

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia seharusnya sadar betul akan pentingnya olahraga untuk menjaga kesehatan, karena pada dasarnya salah satu yang membuat diri kita sehat adalah dengan melakukan kegiatan olahraga. Saat ini perkembangan olahraga di masyarakat Indonesia ini sudah mulai meningkat, olahraga telah menjadi kebutuhan bagi setiap manusia dan mereka mulai mengerti tentang pentingnya olahraga untuk kehidupan khususnya untuk kesehatan. Menurut Giriwijoyo (2007:31) olahraga adalah "serangkaian gerak raga yang teratur dan terencana yang dilakukan orang dengan sadar untuk meningkatkan kemampuan fungsionalnya".

Pada masa sekarang ini tidak ada hambatan untuk melakukan kegiatan olahraga, karena banyak sekali tempat-tempat yang sudah di kemas dengan cukup baik untuk melakukan kegiatan olahraga. Masyarakat dapat mengatur waktu dan kemauan untuk melakukan kegiatan olahraga tanpa terbentur dengan masalah waktu, ruangan, ketakutan-ketakutan (*phobia*) terhadap air, kulit rusak karena sinar matahari dan yang lainnya.

Banyaknya fasilitas-fasilitas yang menyediakan sarana atau prasarana olahraga serta tingginya tingkat partisipasi masyarakat dalam aktivitas olahraga, secara tidak langsung menunjukkan tingginya tingkat kesadaran masyarakat dalam menjaga atau meningkatkan drajat kesehatan dengan cara berolahraga.

Salah satu faktor yang mendukung untuk memenuhi kebutuhan berolahraga adalah fasilitas olahraga. Kegiatan olahraga akan menjadi suatu aktivitas yang menarik jika dikelola dengan baik, seperti fasilitas yang memadai sarana prasarana yang nyaman, dan pelayanan yang baik. setiap masyarakat membutuhkan sarana dan prasarana yang layak, nyaman mudah, dan menarik untuk melakukan aktivitas olahraga pada masa kini, banyak sekali bangunan olahraga baik di dalam ruangan (*indoor*) ataupun di luar ruangan (*outdoor*), bahkan banyak sekali di kompleks-komplek atau tempat yang menyediakan sarana prasarana untuk berolahraga, seperti trek-трек untuk melakukan jalan santai jogging, kolam renang, lapang futsal, gor untuk bulutangkis, lapang tenis, volley, basket, tempat-tempat indoor seperti fitness, senam yoga, aerobik, dan lain sebagainya.

Selain itu terdapat pula tempat-tempat yang menyediakan olahraga dalam bentuk permainan, seperti *outbound*, olahraga tradisional, dan wahana bermain yang mengharuskan badan kita bergerak baik itu dalam air ataupun di daratan.

Salah satu bentuk olahraga yang banyak di kenal dan disukai oleh masyarakat adalah olahraga berenang, karena olahraga ini merupakan olahraga yang mudah dilakukan dimana saja asalkan tempat tersebut mempunyai volume air yang cukup banyak. Olahraga renang merupakan salah satu yang wajib di sekolah, orang-orangpun bisa melakukannya di sungai, danau, dan sebagainya.

Di kota Bandung ini sudah banyak tempat yang memfasilitasi untuk olahraga berenang, baik itu yang bertujuan untuk kesehatan, prestasi, dan rekreasi. Kita bisa menjumpai banyak kolam renang di kota Bandung, seperti kolam renang UPI, Sabuga, kolam renang Karang Setra, Batununggal Indah Club, Sariater, Al-

masoem, hotel Horison, dan banyak lagi tempat yang menyediakan kolam untuk berenang. Tempat-tempat tersebut beragam dalam memberikan sebuah pelayanan dan menyediakan fasilitas untuk menarik para pengunjung, oleh sebab itu tempat-tempat tersebut harus bisa mengemas fasilitas dan layanan melalui aspek-aspek berupa perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta penetapan tujuan yang di rangkai menjadi suatu proses yang biasa disebut manajemen.

Dari sekian banyak kolam renang di Bandung, kolam renang Karang Setra ini merupakan salah satu tempat olahraga untuk berenang yang banyak memberikan pelayanan untuk anak-anak supaya merasa betah di kolam renang dan tidak merasa takut. Banyak fasilitas yang di berikan oleh Karang Setra kepada masyarakat seperti wahana bermain dan rekreasi. Kolam renang Karang Setra ini bisa di gunakan oleh segala usia, kolam renang Karang Setra *water land* ini sangat terjangkau oleh masyarakat umum.

