

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Suatu kegiatan yang berhubungan dengan transaksi jual beli yang menghasilkan laba dengan menawarkan barang atau jasa kepada calon konsumen ini dinamakan bisnis. Saat ini dapat dijumpai banyak sekali jenis bisnis yang dijalankan oleh para pebisnis. Para pebisnis berusaha semaksimal mungkin untuk menawarkan produk kepada calon konsumen dengan harapan konsumen tertarik dengan apa yang ditawarkan dan kemudian terjadilah transaksi yang menguntungkan satu sama lainnya. Produk yang ditawarkan tidak hanya berupa barang, namun juga dapat berupa jasa. Banyak sekali produk bisnis berupa jasa yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Salah satunya yaitu bisnis jasa Kolam Renang Adelia Tirta yang menyediakan tempat olah raga dengan dilengkapi wahana permainan air yang dimiliki oleh Bapak Nazarudin, yang terletak didesa Belanti Kabupaten Ogan Ilir.

Suatu bisnis tentu saja tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan yang meningkat, untuk mendapatkan keuntungan yang meningkat inilah diperlukannya suatu strategi, yaitu strategi pemasaran. Menurut penelitian Selang (2013), menyatakan bahwa pengertian bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image suatu produk.

Penelitian lainnya yang dilakukan Wiraguna (2016), menyatakan bahwa terdapat beberapa perbedaan mendasar antara *marketing mix* produk barang dengan *marketing mix* produk jasa, *marketing mix* produk barang hanya mencakup empat variabel yaitu: Produk, harga, distribusi dan promosi, sedangkan *marketing mix* jasa secara lebih khusus memiliki tiga variabel tambahan yaitu: Sumber daya manusia, proses dan sarana fisik atau layanan, sehingga menjadi tujuh variabel yang tetap mempengaruhi pengorganisasiannya dan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan.

Pada Kolam Renang Adelia Tirta bauran pemasaran yang dijalankan yaitu, Produk, pada Kolam Renang Adelia Tirta tentu saja berenang, ditambah dengan adanya tempat sewa loker penitipan barang dan sewa pelampung untuk berenang. Harga, tarif masuk yang ditawarkan pada Kolam Renang Adelia Tirta yaitu 10.000 rupiah / orang, penetapan harga pada Kolam Renang Adelia Tirta sesuai dengan fasilitas yang diberikan yaitu, wahana-wahana permainan air yang disediakan disetiap kolam, wc, saung-saung tempat peristirahatan, kamar mandi, ruang ganti, kantin yang menyediakan makanan dan minuman untuk dibeli dan lain sebagainya. Lokasi Kolam Renang Adelia Tirta dapat dikatakan kurang strategis, karena lokasinya berada di pertengahan desa dan akses jalan menuju kolam renang cukup jauh dari jalan raya lintas sumatera. Pada Kolam Renang Adelia Tirta saat ini kegiatan promosi yang dilakukan yaitu pemasangan spanduk pada balai kota tanjung raja, Kolam Renang Adelia Tirta ini banyak dikenal oleh masyarakat berdasarkan informasi dari mulut kemulut masyarakat sekitar kolam renang dan orang yang pernah berkunjung ke kolam renang ini, selain itu belum ada kegiatan promosi yang dilakukan pada Kolam Renang Adelia Tirta ini.

Tabel 1.1  
Data Pengunjung Kolam Renang Adelia Tirta  
Tahun 2013-2017

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
2013	4.500 Pengunjung
2014	4.239 Pengunjung
2015	5.436 Pengunjung
2016	5.694 Pengunjung
2017	4.680 Pengunjung

Sumber: Kolam Renang Adelia Tirta, 2018

Dapat dilihat berdasarkan tabel 1.1 data pengunjung pada Kolam Renang Adelia Tirta mengalami peningkatan dan penurunan pengunjung pada setiap tahunnya. Pada tahun 2013 pengunjung Kolam Renang Adelia Tirta mencapai 4.500 pengunjung, namun pada tahun 2014 mengalami penurunan, penurunan ini disebabkan oleh berkurangnya minat pengunjung yang datang di Kolam

