

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Atribut-Atribut yang dianggap penting oleh pengunjung dari sebuah Kolam Renang.

Tabel 6.1
Atribut yang Dianggap Penting Oleh Pengunjung

No	Atribut yang dianggap penting
1	Air kolam tidak berbau
2	Ketersediaan berbagai macam fasilitas wahana kolam renang (contohnya: waterboom, perosotan naga, perosotan biasa, ember tumpah, dll)
3	Ketersediaan berbagai ukuran kolam renang
4	kebersihan dinding & lantai dasar kolam renang
5	Dinding dan lantai dasar kolam renang tidak licin
6	Tangga kolam tidak licin (tidak membahayakan)
7	Area pinggir/tepi kolam renang tidak licin (tidak membahayakan)
8	Kebersihan wahana kolam renang (waterboom, perosotan naga, perosotan biasa)
9	Kebersihan lokasi sekitar kolam renang
10	Kualitas fisik air kolam renang telah memenuhi syarat (air jernih, tidak berminyak, air tidak licin)
11	Ketersediaan kolam renang outdoor dan indoor
12	Kenyamanan fasilitas wahana kolam renang saat dipakai (contohnya: waterboom, perosotan- naga, perosotan biasa)
13	Kemenarikan jenis wahana kolam renang (dilihat dari keragaman warna pada wahana misalnya waterboom, perosotan naga, perosotan biasa, ember tumpah)
14	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas kolam renang
15	Harga tiket yang terjangkau oleh konsumen
16	Tersedianya harga tiket khusus untuk pengantar
17	Tersedianya potongan harga jika datang rombongan (lebih dari 15 orang)
18	Lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan-kendaraan (Kendaraan Pribadi dan Umum)
19	Lokasi kolam renang mudah dilihat dari pinggir jalan
20	Kesopanan pegawai
21	Keramahan pegawai dalam berkomunikasi dengan konsumen
22	Kemenarikan seragam yang menjelaskan ciri khas kolam renang
23	Kerapian seragam pegawai
24	Pengetahuan pegawai akan kolam renang
25	Kecepatan pegawai menangani tiket masuk kolam renang
26	Ketersediaan iklan yang menarik dimedia maupun dilokasi kolam renang
27	Kemenarikan diskon khusus pada waktu-waktu tertentu
28	Ketersediaan diskon khusus untuk pelajar
29	Ketersediaan layanan kartu <i>member</i> bagi pelanggan
30	Kemudahan <i>membership</i> untuk mendapatkan diskon

Tabel 6.1
Atribut yang Dianggap Penting Oleh Pengunjung (Lanjutan)

No	Atribut yang dianggap penting
31	Kemudahan <i>membership</i> untuk melakukan pembayaran
33	Kecakapan pegawai dalam menjelaskan informasi mengenai fasilitas kolam renang yang tersedia
34	Kejelasan daftar harga tiket masuk kolam renang
35	Suasana kolam yang memberikan kesan yang menarik
36	Keamanan diri di area kolam renang
37	Ketersediaan lahan parkir yang cukup
38	Keamanan tempat parkir
39	Ketersediaan jumlah toilet, ruang ganti, dan bilas yang cukup
40	Kebersihan toilet, ruang ganti dan bilas
41	Ketersediaan jumlah loker yang cukup untuk pengunjung kolam renang
42	Keamanan barang pribadi di loker
43	Tersedianya penyewaan pakaian renang dan perlengkapan renang lainnya
44	Ketersediaan jumlah penjaga kolam renang yang cukup
45	Tersedianya fasilitas keamanan kolam renang/wahana (waterboom, perosotan naga, perosotan biasa, ember tumpah)
46	Tersedianya ruang tunggu untuk orang pengantar
47	Tersedianya mushola
48	Tersedianya lesehan disekitar kolam renang
49	Tersedianya stand jajanan
50	Tersedianya <i>foodcourt</i>
51	Tersedianya menu makanan dan minuman yang beragam
52	Tersedianya mesin ATM didekat lokasi kolam renang
53	Tersedianya kotak kritik dan saran
54	Tersedianya arah <i>route</i> jalan menuju kolam renang
55	Ketersediaan beragam jenis musik yang diputar di lokasi kolam renang
56	Ketersediaan jumlah tempat duduk (meja payung) yang cukup

2. Kelebihan dan kelemahan dari Kolam Renang Karang Setra

Kolam Renang Karang Setra masih banyak memiliki kelemahan dari pesaing, dimana dari 56 atribut yang diuji dengan menggunakan uji *Correspondence Analysis* hanya 19 atribut yang menyatakan bahwa Kolam Renang Karang Setra lebih unggul dari pesaing. Jadi kesimpulannya bahwa Karang Setra masih tertinggal dari pesaingnya, sehingga harus melakukan perbaikan untuk atribut yang masih tertinggal dari pesaing.

