

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini, perusahaan tidak dapat bertahan hidup hanya dengan sekedar melakukan pekerjaannya secara baik. Mereka harus secara istimewa agar dapat berhasil di pasar yang ditandai dengan pertumbuhan yang lamban dan persaingan yang tajam. Pemasaran adalah fungsi dalam perusahaan yang bertugas menentukan target pelanggan serta cara terbaik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dalam bersaing untuk mencari keuntungan.

Pemasaran berasal dari kenyataan bahwa manusia adalah makhluk yang mempunyai kebutuhan dan keinginan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh suatu organisasi, lembaga, atau perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa dalam upaya memenuhi dan memuaskan kebutuhan masyarakat serta untuk memajukan kelancaran usahanya. Pemasaran adalah salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan pertukaran potensial yang dengan tujuannya adalah untuk memajukan kegiatan usahanya dengan cara memenuhi serta memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan dari suatu perusahaan.

Perusahaan harus secara penuh bertanggung jawab tentang barang atau jasa yang mereka tawarkan. Tujuan utama dari kegiatan pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah keuntungan. Dimana setiap perusahaan harus mempunyai konsep serta strategi dalam memasarkan barang dan jasa mereka dengan baik, demi keuntungan yang dituju oleh suatu organisasi atau perusahaan.

Pemasaran merupakan kegiatan yang selalu diharapkan oleh setiap perusahaan berjalan dengan baik, dan mencapai sasaran yang tepat baik kepada masyarakat sekitar maupun masyarakat luas. Begitu juga dengan perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang menyediakan tempat olahraga sebagai wadah pemuas kebutuhan masyarakat dalam berolahraga.

Di zaman globalisasi seperti saat ini, telah banyak perusahaan-perusahaan yang menyediakan fasilitas-fasilitas olahraga untuk disewakan kepada masyarakat didasarkan akan kebutuhan masyarakat untuk beraktivitas pada waktu luangnya. seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam berolahraga, seperti *jogging*, sepak bola, *futsal*, renang, dan bola basket beberapa perusahaan mulai berpikir untuk membuka fasilitas-fasilitas olahraga yang menjadi olahraga kegemaran masyarakat dan disewakan untuk masyarakat.

Seiring dengan berjalannya waktu pun semakin banyak perusahaan yang membuka fasilitas olahraga, dimana masyarakat dapat menyewa fasilitas tersebut untuk berolahraga. Perusahaan penyewaan fasilitas olahraga pun bertujuan untuk mencari keuntungan atas upaya mereka

menyewakan fasilitas olahraga kepada masyarakat. Namun bila dikaitkan dengan pemasaran, setiap perusahaan yang ingin memajukan usaha mereka baik dalam bidang barang dan jasa maka tentunya perusahaan tersebut harus mempunyai strategi pemasaran yang baik dan matang. Sebab jika strategi pemasaran yang mereka gunakan tidak bekerja dengan baik, maka perusahaan tersebut akan mengalami kemunduran.

Kualitas fasilitas, kualitas pelayanan, penentuan harga sewa, lokasi yang strategis, merupakan alasan yang menjadikan suatu perusahaan tetap disukai oleh masyarakat untuk terus dikunjungi. Tak hanya itu, strategi pemasaran yang baik juga merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan demi untuk kemajuan perusahaan, dan tidak ditinggalkan oleh para pengunjungnya.

Aktivitas olahraga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja baik itu di luar ruangan (*outdoor*), maupun di dalam ruangan (*indoor*), olahraga yang dikembangkan di dalam ruangan (*indoor*) saat ini lebih populer dalam bentuk bisnis wirausaha jasa yang dikenal dengan istilah *sport club* atau *sport center*.

*Sport club* atau *sport center* berperan aktif dalam mengaplikasikan dan mengenalkan budaya hidup sehat di masyarakat melalui aktivitas olahraga, dengan kegiatan aktivitas olahraga yang dikembangkan di *Sport club* itulah maka fungsi pemasaran olahraga perlu dilakukan serta dikembangkan agar kebutuhan dan keinginan konsumen masyarakat dalam berolahraga semakin

meningkat untuk memenuhi aktivitas kebugaran jasmaninya melalui kegiatan olahraga.

Dapat dilihat keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyewaan fasilitas olahraga pastinya yang mampu memuaskan para pelanggannya karena menyediakan fasilitas dan pelayanan yang baik, dan keunggulan lainnya yang melebihi para pesaingnya, sehingga perusahaan tersebut mampu bertahan lama dan tetap dipilih oleh para pelanggannya. Tentunya tidak hanya karena keunggulan secara pelayanan dan fasilitas suatu *sport center* menjadi alasan mampu bertahan lama dan menjadi pilihan masyarakat, konsep pemasaran yang baik dan tepat juga merupakan alasan yang kuat bagaimana *sport center* tersebut mampu bertahan lama dan bersaing dengan *sport center* lainnya, serta menjadi tempat yang disukai oleh masyarakat.

Klub Tamansari Persada Raya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang menyediakan fasilitas olahraga untuk disewakan kepada masyarakat, diantara sekian banyak perusahaan yang ada Klub Tamansari Persada Raya mampu bertahan kurang lebih selama dua dekade terakhir. Terletak di dalam perumahan Tamansari Persada Raya, Jatibening, Pondok Gede, Bekasi dekat dengan pintu keluar tol Jatibening, Klub Tamansari Persada Raya merupakan salah satu *Sport Center* yang ramai dikunjungi oleh masyarakat Jatibening-Bekasi dan sekitarnya. Salah satu daya tarik dari tempat ini adalah fasilitas kolam renangnya. Memiliki dua kolam renang untuk anak-anak dan dewasa, kolam renang Klub Tamansari

Persada Raya di Jatibening, Bekasi ini mampu bertahan selama dua dekade dalam memuaskan pelanggan sebagai tempat penyewaan fasilitas kolam renang.

Eksistensi keberadaan kolam renang Klub Tamansari Persada Raya di Jatibening, Bekasi, selama dua dekade terakhir ini menjadi perhatian bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Khususnya pada bidang pemasaran yang tentunya menjadi salah satu alasan kuat bagi kolam renang Klub Tamansari Persada Raya mampu bersaing dengan pesaing lainnya dalam memuaskan kebutuhan pelanggan sebagai tempat penyewaan olahraga. Mengingat ada beberapa kolam renang pesaing yang letaknya tidak jauh dengan Klub Tamansari Persada Raya. Namun dari segi bentuk kolam, Klub Tamansari Persada Raya mempunyai bentuk yang unik dan berbeda dengan kolam renang pesaingnya.

Hal tersebut menarik peneliti untuk melakukan penelitian di Klub Tamansari Persada Raya dengan fokus penelitian terhadap kegiatan pemasaran Klub Tamansari Persada Raya, dengan judul “Evaluasi Program Pemasaran kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya”. Dimana peneliti ingin mengevaluasi cara pemasaran yang dilakukan oleh Klub Tamansari Persada Raya yang mampu bertahan selama ini di bidang tersebut dan tidak ditinggalkan oleh para pengunjungnya.

## **B. Fokus Penelitian**

Penentuan fokus penelitian ini dimaksudkan guna memperjelas ruang lingkup pembahasan penelitian ini. Adapun pembatasan dan ruang lingkup penelitian ini adalah evaluasi program pemasaran kolam renang Klub Tamansari Persada Raya, yang terfokus pada: evaluasi program, dan pemasaran Klub Tamansari Persada Raya.

## **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah, maka dirumuskan masalah penelitian dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah program pemasaran kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya Jatibening Bekasi?
2. Apakah setiap tahunnya program pemasaran kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya Jatibening Bekasi sudah berjalan dengan baik?
3. Apakah pemasaran yang telah dijalankan memberikan keuntungan bagi kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya Jatibening Bekasi?
4. Apakah pemasaran yang telah diterapkan oleh kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya dapat meningkatkan jumlah pengunjung?
5. Apa sarana dan prasarana fasilitas yang ditawarkan oleh kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya?
6. Bagaimana respon pengunjung terhadap kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya?

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai masukan dan pengambilan kebijakan dalam program pemasaran untuk pihak pengelola kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya Jatibening Bekasi.
2. Mengetahui tingkat efektifitas pelaksanaan program yang dialami oleh kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya Jatibening Bekasi.
3. Meningkatkan sistem pengelolaan dan pengembangan kolam renang di Klub Tamansari Persada Raya Jatibening Bekasi untuk ke depannya agar jauh lebih baik.
4. Memberikan manfaat bagi masyarakat serta pembaca dan khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Jakarta.