Ada 6 fasilitas kolam yang dipertunjukkan berbeda. Antara lain kolam renang prestasi yang sudah berstandar internasional, dua kolam *water boom* yang tingginya 15 meter yang masing-masing panjangnya 42 dan 45 meter, prosotan naga yang meliuk-liuk yang tingginya 6 meter dan dengan panjang yang cukup pendek hanya 20 meter, kolam arus dimana sensasi kolam arus di sini di buat seperti air terjun yang tingginya 2 meter dengan lebar 5 meter, tempat berenang di bawah guyuran derasnya air, kolam pantai, yang di beri suasana seperti kita berada di pantai dari kolam yang di buat landai dan disekitarnya di tanami pohon-pohon bougenville dan palm, selain itu pula ada fasilitas *food court*, mandi bola dan berbagai jenis game yang sudah di sediakan oleh pengelola.

Dengan banyaknya fasilitas yang tersedia di kolam renang Karang Setra ini maka banyak yang dapat di promosikan untuk menarik minat masyarakat, baik itu dari dalam kota atau luar kota. Selain terjangkau Karang setrai ini juga mudah sekali karena letaknya yang tidak jauh dari pusat kota. Selain terjangkau, karang Setra ini juga mudah sekali karena letaknya yang tidak jauh dari pusat kota. Kolam renang Karang Setra ini merupakan suatu objek wisata sekaligus tempat untuk melakukan aktivitas olahraga ini sering banyak pengunjung baik dari luar kota maupun dalam kota. Oleh sebab itu pengelola kolam renang Karang Setra harus memikirkan pelayanan yang memenuhi standar yang terbaik untuk memenuhi persepsi konsumen yang baik atau positif, karena pelayanan dan fasilitas yang baik merupakan salah satu kunci sebuah perusahaan itu bisa sukses atau berkembang. Dengan pelayanan yang baik maka akan mewujudkan persepsi yang baik terhadap perusahaan tersebut.

Persepsi itu bisa terbentuk karena sebuah proses dari alat indra seseorang atau sebuah pandangan seseorang terhadap apa yang ada di lingkungannya. Dengan persepsi ini maka seseorang akan menilai sesuatu yang dia terima itu baik atau tidak. Oleh karena itu sebuah persepsi masyarakat atau konsumen disini sangat di butuhkan oleh sebuah perusahaan karena dengan adanya persepsi, maka perusahaan tersebut dapat menilai system dan manajemen dan dapat membangun citra yang ada dalam perusahaan tersebut.

Kolam renang Karang Setra Bandung sering dikunjungi oleh pengunjung yang cukup banyak, akan tetapi fasilitas dan pelayanan yang ada masih terdapat kekurangan seperti kebersihan kolam yang terkadang kotor, dan kurangnya

pelayanan dari pengelola kolam renang Karang Setra Bandung. Meski terdapat kekurangan Kolam Renang Karang Setra Bandung ini selalu banyak dikunjungi oleh pengunjung baik itu pelajar, instansi dan umum.

Dari pemaparan di atas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang persepsi konsumen terhadap pelayanan dan fasilitas kolam renang Karang Setra, karena dengan fasilitas yang baik dan manajemen yang di kemas dengan baik dan sesuai dengan unsur-unsur pelayanan yang baik maka konsumen akan memberikan persepsi yang baik dan ingin berkunjung kembali ke kolam renang Karang Setra. Dengan adanya pelayanan dan fasilitas yang baik maka konsumen akan merasa tertarik untuk melakukan kegiatan olahraga berenang baik itu di kolam renang Karang Setra Bandung tetapi . Penelitian ini akan disajikan peneliti dalam bentuk skripsi yang berjudul “ Persepsi Konsumen Terhadap Fasilitas dan Pelayanan Kolam Renang Karang Setra Bandung”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap fasilitas kolam renang Karang Setra?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan di kolam renang Karang Setra?
3. Terdapat perbedaan yang signifikan mengenai persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan di kolam renang karang setra berdasarkan jenis kelamin?

4. Terdapat perbedaan yang signifikan mengenai persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan di kolam renang karang setra berdasarkan profesi?

