

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kolam Renang Karang Setra merupakan kolam renang yang disediakan untuk sarana olahraga renang oleh bangsa Belanda. Setelah Indonesia merdeka, Kolam Renang Karang Setra berubah menjadi kolam renang satu-satunya yang banyak dikunjungi orang-orang, yang terletak ditengah-tengah kota Bandung yang diresmikan pada tahun 1958. Kolam Renang Karang Setra pada saat ini dikelola oleh PT. Brata Jaya Utama.

Kolam renang yang pada saat peresmian terdiri dari tiga buah kolam, pada tahun 1985 sempat direnovasi dan dikembangkan menjadi enam buah kolam terdiri dari 1 Kolam Anak, 1 Kolam Luncur Anak, 1 Kolam Pantai, 1 Kolam Arus, 1 Kolam Naga dan 1 Kolam Tanding berukuran standar internasional 25x50 M. Tidak hanya itu saja, Karang Setra melengkapi diri dengan *waterboom*, *water pail*, arena bermain serta *foodcourt*, hal ini dilakukan karena semakin ramainya jumlah pengunjung yang datang ke Kolam Renang Karang Setra. Konsep *one stop tourism* sepertinya mulai tampak mewarnai perjalanan Karang Setra. Semua kelengkapan itu demi kepuasan pengunjung. Dengan demikian, pengunjung dapat memilih kolam-kolam yang diinginkannya.

Hasil wawancara dengan pihak perusahaan yaitu dengan Bapak Asep Hendarsah, Kepala Marketing Karang Setra, mengatakan bahwa dengan usia Kolam Renang Karang Setra saat ini yang sudah sangat tua, banyak mengalami masalah. Dimana kualitas produk dan pelayanan kolam renang semakin lama semakin menurun, kemacetan lalu-lintas yang sangat parah menuju lokasi kolam renang tersebut, sehingga masyarakat banyak memilih kolam renang yang terhindar dari kemacetan lalu-lintas. Hal tersebut merupakan dugaan yang menjadi faktor penyebab penurunan jumlah pengunjung.

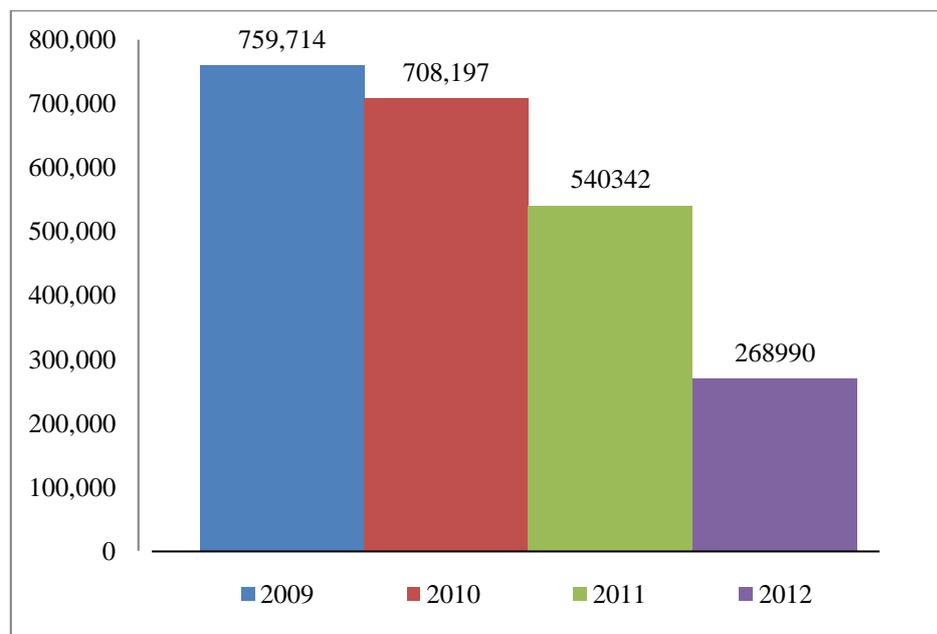
Penurunan jumlah pengunjung terjadi sekitar tahun 2009-2012. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1  
Data Jumlah Pengunjung Kolam Renang Karang Setra

No	Tahun	Bulan	Jumlah Pengunjung/Bulan (Orang)	Rata-rata Jumlah Pengunjung/Hari (Orang)	Kapasitas Lokasi Kolam Renang (Orang)	Target Jumlah Pengunjung/Hari (Orang)
1	2009	Januari	59.464	1918	17.000	12.000
2		Februari	53.714	1852		
3		Maret	66.407	2142		
4		April	50.623	1687		
5		Mei	60.712	1958		
6		Juni	88.294	2943		
7		Juli	46.080	1486		
8		Agustus	42.012	1355		
9		September	95.153	3172		
10		Oktober	59.806	1929		
11		November	39.087	1303		
12		Desember	98.362	3173		
13	2010	Januari	51.191	1651	17.000	10.000
14		Februari	45.460	1568		
15		Maret	50.156	1618		
16		April	40.376	1346		
17		Mei	58.963	1902		
18		Juni	89.894	2996		
19		Juli	38.169	1231		
20		Agustus	48.923	1578		
21		September	71.742	2391		
22		Oktober	74.251	2395		
23		November	49.595	1653		
24		Desember	89.477	2886		
25	2011	Januari	39.768	1283	17.000	5.000
26		Februari	36.389	1255		
27		Maret	43.193	1393		
28		April	2.426	81		
29		Mei	51.870	1673		
30		Juni	75.251	2508		
31		Juli	28.701	926		
32		Agustus	16.707	539		
33		September	52.625	1754		
34		Oktober	69.445	2240		
35		November	40.374	1346		
36		Desember	81.582	2632		
37	2012	Januari	38.384	1238	17.000	5.000
38		Februari	34.854	1202		
39		Maret	43.134	1391		
40		April	39.255	1309		
41		Mei	45.885	1480		
42		Juni	65.466	2182		

