

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

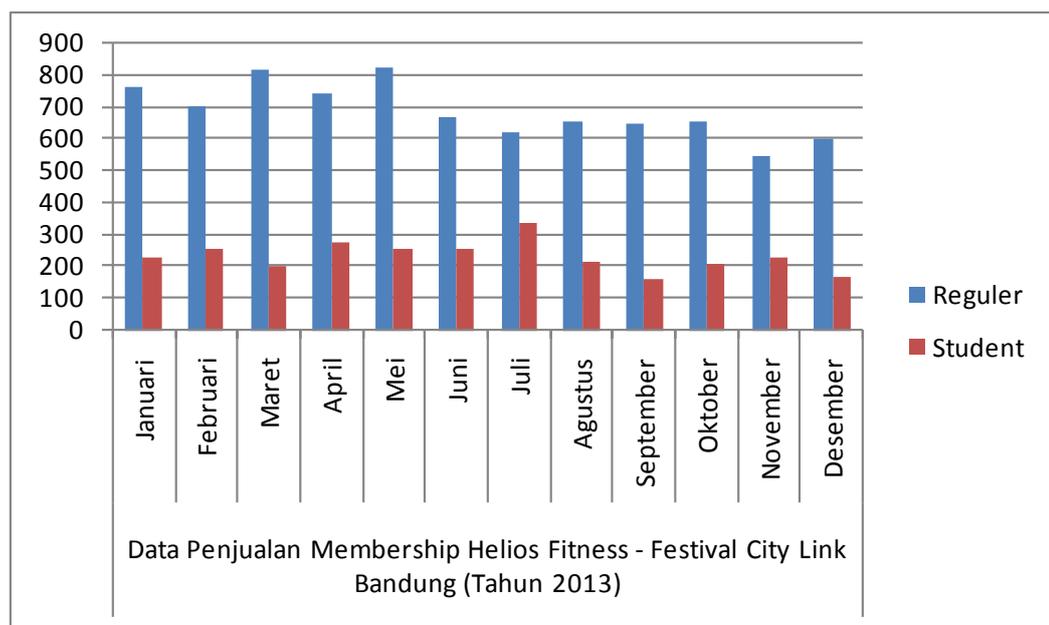
Pada masa sekarang ini, perkembangan industri yang sangat tinggi, khususnya di bidang kebugaran menyebabkan munculnya kondisi persaingan yang sangat ketat. Setiap perusahaan *fitness center* bersaing untuk mendapatkan konsumen di pasar, oleh karena itu perusahaan berlomba-lomba untuk memasarkan produk, jasa dan fasilitasnya. Dalam memenangkan persaingan banyak hal yang perlu diperhatikan, diantaranya adalah kualitas produk yang ditawarkan, harga yang dijangkau oleh konsumen dan strategi untuk mempromosikan produk tersebut. Selain itu juga perusahaan harus memiliki produk yang unggul dibanding pesaingnya.

Penelitian ini dilakukan di Helios Fitness yang terletak di Festival City Link Mall jalan Peta No. 241 Bandung, dimana perusahaan ini bergerak di bidang jasa yang berjenis tempat kebugaran. Sejak tahun 2011 perusahaan ini memiliki tempat fitness yang memiliki fasilitas berupa *gym*, sauna, *aerobic class* dan *swimming pool*. Helios Fitness memiliki permasalahan yaitu, jumlah member yang sering kali mengalami penurunan dibeberapa periode.

Dalam hasil wawancara dengan *Manager* Helios Fitness – Festival City Link Bandung, jumlah member di Helios Fitness mengalami penurunan penjualan yang cukup besar dibandingkan dengan beberapa periode sebelumnya. Berikut ini adalah data penjualan Helios Fitness – Festival City Link Bandung untuk 2 tahun terakhir.

Tabel 1.1  
Data Penjualan *Membership* Helios Fitness – Festival City Link Bandung Tahun 2013

	Data Penjualan <i>Membership</i> Helios Fitness - Festival City Link Bandung (Tahun 2013)											
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Reguler	762	696	813	742	822	663	620	649	642	654	546	596
Student	226	257	200	274	258	254	338	212	163	207	227	170
	988	953	1013	1016	1080	917	958	861	805	861	773	766

