

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fitness merupakan salah satu olahraga modern di dunia, termasuk di Indonesia. Olahraga ini digemari terutama di kalangan menengah ke atas karena olahraga ini dirasa cukup efektif dan efisien mengembalikan kebugaran tubuh. Namun pada saat ini tidak hanya fungsi kebugaran tubuh, kebutuhan memiliki tubuh yang ideal dengan waktu yang singkat membuat keinginan masyarakat untuk memilih olahraga *gym*. Seiring bertambahnya usia dan semakin bertambah padatnya aktivitas yang dijalani seseorang, semakin menurun pula tingkat kesadaran seseorang itu akan pentingnya berolahraga sebagai kebutuhan sehari-hari bagi kesehatan tubuhnya. Walau dengan uang yang banyak dapat membeli segalanya, tetapi kunci kebahagiaan yang paling penting ialah kesehatan. Dengan badan yang sehat dapat melakukan apa saja untuk menikmati hidup termasuk mencari uang maka, kesehatan harus dijaga karena sehat mahal harganya. Yang dimaksud mahal ialah jika seseorang telah terserang penyakit yang harus diberikan pengobatan terus-menerus dengan biaya yang tidak murah hingga dapat menghabiskan uang bahkan harta yang dimiliki dan tidak akan bisa menikmati hidup. WHO (1986), dalam Piagam Ottawa untuk Promosi Kesehatan, menyatakan pengertian kesehatan adalah konsep positif yang menekankan sumber daya sosial dan pribadi serta kemampuan fisik walaupun banyak jenis olahraga yang murah dan mudah dalam pelaksanaannya (bisa dilakukan sendirian), tetapi aktivitas yang terlalu padat menjadikan seseorang jarang berolahraga dan lupa

akan pentingnya menjaga kesehatan. Untuk olahraga yang mudah saja tidak sempat dilakukan, apalagi melakukan olahraga yang membutuhkan banyak biaya dan kerjasama tim yang terdiri dari beberapa orang.

Dengan semakin berkembangnya zaman menjadi lebih modern, diikuti pula dengan semakin berkembangnya teknologi yang lebih canggih. Tak terkecuali dengan perkembangan alat-alat olahraga dengan basis teknologi canggih yang memberikan kelengkapan manfaat bagi tubuh dengan harga terjangkau, mudah ditemui di pasaran, mudah digunakan, dan disimpan. Sehingga dapat digunakan oleh orang-orang yang sibuk dengan aktivitas hariannya yang tidak sempat berolahraga selama berjam-jam. Makin banyaknya alat-alat olahraga yang mudah digunakan, alat olahraga yang lebih sukar digunakan, berharga tidak murah, membutuhkan tempat yang luas untuk menyimpannya, serta dibutuhkan instruktur yang berpengalaman untuk memantau penggunaannya menjadi sedikit terlupakan. Alat-alat olahraga tersebut biasanya terdapat di *fitness center* atau pusat kebugaran yang sering disebut juga dengan *gym*.

Salah satu *fitness center* yang menyadari akan pentingnya olahraga bagi kesehatan tubuh ialah Grip and Bars Gym. Dalam industri bisnis, *fitness center* tergolong dalam sektor industri jasa. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Menyadari pentingnya mengolah kebugaran tubuh bagi tiap orang, Grip and Bars Gym menawarkan berbagai macam peralatan dan paket lengkap *fitness* serta aerobik. Grip and Bars Gym juga menyediakan jasa *privat trainer* untuk *fitness*

dan juga suplemen kesehatan tubuh. Agar latihan lebih cepat terlihat hasilnya, ada berbagai suplemen kesehatan untuk membantu mempercepat pembentukan otot-otot tubuh yang aman dikonsumsi dan telah terdaftar di departemen kesehatan. Banyaknya jenis suplemen kesehatan dengan kegunaannya masing-masing membuat konsumen dapat menyesuaikan dengan kebutuhannya.

Menurut penelitian Afiana (2006) mengenai faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian jasa *fitness center*, berdasarkan analisis faktor diperoleh 9 faktor utama yang terbentuk, yaitu: faktor komunikasi, faktor eksternal konsumen, faktor pelayanan, faktor fasilitas kamar mandi dan kamar ganti, faktor kinerja *trainer* dan karyawan, faktor peralatan, faktor waktu konsumen dan kemampuan *trainer*, faktor keandalan, dan faktor tempat parkir dan kredibilitas. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang diduga peneliti dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih *fitness center* sebagai tempat untuk melatih kebugaran tubuh diantaranya ialah motivasi, dan pelayanan atau kualitas jasa. Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini pelanggan adalah hal yang penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan puas merupakan asset yang sangat berharga karena apabila pelanggan puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya. Tetapi jika pelanggan merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk mencapai dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Menurut Richard Oliver yang

dikutip oleh (Hadi, 2002:34) kepuasan adalah respon dari konsumen. Kepuasan adalah penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan adalah rasa senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja/hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja dibawah harapan berarti pelanggan tidak puas tetapi jika kinerja melebihi harapan berarti pelanggan puas atau senang (kotler, 2002 :42). Menurut (J.Supranto, 2001:2) tingkat kepuasan pelanggan bergantung pada mutu suatu produk . suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli dan mereka akan memberi tahu pengalamannya atas keberhasilan menggunakan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