3. Tingkat performansi dan tingkat kepentingan yang dirasakan konsumen terhadap Kolam Renang Karang Setra.

Tingkat kepentingan yang dirasakan konsumen lebih besar dibandingkan tingkat performansi, dimana rata-rata tingkat kepentingan = 3,311 dan rata-rata tingkat performansi = 3,006. Jadi dapat dikatakan bahwa kinerja Karang Setra belum berhasil karena pelayanan tidak sesuai dengan keinginan pengunjung, sehingga tidak dapat memuaskan pengunjung. Dengan demikian harus dilakukan evaluasi dan perbaikan kinerja, sehingga dapat memberi pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan pengunjung.

4. *Segmentation, Targeting, Positioning* Kolam Renang Karang Setra

Segmentation

Tabel 6.2
Rangkuman Segmentasi

Jenis kelamin	Pria	44,17%
	Wanita	55,83%
Usia	< 20	46,67%
	21-30	29,17%
	31-40	16,67%
	41-50	5,83%
	> 50	1,67%
Tempat Tinggal	Bandung Utara	14,17%
	Bandung Selatan	31,67%
	Bandung Barat	24,17%
	Bandung Timur	15,00%
	Bandung Tengah	13,33%
	Lainnya	1,67%
Tingkat Pendidikan	SD	0
	SMP	34,41%
	SMA	43,01%
	Mahasiswa	22,58%
Uang Saku/Bulan	Rp 0 - Rp 300.000	83,9%
	Rp 300.001 - Rp 600.000	12,9%
	Rp 600.001 - Rp 900.000	2,2%
	Rp 900.001 - Rp 1200.000	1,1%
	Rp 1200.001 - Rp 1500.000	0
	>Rp 1500.000	0

Tabel 6.2
Rangkuman Segmentasi (Lanjutan)

Pekerjaan	Pelajar	14,81%
	Wirausaha	3,70%
	Pegawai Negeri	51,85%
	Pegawai Swasta	11,11%
	Lainnya	18,52%
Penghasilan/Bulan	Rp 0 - Rp 2.000.000	70,37%
	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	29,63%
	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	0
	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	0
	>Rp 8.000.000	0
Biaya yg dikeluarkan pada saat Berenang	Rp 0 - Rp 20.000	56,67%
	Rp 20.001 - Rp 75.000	40,00%
	Rp 75.001 - Rp 150.000	2,50%
	Rp 150.001 - Rp 300.000	0,83%
	>Rp 300.000	0
Hari Berenang	Hari Senin	14,17%
	Hari Sabtu	26,67%
	Hari Minggu	30,83%
	Hari Lainnya	28,33%
Jam Berenang	Pkl 08.00-10.00	25,83%
	Pkl 10.01-12.00	39,17%
	Pkl 12.01-14.00	15,00%
	Pkl 14.01-16.00	4,17%
	Lainnya	15,83%
Kedatangan yang ke-	1 Kali	12,50%
	2 Kali	30,83%
	3 Kali	38,33%
	>3 Kali	18,33%
Transportasi Yang Digunakan	Mobil	1,67%
	Motor	27,50%
	Angkutan Umum	65,00%
	Lainnya	5,83%
Alasan Pergi Ke Kolam Renang	Khusus Untuk Berenang	26,46%
	Untuk Mengobati Sakit	6,35%
	<i>Refreshing</i>	23,28%
	Bermain Air dengan Wahana	28,04%
Status Di Kolam Renang	Lainnya	15,87%
	Pengunjung Tetap	25,83%
Sudah Berapa Lama Menggunakan Kolam Renang	Pengunjung Tidak Tetap	74,17%
	< 1 Tahun	48,33%
	1 - 2 Tahun	43,33%
	2,1 - 3 Tahun	5,83%
Jenis Kolam Renang	> 3 Tahun	2,50%
	Kolam Renang Outdoor	10,83%
	Kolam Renang Indoor	21,67%
	Kolam Renang Outdoor + Wahana	28,33%
Lainnya	39,17%	

Tabel 6.2
Rangkuman Segmentasi (Lanjutan)