### **C. Tujuan Peneliti**

Sesuai dengan masalah yang penulis rumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian tersebut :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap fasilitas kolam renang Karang Setra.
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelayanan kolam renang Karang Setra.
3. Untuk mengetahui terdapat perbedaan yang signifikan mengenai persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan di kolam renang karang setra berdasarkan jenis kelamin.
4. Untuk mengetahui terdapat perbedaan yang signifikan mengenai persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan di kolam renang karang setra berdasarkan profesi.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dan mendapatkan ilmu untuk penulis.
2. Sebagai bahan tambahan atau acuan untuk teori khususnya untuk mahasiswa yang akan menyusun skripsi dan untuk masukan-masukan lainnya untuk Lembaga FPOK.
3. Sebagai sarana informasi untuk masyarakat umum.

4. Sebagai bahan masukan bagi pengelola kolam renang Karang Setra agar lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas kolam renang tersebut tersebut.
5. Sebagai dasar pemikiran bagi pimpinan atau manager kolam renang Karang Setra dalam proses pengelolaan kolam renang ini ke jenjang yang lebih maju dan berkembang. Agar dapat mempertahankan atau meningkatkan sarana dan prasarana di kolam renang Karang Setra.

#### **E. Pembatasan Penelitian**

Untuk menghindari penafsiran yang terlalu luas dan memperoleh gambaran yang jelas sesuai dengan permasalahan yang diteliti, peneliti perlu membatasi ruang lingkup penelitian pada :

1. Penelitian ini mengenai persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan kolam renang, yang bertempat di kolam renang Karang Setra.
2. Dalam penelitian ini diambil sampel konsumen yang berkunjung ke kolam renang Karang Setra baik itu laki-laki dan perempuan yang berusia 17 tahun keatas.
3. Penelitian ini terfokus pada persepsi positif atau negatif konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan kolam renang Karang Setra dan terdapat perbedaan persepsi konsumen yang signifikan terhadap fasilitas dan pelayanan kolam renang Karang Setra.

#### **F. Batasan Istilah**

Di dalam menterjemahkan atau menafsirkan sesuatu istilah sering berbeda-beda sehingga dapat menimbulkan kesalahan-kesalahan atau kekeliruan sehingga mengaburkan definisi yang sesungguhnya. Untuk menghindari salah penafsiran

dan timbul berbagai macam penafsiran yang terlalu luas terhadap istilah yang dipergunakan terhadap istilah yang dipergunakan, maka penulis perlu membatasi beberapa istilah sesuai dengan judul penelitian yaitu: “Pelayanan Kolam Renang Karang Setra Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Aktivitas Olahraga Berenang di Kolam Renang Karang Setra” yaitu :

1. Persepsi menurut kamus bahasa Indonesia (1993:759) dijelaskan bahwa persepsi adalah “tanggapan (penerimaan) langsung dari suatu serapan: proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya”. Yang dimaksud persepsi dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan kolam renang Karang Setra.
2. Konsumen berdasarkan kamus besar Indonesia (1993:522) di jelaskan bahwa konsumen adalah (1) pemakai barang-barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dsb): kepentingan harus diperlihatkan (2) penerima pesanan iklan.(3) pemakai jasa.Maksud dari konsumen dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke kolam renang Karang Setra baik laki-laki dan perempuan berusia 17 tahun keatas.
3. Fasilitas berdasarkan kamus besar Indonesia (1993:275) adalah “sarana atau sebuah tempat yang dapat dirasakan secara kasat mata”. Maksud dari fasilitas dalam penelitian ini adalah fasilitas waterboom, ruang ganti, arena bermain anak (*Game*), ruang makan (*food court*), tempat parkir, loker, dan kolam renang yang terdapat di kolam renang Karang Setra.
4. Pelayanan menurut Gronroos (1990:27) adalah “suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang



terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen perusahaan pemberi pelayanan yang di maksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Yang dimaksud pelayanan dalam penelitian ini adalah pelayanan kolam renang karang setra yang sudah memenuhi standar pelayanan yang baik.

5. Kolam Renang menurut kamus bahasa Indonesia (1993:513) dijelaskan bahwa kolam renang adalah “ kolam untuk berenang”. Yang dimaksud kolam renang dalam penelitian ini adalah kolam renang Karang Setra.