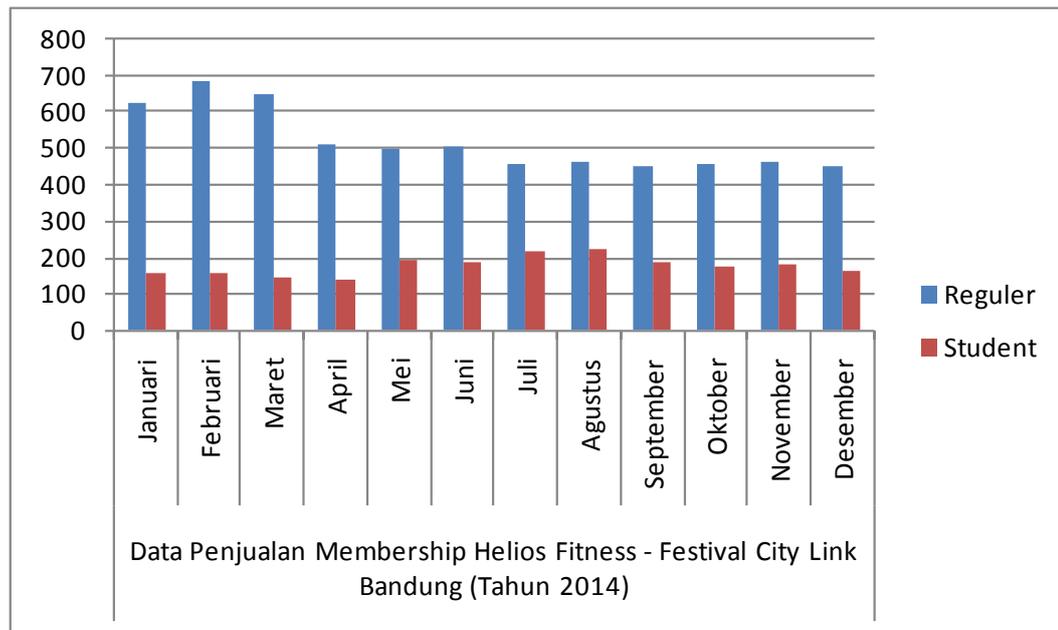


Gambar 1.1

Grafik Penjualan *Membership* Helios Fitness – Festival City Link Bandung Tahun 2013

Tabel 1.2  
Data Penjualan *Membership* Helios Fitness – Festival City Link Bandung Tahun 2014

	Data Penjualan <i>Membership</i> Helios Fitness - Festival City Link Bandung (Tahun 2014)											
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Reguler	628	685	652	510	501	503	458	461	450	455	462	449
Student	159	158	146	140	191	188	216	220	185	173	179	164
	787	843	798	650	692	691	674	681	635	628	641	613



Gambar 1.2

Grafik Penjualan *Membership* Helios Fitness – Festival City Link Bandung Tahun 2014

Apabila permasalahan ini tidak segera ditanggulangi, maka akan mengakibatkan Helios Fitness – Festival City Link Bandung ini mengalami kerugian yang besar dan penurunan penjualan lebih banyak lagi.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang ada diperusahaan saat ini, penulis melakukan identifikasi yaitu:

1. Adanya pesaing dalam bidang yang sama. Misalnya : Celebrity Fitness, Gold's Gym dan D'Groove.
2. Munculnya pesaing alternatif selain Fitness Center yang menyebabkan menurunnya penjualan. Misalnya : Program diet yang modern (20fit), berolahraga di taman kota dan *OCD lifestyle*.
3. Ketidakpuasan konsumen terhadap bauran pemasaran yang dilakukan oleh Helios Fitness – Festival City Link Bandung.
4. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* perusahaan belum tepat.

5. Produk Helios Fitness – Festival City Link Bandung dibandingkan dengan pesaing yang belum mampu bersaing.
6. Daya beli konsumen menurun.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Agar masalah yang dianalisis penulis lebih fokus dan tidak terlalu luas, maka penulis menetapkan batasan masalah yaitu :

1. Tidak meneliti pengaruh daya beli konsumen terhadap penjualan Helios Fitness – Festival City Link Bandung.

### 1.4 Perumusan Masalah

Berikut adalah perumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis setelah mengidentifikasi dan membatasi masalah, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen untuk membeli *membership* Helios Fitness – Festival City Link Bandung yang ditawarkan oleh perusahaan?
2. Apa keunggulan dan kelemahan dari *membership* Helios Fitness – Festival City Link Bandung dibandingkan dengan pesaing?
3. Seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut bauran pemasaran yang dilakukan Helios Fitness – Festival City Link Bandung?
4. Apa usulan strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan saat ini untuk menghadapi para pesaingnya?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut..

1. Faktor-faktor yang dipentingkan konsumen untuk membeli *membership* Helios Fitness – Festival City Link Bandung yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan dari *membership* Helios Fitness – Festival City Link Bandung dibandingkan dengan pesaing.

3. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap Helios Fitness – Festival City Link Bandung.
4. Menganalisis strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan saat ini untuk menghadapi para pesaingnya.

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan dalam laporan Tugas Akhir ini dibagi menjadi 6 bab, yaitu :

**Bab 1      Pendahuluan**

Pada bab 1 berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

**Bab 2      Tinjauan Pustaka**

Pada bab 2 berisi teori mengenai metode pengumpulan, pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

**Bab 3      Metodologi Penelitian**

Pada bab 3 berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam menyusun laporan dari awal sampai akhir. Selain itu berisi langkah-langkah dari metode yang akan digunakan.

**Bab 4      Pengumpulan Data**

Pada bab 4 berisi pengumpulan data yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian.

**Bab 5      Pengolahan dan Analisa Hasil Pengolahan Data**

Pada bab 5 berisi pengolahan terhadap data yang diperoleh dalam penelitian. Selain itu pada bab ini juga berisi analisa terhadap hasil pengolahan data.

**Bab 6      Kesimpulan dan Saran**

Pada bab 6 berisi kesimpulan dari apa yang telah diteliti yang menjawab perumusan masalah dan saran untuk penelitian lebih lanjut.