(Fandi tjiptono, 2002:146) kepuasan konsumen merupakan evaluasi paska beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sebelum di berlakukannya pandemi kapasitas tempat untuk member cukup banyak. Namun pada awal tahun 2020 dunia digemparkan dengan wabah virus *covid-19*. Khusus di Indonesia sendiri pemerintah telah mengeluarkan status darurat bencana terhitung mulai tanggal 29 Februari 2020 hingga 29 Mei 2020 terkait pandemi virus ini dengan jumlah waktu 91 hari (Koesmawardhani , 2020) yang berpengaruh pada kelangsungan *fitness* harus membatasi kegiatan berkrumun bahkan mengharuskan *fitness center* tutup dan Grip and Bars *Gym* tetap menggantikan sesi latihan menjadi latihan *online*

tapi setelah PSBB pertama Grip and Bars Gym mulai mengadakan latihan langsung namun masih membatasi kegiatan dan mengharuskan para *member* baru untuk mengatur jadwal sehingga pihak Grip and Bars Gym dapat mengkoordinir *member* agar tidak terjadi krumunan berlebih. Itulah cara manajemen Grip and Bars Gym agar mempertahankan *member* yang sudah lama, sehingga tidak mengalami penurunan *costumer* secara signifikan pada awal pandemi. Berikut data *member* Grip and Bars Gym selama Juni 2020 – Mei 2021:

Bulan	Jumlah Anggota Baru (orang)	Selisih dari Bulan Sebelumnya	Persentase
Juni 2020	58		
Juli 2020	25	-33	-4,707%
Agustus 2020	27	2	0,285%
September 2020	74	47	6,704%
Oktober 2020	73	-1	-0,14%
November 2020	56	-17	-2,425%
Desember 2020	29	-27	-3,85%
Januari 2021	35	6	0,855%
Februari 2021	36	1	0,14%
Maret 2021	107	71	10,128%
April 2021	95	-12	-1,71%
Mei 2021	86	-9	-1,28%
Jumlah	701		

Terjadi penurunan signifikan pada bulan Maret 2021 ke April 2021. Hal tersebut dikarenakan pemerintah mulai memperketat peraturan dan ditambah peraturan terbaru PPKM sehingga banyak *member* baru yang tidak memperpanjang kegiatan di Grip and Bars Gym.

Berdasarkan permasalahan yang ada dan kondisi real yg terjadi maka perlu dilakukan penelitian yg membahas tentang “Pengaruh Motivasi Berolahraga dan Pelayanan *Gym* Terhadap Keputusan Menjadi *Member* Baru Grip and Bars *Gym*”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan Grip and Bars *Gym*.
2. Bagaimana motivasi berolahraga para anggota Grip and Bars *Gym*.
3. Apakah berolahraga perlu motivasi.
4. Apakah motivasi berolahraga mempengaruhi keputusan untuk memilih Grip and Bars *Gym* sebagai tempat berolahraga.
5. Apakah pelayanan mempengaruhi keputusan untuk memilih Grip and Bars *Gym* sebagai tempat berolahraga.
6. Apakah motivasi berolahraga dan pelayanan *gym* mempengaruhi keputusan untuk memilih Grip and Bars *Gym* sebagai tempat berolahraga.

C. Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi masalah hanya pada “Pengaruh Motivasi Berolahraga dan Pelayanan *Gym* Terhadap Keputusan Menjadi *Member* Baru Grip and Bars *Gym*”.

D. Perumusan Masalah

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Terdapat pengaruh antara motivasi berolahraga terhadap keputusan untuk memilih Grip and Bars *Gym* sebagai tempat berolahraga?
2. Apakah Terdapat pengaruh pelayanan *gym* terhadap keputusan untuk memilih Grip and Bars *Gym* sebagai tempat berolahraga?
3. Apakah Terdapat pengaruh motivasi berolahraga dan pelayanan *gym* terhadap keputusan untuk memilih Grip and Bars *Gym* sebagai tempat berolahraga?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai motivasi dan pelayanan sebagai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih Grip and Bars *Gym Fitness Center* sebagai tempat melatih kebugaran tubuh. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

Diharapkan dapat dijadikan masukan serta bahan pengembangan bagi pihak Grip and Bars *Gym* sebagai pengelola *fitness center* sehingga dapat menjadikannya sumber informasi dan dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi masalah perusahaan di masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan memantapkan keputusan konsumen agar memilih melatih kebugaran tubuh atau berolahraga di Grip and Bars *Gym Fitness Center*.