### **G. Anggapan Dasar**

Adapun anggapan dasar penelitian ini yaitu, persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan dari kolam renang Karang setra. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang datang ke kolam renang karang setra, pada hari libur dan hari-hari besar tiba. Tidak hanya hari-hari besar akan tetapi setiap hari sabtu dan minggu kolam renang Karang Setra banyak dikunjungi baik itu dari sekolah-sekolah ataupun masyarakat umum yang ingin mengisi liburan atau mengajak keluarga berenang.

Konsumen dapat memberikan suatu persepsi yang positif disebabkan reseptor atau apa yang konsumen rasakan adalah sesuatu yang baik dan bisa diterima oleh mereka. Persepsi yang baik akan muncul ketika ada faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti pelaku persepsi, sasaran dari persepsi itu sendiri dan situasi dimana dilakukannya persepsi.

Mengacu kepada sapta pesona tujuh unsur produk wisata sebagai tolak ukur peningkatan kualitas produk wisata dalam buku Sadar Wisata dan Sapta

pesona (2008:18), maka setiap produk pariwisata baik itu berupa barang atau jasa harus memiliki ketujuh unsur ini. Tujuh unsur sapta pesona adalah aman, tertib, bersih, indah, ramah dan kenagan. Tidak berkurangnya konsumen yang berkunjung ke kolam renang Karang setra, dan selalu ramai di kunjungi oleh pengunjung ini menjadi sebuah nilai tambah untuk pihak Karang Setra Bandung jika lebih mengacu kepada sapta pesona agar tercapainya kepuasan dan persepsi yang baik atau positif.

Persepsi positif dan negatif akan dapat menggambarkan baik tidaknya persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan. Fasilitas yang menarik dan bagus akan menghasilkan ketertarikan, minat, serta kepuasan. Akan tetapi bila hanya mengandalkan satu daya tarik saja itu tidak akan membuat perusahaan itu berkembang, maka harus di tunjang dengan pelayanan yang baik pula.

Dengan pelayanan yang baik maka akan menghasilkan persepsi yang baik pula, supaya pelayanan ini dapat terwujud dengan baik maka kita dapat mengacu kepada Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 tahun 2003 mengenai prinsip pelayanan publik dan Zeithaml, Parasunan dan Berry (1990:182) mengenai kinerja pelayanan.

Dengan mengacu kepada Zeithaml, Parasunan dan Berry kita dapat mengetahui seberapa baik kualitas dari pelayanan Kolam Renang Karang Setra Bandung terhadap pengunjung. Pelayanan yang hanya bisa dirasakan dengan tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi dari pengelola Karang Setra Bandung terhadap konsumen atau pengunjung yang telah di sediakan oleh pengelola itu sendiri.

Penulis beranggapan pula bahwa persepsi positif ini dapat menarik masyarakat untuk datang kembali, bahkan mempromosikan dan mengajak orang-orang disekitarnya untuk datang berkunjung, akan tetapi sebaliknya, persepsi negatif ini akan dapat mengurangi dan membuat kolam renang Karang setra ini tidak baik dan menurun jumlah pengunjungnya karna tidak ingin berenang atau berkunjung kembali ke kolam renang Karang Setra.

Selain dari itu persepsi di pengaruhi oleh faktor internal yaitu kebutuhan, latar belakang, pengalaman, kepribadian, sikap, penerimaan diri, sesuai dengan teori menurut Pareek dalam skripsi Depi purnama (2010:15). Selain itu menurut felman dalam Skripsi Depi Purnama (2010:15) yang membentuk persepsi seseorang adalah intelektual, sikap, motif, pengalaman, minat, kepentingan, harapan yang berbeda. Maka persepsi seseorang itu dapat berbeda atau tidaknya sesuai dengan faktor internal dan yang membentuk persepsi seseorang.

Dibalik persepsi yang positif ini, pengunjung bertambah dan semakin ramai ditunjang dengan beberapa usaha-usaha yang dilakukan oleh pihak pengelola kolam renang Karang Setra ini untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan dari kolam renang itu sendiri.

## **H. Hipotesis**

Berdasarkan pendapat di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

H01: Tidak terdapat perbedaan yang signifikan mengenai persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan kolam renang Karang Setra Bandung berdasarkan jenis kelamin.

H02: Tidak terdapat perbedaan mengenai persepsi konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan kolam renang Karang Setra Bandung berdasarkan profesi.

Dengan syarat jika :

$\text{Sig} > \alpha$  maka  $H_0$  di terima

$\text{Sig} < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak

