

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktifitas masyarakat saat ini banyak yang cenderung memikirkan pekerjaan, bahkan waktu sehari-harinya mereka dihabiskan dengan bekerja, namun dengan demikian ketika orang-orang tersebut memiliki waktu luang mereka memilih untuk melakukan aktifitas yaitu berolahraga, dimana olahraga sangat penting bagi tubuh dari segi rohani dan jasmaninya. Olahraga sendiri terdapat olahraga individu atau kelompok yang dilakukan di *outdoor* dan *indoor*. Olahraga rekreasi banyak dipilih oleh kalangan masyarakat yang dilakukan di waktu luang, dilakukan dengan senang hati, tanpa ada paksaan dari siapa pun dan dimana pun, aktifitas yang dapat menunjang kehidupan sehari-hari. Tempat olahraga rekreasi banyak dicari oleh masyarakat dengan lokasi yang strategis dan harga yang sesuai. Kolam renang salah satu tempat yang dituju masyarakat untuk melakukan kegiatan olahraga rekreasi dengan keluarga maupun individu.

Saat ini banyak wirausaha yang membangun atau menawarkan tempat untuk rekreasi seperti kolam renang, bahkan *Sport Centre* yang dibangun dengan adanya kolam renang. Banyaknya wirausaha yang memilih membuka usaha kolam renang, maka banyak persaingan yang ketat baik di pasar

domestic (nasional) maupun di pasar internasional terjadi untuk mendapatkan, menarik banyak pengunjung, agar tercapainya suatu tujuan diperusahaan.

Tempat rekreasi pada saat ini banyak yang memasarkan dan menawarkan keunggulan-keunggulan produk atau jasa. Persaingan yang ketat agar tercapainya suatu target pasar yang dituju masing-masing tempat rekreasi tersebut melakukan promosi dengan berbagai cara seperti melalui Media masa dan Media promosi untuk menarik pengunjung. Idealnya semakin banyak usaha-usaha tempat rekreasi untuk mempromosikan, semakin banyak masyarakat yang tahu dan mencoba tempat rekreasi tersebut.

Persaingan bisnis pada saat ini bukan hanya dalam perdagangan, elektronika atau bidang ekonomi saja tetapi dalam dunia olahraga merupakan bisnis yang menjanjikan. Bisnis di dalam dunia olahraga seperti kolam renang yang saat ini banyak diminati masyarakat, karena kolam renang bukan hanya tempat untuk meningkatkan kesegaran jasmani dan rohani tetapi juga tempat rekreasi dimana masyarakat untuk mengisi waktu luang dan dilakukan dengan senang hati tanpa adanya paksaan dari manapun dan siapapun.

Dilihat dari hal tersebut di atas yang semakin tingginya antusias masyarakat dalam melakukan olahraga terutama olahraga renang dan berdasarkan konsep manajemen bisnis yang bergerak dalam bidang jasa dapat dilihat dari semakin tingginya pengguna dan pembangunan dari sarana dan prasarana olahraga yang telah dipenuhi, khususnya dalam memenuhi kepuasan konsumen dengan membuat manajemen yang baik. Manajemen

merupakan suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Pemasaran merupakan kegiatan perusahaan dalam membuat rencana menentukan harga dan promosi yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Kerja sama organisasi yang baik dalam melakukan pemasaran sangat berdampak untuk hasil dan tujuan pemasaran itu sendiri. Suatu Komunikasi dalam pemasaran juga sangat dibutuhkan untuk melakukan hubungan pembelian dan penjualan dari produsen sampai dengan konsumen.

Marketing sering disebut sebagai ujung tombaknya perusahaan. Karena *marketing* memang bertugas untuk memahami pasar dengan sangat baik, termasuk mampu memenuhi target penjualan sesuai dengan yang diharapkan. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Pemasaran sangat diperlukan untuk mencegah penurunan jumlah konsumen serta jatuhnya daya saing produk bisnis di pasar.