Kedalaman Kolam Renang	≤ 70 cm	10,83%
	71 cm - 90 cm	22,50%
	91 cm - 110 cm	19,17%
	111 cm - 300 cm	35,83%
	> 300 cm	11,67%
Pertimbangan Pada Saat Berenang	Harga tiket masuk terjangkau	12,20%
	Suasana yang nyaman untuk bersantai, bermain, berolah raga	7,32%
	Jenis wahana & fasilitas kolam renang yang lengkap dan menarik	12,20%
	Lokasi kolam renang strategis	14,63%
	Lokasi kolam renang tidak daerah macet	17,77%
	Lingkungan kolam renang yang nyaman dan aman	9,41%
	Efek musik yang menarik pada saat berenang	10,10%
	Terjangkaunya harga makanan di lokasi kolam renang	7,67%
	Terjangkaunya harga fasilitas renang yang disewakan	5,57%
	Lainnya	3,14%
Jenis Makanan yang Disukai Pada Saat Berenang	Makanan Berkuah	38,22%
	Makanan yang Digoreng	24,84%
	Makanan Ringan	22,29%
	Lainnya	14,65%
Peralatan yang Dibutuhkan Pada Saat Berenang	Pakaian Renang	24,54%
	Kacamata Renang	21,47%
	Alat Mandi	41,10%
	Lainnya	12,88%
Barang Bawaan Ditaruh di-	Di loker	54,17%
	Dijagain teman	18,33%
	Di tempat Duduk disekitar kolam renang	22,50%
	Lainnya	5,00%
Datang Secara Rombongan	≤ 15 orang	22,50%
	16 - 20 orang	27,50%
	21 - 25 orang	29,17%
	> 26 orang	20,83%
Jumlah Tempat Duduk (Meja Payung)	≤ 2 kursi + 1 meja dalam 1 tenda payung	14,17%
	3 kursi + 1 meja dalam 1 tenda payung	12,50%
	4 kursi + 1 meja dalam 1 tenda payung	29,17%
	>5 kursi + 1 meja dalam 1 tenda payung	35,00%
	Lainnya	9,17%
Jenis Musik	Pop	47,50%
	Rege	5,83%
	Jazz	6,67%
	Rock	20,83%
	Klasik	8,33%
	Lainnya	10,83%
Informasi Kolam Renang	Teman	34,2%
	Internet	5,8%
	Majalah	0,0%
	Radio	11,7%
	TV	12,5%
	Brosur	16,7%
	Koran	0,0%
	Lainnya	19,2%

Tabel 6.2
Rangkuman Segmentasi (Lanjutan)

Stasiun Radio Yang Sering Diputar/Didengar	Ardan Radio	29,17%
	Maestro Radio	17,50%
	Urban Radio	19,17%
	Dahlia Radio	25,83%
	Lainnya	8,33%
Stasiun TV yang Sering Ditonton	SCTV	22,50%
	RCTI	31,67%
	Trans 7	26,67%
	Trans tv	6,67%
	Lainnya	12,50%
Majalah yang Sering Dibaca	Aneka Yes	30,83%
	Femina	11,67%
	Alia	7,50%
	Nova	29,17%
	Lainnya	20,83%
Koran (Surat Kabar) yang Sering Dibaca	Harian Pagi Pikiran Rakyat	21,67%
	Harian Pagi Galamadia	7,50%
	Harian Seputar Indonesia Edisi Jabar	19,17%
	Harian Pagi Bandung Express	13,33%
	Harian Pagi Tribun Jabar	32,50%
	Lainnya	5,83%
Bersama Siapa Berenang	Sendiri	7,50%
	Teman	63,33%
	Keluarga	19,17%
	Lainnya	10,00%
Kolam Renang yang Sudah Pernah Dikunjungi Kecuali Karang Setra	Kolam Renang Sabuga Jl. Siliwangi x Jl Taman Sari	17,22%
	Kolam Renang Graha Tira Siliwangi Kompl. Stadion Siliwangi, Jl Belitung	14,44%
	Kolam Renang Cipageran Cimahi Jl. Cipageran	16,67%
	Kolam Renang Tirtamulya Jl. H. Gofur-Somawinata	21,67%
	Kolam Renang Taman Graha Melati Jl. Cikadut No. 251	23,33%
	Lainnya	6,67%
Kolam Renang yang Sering Dikunjungi	Kolam Renang Sabuga Jl. Siliwangi x Jl Taman Sari	17,5%
	Kolam Renang Graha Tira Siliwangi Kompl. Stadion Siliwangi, Jl Belitung	11,67%
	Kolam Renang Cipageran Cimahi Jl. Cipageran	15,0%
	Kolam Renang Tirtamulya Jl. H. Gofur-Somawinata	26,7%
	Kolam Renang Taman Graha Melati Jl. Cikadut No. 251	27,50%
	Lainnya	1,67%

