i> selama 2 minggu yang dilaksanakan pada malam hari, program <i>holiday</i> selama 1 hingga 2 minggu untuk tingkat sekolah (SD-SMP-SMA). 3. Program asrama selama 1 hingga 3 bulan. 4. Pada program asrama siswa memperoleh benefit berupa modul, sertifikat, kaos, souvenir, makan 3 kali sehari selama 5 hari, dan gratis penjemputan di stasiun Kediri. 5. Dalam menciptakan proses, Kresna menyediakan platform informasi berupa Instagram, Facebook, TikTok, dan Website. 6. Pada setiap platform terdapat <i>link contact person</i> yang terhubung langsung ke WhatsApp supaya siswa dapat menghubungi admin Kresna untuk memperoleh informasi secara detail dan melakukan proses pendaftaran program bahasa Inggris.
Fokus Pada Pelanggan	Mengutamakan preferensi pelanggan, menggunakan pen-	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam menyesuaikan kebutuhan siswa.

Dimensi Entrepreneurial Marketing	Pengertian	Penerapan
	dekatan yang sangat terfokus, fleksibel dan menyesuaikan dengan pasar untuk menentukan produk, harga, distribusi, dan komunikasi (Utami & Susanto, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 2. Kresna memberikan modul pembelajaran. 3. Menyesuaikan pembelajaran berdasarkan tingkat kemampuan siswa. 4. Staff dan pengajar sebaik mungkin berkomunikasi dengan ramah dan menyenangkan terhadap siswa. 5. Proses belajar dilakukan di dalam kelas ataupun di taman. 6. Menerima saran dari siswa.
Penciptaan Nilai Melalui Jaringan	Untuk mendapatkan akses ke calon pelanggan, menciptakan keunggulan kompetitif atas pesaing, mengelola risiko dan mengalokasikan sumber daya secara efisien melalui jaringan (Purnomo et al., 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerja sama dengan sekolah dan perguruan tinggi meliputi Mts ATTAQWA, SMP Kedungadem Bojonegoro. 2. Kemudian Kerja sama dengan Universitas Darussalam Gontor dan Universitas Muhammadiyah Gresik.
Analisis Pasar Informal	pemasar memperoleh informasi pasar yang berharga dan mengidentifikasi peluang pasar yang layak (Purnomo et al., 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kresna melakukan pemantauan dan mengikuti aktivitas kompetitor di media sosial untuk memahami pendekatan terhadap siswa.
Kedekatan Dengan Pasar	Melalui hubungan dengan mitra dagang, pemasar dapat mengumpulkan informasi mengenai pasar dan perubahan preferensi pelanggan (Utami & Susanto, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pendekatan dengan siswa Kresna mengadakan open house kepada siswa yang mengambil program paket asrama yakni Planet English & English Comprehensif.

Sumber: kresna-kampunginggris.com, 2024

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pra survei terhadap kepuasan konsumen yang dilakukan secara *online* menggunakan google formulir

kepada 200 siswa aktif yang ada di Kresna dengan memperoleh hasil respon sebanyak 23 responden, sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Pra Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Tidak Setuju	Setuju
1	Fasilitas yang disediakan oleh Kresna mendukung proses belajar.	56,50%	43,50%
2	Secara keseluruhan, siswa sangat puas dengan layanan yang diberikan oleh Kresna.	65,20%	34,80%
Total		60,85%	39,15%

Sumber: google formulir diolah, 2024

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa mayoritas dari 23 siswa Kresna memberikan respons “Tidak Setuju” dengan memperoleh nilai sebesar 60,85% terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa siswa merasa kurang puas dengan layanan yang diberikan oleh Kresna. Apabila hal ini tidak ditindaklanjuti, dalam jangka panjang dapat menyebabkan penurunan jumlah siswa, reputasi lembaga, dan menurunnya daya saing di pasar.

Sebagaimana menurut Kotler & Keller (2021), bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau layanan yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kepuasan konsumen tercapai, mutu pelayanan memenuhi harapan konsumen maka dapat menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang kemudian berbagi pengalaman positif dengan orang lain yang dapat menarik konsumen baru, serta dapat meningkatkan jumlah penjualan (Sumartini dan Tias, 2019).

Berdasarkan penerapan dimensi *entrepreneurial marketing* menunjukkan bahwa program-program yang dilaksanakan Kresna dominan pada dimensi orientasi peluang dan fokus pada pelanggan. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Orientasi Peluang dan Fokus Pada Pelanggan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kresna Kampung Inggris Pare)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah orientasi peluang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kresna Kampung Inggris Pare?
2. Apakah fokus pada pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kresna Kampung Inggris Pare?
3. Apakah orientasi peluang dan fokus pada pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kresna Kampung Inggris Pare?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan orientasi peluang terhadap kepuasan konsumen pada Kresna Kampung Inggris Pare.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan fokus pada pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada Kresna Kampung Inggris Pare.
3. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh positif dan signifikan orientasi peluang dan fokus pada pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada Kresna Kampung Inggris Pare.
4. Untuk memberikan saran secara operasional dari analisis orientasi peluang dan fokus pada pelanggan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Kresna Kampung Inggris Pare.

1.4 Kontribusi Tugas Akhir

Dari penelitian yang dilakukan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk melakukan penelitian lanjutan dalam menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan analisis orientasi peluang dan fokus pada pelanggan meningkatkan

kepuasan konsumen Kresna Kampung Inggris Pare yang dapat memperkaya kajian penelitian di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia tepatnya Prodi Manajemen Pemasaran Internasional.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pemasaran di Kresna Kampung Inggris Pare dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui pendekatan orientasi peluang dan fokus pada pelanggan.

3. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini berkontribusi dalam meningkatkan pengetahuan mengenai analisis orientasi peluang dan fokus pada pelanggan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan sebagai bahan pertimbangan saat bekerja di perusahaan profit atau sedang berwirausaha.