Hasil wawancara dengan Bapak Asep Hendarsah, Kepala Marketing Karang Setra. target jumlah pengunjung berubah setiap tahun dikarenakan target jumlah pengunjung tahun sebelumnya tidak tercapai, sehingga untuk tahun selanjutnya target jumlah pengunjung dikurangi, dan jika belum tercapai juga akan dikurangi target untuk tahun berikutnya. Jumlah pengunjung dihitung per orang walaupun datang secara rombongan.

Grafik dibawah ini menunjukkan penurunan jumlah pengunjung karang setra.



Gambar 1.1  
Grafik Penurunan Jumlah Pengunjung Kolam Renang Karang Setra

Dengan melihat permasalahan yang terjadi di Kolam Renang Karang Setra saat ini, maka peneliti ingin menganalisis penyebab masalah yang terjadi, dan mengetahui, serta mengusulkan perbaikan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Karang Setra agar jumlah pengunjung semakin meningkat.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Faktor yang mungkin menjadi penyebab terjadinya penurunan jumlah pengunjung Kolam Renang Karang Setra adalah sebagai berikut:

1. Seringnya kekurangan pasokan air untuk kebutuhan kolam renang
2. Pengobatan air kolam renang kurang tepat, merusak kulit dan rambut perenang.
3. Terjadinya kenaikan harga tiket masuk kolam renang secara tiba-tiba dan tiap tahunnya.
4. Kurang diketahui hal-hal yang dipentingkan konsumen untuk memilih kolam renang
5. Adanya ketidakpuasan dari pengunjung Kolam Renang Karang Setra
6. Adanya pesaing kolam renang lain yang merebut pasar Kolam Renang Karang Setra
7. Kurang tepatnya strategi pemasaran yang diterapkan di Kolam Renang Karang Setra.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dilakukan agar dalam penelitian tidak membahas terlalu luas, sehingga dapat fokus dalam menyelesaikan masalah dalam penelitian, lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang terjadi. Hal-hal yang tidak dibahas secara mendalam pada penelitian ini adalah:

1. Manajemen pemasokan air kolam renang
2. Pengobatan air kolam renang
3. Penentuan harga tiket masuk kolam renang

## **1.4 Perumusan Masalah**

Hal-hal yang menjadi perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh pengunjung Kolam Renang Karang Setra dalam memilih kolam renang?

2. Kelebihan dan kelemahan apa yang dimiliki Kolam Renang Karang Setra dibandingkan pesaing kolam renang lainnya?
3. Bagaimana tingkat performansi dan tingkat kepentingan yang konsumen rasakan terhadap Kolam Renang Karang Setra?
4. Bagaimana usulan perbaikan strategi pemasaran yang dilakukan, agar jumlah pengunjung semakin meningkat?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Hal-hal yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen sebagai kriteria dalam memilih kolam renang
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang merupakan kelebihan dan kelemahan pada Kolam Renang Karang Setra
3. Menganalisis tingkat performansi dan tingkat kepentingan konsumen terhadap Kolam Renang Karang Setra
4. Memberikan usulan perbaikan strategi pemasaran Kolam Renang Karang Setra.

### 1.6 Sistematika Penulisan

#### Bab 1 Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### Bab 2 Studi Pustaka

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, yaitu segmentasi, *targeting*, *positioning*, *marketing mixed*, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji hipotesis ketidakpuasan, matriks IPA.

#### Bab 3 Metodologi Penelitian

Berisi tentang *flow chart* (prosedur praktikum) dari penelitian pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Bab ini juga menjelaskan poin-poin dari *flow chart*.

#### **Bab 4 Pengumpulan Data**

Berisi tentang cara pengumpulan data melalui kuesioner, dimulai dari penentuan jumlah sampel, variabel, sampai penyusunan kuesioner.

#### **Bab 5 Pengolahan Data Dan Analisis**

Berisi tentang pengolahan data dan analisis, mulai dari persentase segmentasi, uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis signifikansi, matriks *Important Performance Analysis (IPA)* dan uji *Correspondence Analysis*.

#### **Bab 6 Kesimpulan Dan Saran**

Berisi tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian serta saran-saran yang berguna untuk memenangkan persaingan.