✚ **Targeting usulan**

Dari *targetting* berdasarkan hasil kuesioner diatas maka dapat diusulkan bahwa yang menjadi target pasar Karang Setra adalah golongan ekonomi menengah kebawah. Target pasar Karang Setra antara lain konsumen yang pekerjaannya sebagai pegawai negeri dan pelajar yang berusia sekitar < 20 tahun. Wilayah yang menjadi target pasar Karang Setra adalah Bandung Selatan, dengan adanya usulan target pasar diatas bukan berarti Karang Setra membatasi pasar, dan tidak menutup kemungkinan untuk menggarap pasar yang lain, tetapi dengan adanya target pasar usulan diatas diharapkan Karang Setra dapat lebih fokus terhadap target pasar yang sesungguhnya.

✚ **Positioning Usulan**

Positioning usulan yang sesuai untuk Kolam Renang Karang Setra diperoleh dari *positioning* hasil kuesioner yaitu Kolam Renang Karang Setra harus memposisikan sebagai kolam renang yang terdiri dari kolam renang *outdoor*, *indoor* dan dilengkapi fasilitas wahana dengan berbagai jenis wahana yang menarik, yang dapat menguji adrenalin, sehingga dapat menarik perhatian anak remaja. Karena ketersediaan jenis wahana yang beragam merupakan alasan anak remaja/muda sekarang untuk berenang.

Adapun *slogan* yang cocok untuk Karang Setra yaitu “Membayangkan nyebur di kolam biru nan jernih, fasilitas wahana dengan sensasi luar biasa, dan saatnya gue harus bilang, Karang Setra Gue Buanget”

5. Usulan perbaikan strategi pemasaran

Usulan yang dapat diberikan kepada Kolam Renang Karang Setra yang sesuai dengan STP dan prioritas perbaikan antara lain:

- Diusulkan bahwa yang menjadi target pasar adalah masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah, pengunjung yang berstatus pelajar yang berusia < 20 tahun.
- Karang Setra sebaiknya memberikan potongan harga untuk status pelajar dan memberikan potongan harga jika datang secara rombongan 20-25 orang walaupun tidak datang bersama gurunya.
- Kolam Renang Karang Setra harus memposisikan sebagai kolam renang yang terdiri dari kolam renang *outdoor*, *indoor* dan dilengkapi fasilitas wahana dengan berbagai jenis wahana yang menarik, yang dapat menguji adrenalin
- Karang Setra harus melakukan renovasi untuk fasilitas dan bangunan yang sudah rusak, sebab akan sangat berpengaruh terhadap keamanan dan kenyamanan pengunjung pada saat berenang.
- Karang Setra harus melakukan prioritas perbaikan pada atribut-atribut yang masih tertinggal dengan usulan perbaikan yang diberikan penulis pada bab 5 hal 91-116.

Tabel 6.3
Atribut-Atribut Prioritas Utama

No Atribut	Atribut	Kuadran
5	Dinding dan lantai dasar kolam renang tidak licin	I
15	Harga tiket yang terjangkau oleh konsumen	
20	Kesopanan pegawai	
29	Ketersediaan layanan kartu <i>member</i> bagi pelanggan	
39	Ketersediaan jumlah toilet, ruang ganti, dan bilas yang cukup	
44	Ketersediaan jumlah penjaga kolam renang yang cukup	
48	Tersedianya lesehan disekitar kolam renang	
51	Tersedianya menu makanan dan minuman yang beragam	
53	Tersedianya kotak kritik dan saran	
54	Tersedianya arah <i>route</i> jalan menuju kolam renang	
55	Ketersediaan beragam jenis musik yang diputar di lokasi kolam renang	

6.2 Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan, penulis memberikan saran yang berguna untuk Kolam Renang Karang Setra antara lain:

1. Melakukan penelitian lanjutan mengenai *Quality Function Deployment* (QFD)
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut lagi untuk mengenai perencanaan dan pengendalian persediaan jumlah stok air agar tidak terjadi kekurangan pasokan air kolam renang
3. Perlu diperhatikan waktu pembagian kuesioner, karena hari dan jam berbeda dapat berpengaruh terhadap hasil kuesioner.
4. Mengutamakan atribut-atribut yang masih tertinggal dari pesaing dan atribut-atribut yang dirasakan belum puas oleh konsumen.