Setiap usaha bisnis olahraga sangat dibutuhkan menggunakan manajemen yang baik agar kolam renang tersebut ramai pengunjung dan tidak sepi dari pengunjung dengan produk yang ditawarkan, harga yang ditetapkan, lokasi kolam renang, dan promosi yang dilakukan adalah suatu manajemen pemasaran yang dilakukan kolam renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi

Timur agar dapat menarik pengunjung. Sebuah organisasi atau tempat rekreasi seperti kolam renang jika sudah menjalankan atau mempunyai pengelola manajemen pemasaran yang baik diharapkan hal ini bisa memajukan tempat kolam renang.

Usaha kolam renang semakin berkembang banyaknya tempat-tempat kolam renang yang ada di daerah Bekasi Timur terdapat empat usaha bisnis olahraga kolam renang yang mana dari masing-masing tempat memiliki manajemen pemasaran untuk menarik pengunjung, namun dari ke empat bisnis olahraga kolam renang tersebut terdapat satu kolam renang yang ditemukan perbedaan di antara tiga kolam renang lainnya. Kolam renang *Pandu Jaya Sport Centre* Bekasi Timur dari ke empat bauran pemasaran yang ada untuk produk yang disediakan dan ditawarkan terdapat kamar mandi, kolam renang, kamar bilas, pelayanan loket tiket yang baik, kantin, tempat parkir yang luas, dan tempat penyimpanan barang. Tempat atau lokasi kolam renang *Pandu Jaya Sport Centre* Bekasi Timur berada di dalam jalan atau gang dapat dikatakan strategis lokasinya karena lokasinya berada di kota, dekat dengan sekolah-sekolah, dekat dengan banyak perumahan-perumahan di sekeliling kolam renang, dan terdapat transportasi yang lalu lalang sehingga mudah untuk pengunjung berkunjung ke kolam renang *Pandu Jaya Sport Centre Bekasi Timur*. Harga tiket masuk kolam renang sangat berbeda jauh dengan kolam renang-kolam renang yang lainnya, dan promosi yang dilakukan yang terlihat hanya ada melalui brosur, papan reklame hanya ada satu

di dalam jalan menuju kolam renang, tidak adanya diskon atau promosi-promosi lainnya tetapi pengunjung cukup banyak yang datang di setiap hari senin-jumat terdapat 50-100 orang, untuk hari libur sabtu dan minggu 150-200 orang pengunjung. Perbedaan yang terlihat pada harga tiket masuk Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur yang jauh lebih murah di bandingkan tiga kolam renang lainnya dan cara mempromosikan Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur berbeda dibandingkan dengan ke tiga kolam renang lainnya yang pada umumnya mempromosikan dengan adanya baner, diskon, media sosial, dan lainnya namun Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur hanya mempromosikan melalui brosur, papan reklame tetapi banyak pengunjung yang datang. Ke dua elemen bauran pemasaran seperti harga dan promosi sangat dominan dalam manajemen pemasaran Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur. Manajemen pemasaran yang cukup menarik sehingga menarik penulis untuk mengkajinya lebih mendalam.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Manajemen Pemasaran Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur. Dengan kegiatan tersebut diharapkan dapat mengembangkan manajemen pemasaran untuk daya saing di masa yang akan datang.

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, penelitian ini akan difokuskan pada Manajemen Pemasaran Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur, sedangkan subfokusnya adalah *Marketing Mix* (Harga, dan Promosi).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, fokus dan subfokus maka dalam penelitian tentang manajemen pemasaran menerapkan bauran pemasaran pada usaha bisnis Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur ini dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menentukan harga tiket masuk Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur?
2. Bagaimana cara mempromosikan Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur?

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut :

1. Manajer dapat mengembangkan lagi manajemen pemasaran yang ada di Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur.

2. Karyawan dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan bidangnya sehingga mendapatkan hasil yang maksimal dalam mengembangkan manajemen pemasaran di Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur.
3. Peneliti dapat mengetahui manajemen pemasaran yang ada di Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur.
4. Mahasiswa khususnya Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Jakarta kedepannya dapat melanjutkan dan mengembangkan penelitian ini menjadi sempurna.