Renang Adelia Tirta, karena kurangnya wahana-wahana permainan air yang disediakan, serta Kolam Renang yang disediakan hanya ada 3 jenis Kolam Renang saja, Yaitu 1 Kolam Renang orang dewasa dan 2 Kolam Renang untuk anak-anak. Pada tahun 2015 pengunjung Kolam Renang Adelia Tirta mengalami peningkatan, meningkatnya pendapatan ini dikarenakan Kolam Renang Adelia Tirta memperluas area disekitar kolam renang dan menambahkan 2 jenis kolam renang baru yaitu 1 Kolam Renang anak-anak dan 1 Kolam Renang untuk wahana air. Pada tahun 2016 pengunjung Kolam Renang Adelia Tirta kembali mendapatkan peningkatan, peningkatan ini terjadi karena Kolam Renang Adelia Tirta menambahkan beberapa wahana permainan air pada beberapa kolam. Pada tahun 2017 Kolam Renang Adelia Tirta kembali mendapatkan penurunan jumlah pengunjung, menurut pemilik Kolam Renang Adelia Tirta penurunan ini dikarenakan Kolam Renang merupakan tempat rekreasi musiman, yang mana akan ramai pengunjung pada hari *weekend* dan hari-hari libur sekolah, oleh karena itu pengunjung pada Kolam Renang Adelia Tirta mengalami peningkatan dan penurunan pengunjung yang disebabkan oleh masing-masing minat pengunjung itu sendiri. Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk menulis laporan akhir ini dengan judul **“Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Kolam Renang Adelia Tirta Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menentukan rumusan masalah dari laporan akhir ini adalah:

1. Bagaimana Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Kolam Renang Adelia Tirta.
2. Strategi Bauran Pemasaran yang cocok diterapkan pada Kolam Renang Adelia Tirta.

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar pembahasan laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari perumusan masalah yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Kolam Renang Adelia Tirta.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.4.1 Tujuan**

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang diterapkan pada kolam renang Adelia Tirta.

#### **1.4.2 Manfaat**

a. Bagi Kolam Renang Adelia Tirta

Diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk menjadi masukan yang bersifat lebih membangun untuk Kolam Renang Adelia Tirta.

b. Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan dan memperdalam pengetahuan mengenai Strategi bauran pemasaran yang diterapkan pada dunia usaha.

c. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai Strategi Bauran Pemasaran yang diterapkan pada sebuah usaha, serta dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan studi kasus lanjutan yang serupa dengan laporan ini.

### **1.5 Metodologi Penelitian**

#### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian dan agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas masalah yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada Kolam Renang Adelia Tirta Tanjung Raja mengenai penerapan bauran pemasaran.

## 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2009:103). Dalam hal ini pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan pemilik Kolam Renang Adelia Tirta dan penyebaran kuesioner.

### b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain (Kuncoro, 2013:148). Dalam hal ini penulis mengumpulkan dari berbagai macam referensi seperti buku dan hasil penelitian dari pihak lain.

## 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

### 1. Riset Lapangan

#### a. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara atau peneliti dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai (Sugiyono 2015:224). Dalam Laporan Akhir ini Penulis melakukan Wawancara kepada pemilik Kolam Renang Adelia Tirta.

#### b. Kuesioner

Menurut Yusi dan Idris (2016: 120) kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara. Semakin tersebar sampelnya, kuesioner cenderung akan lebih rendah biayanya. Pengumpulan data melalui kuesioner ini dapat lebih mudah karena dapat dikerjakan oleh satu orang responden yang kadang sulit dijumpai. Dalam hal ini penulis memberika kuesioner kepada pengunjung Kolam Renang Adelia Tirta. Adapun jenis kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner

tertutup, agar membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan penulis dalam melakukan analisis data terhadap kuesioner yang sudah terkumpul.

## 2. Studi Pustaka

Yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam bahan yang ada dipergustakaan seperti dokumen, buku, jurnal yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penulisan Laporan Akhir ini penulis mengumpulkan data dengan membaca buku, jurnal dan contoh laporan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti yaitu mengenai bauran pemasaran.

### 1.5.4 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008: 115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini yang menjadi populasi adalah pengunjung Kolam Rnang Adelia Tirta, yaitu dengan jumlah populasi 300 dalam satu bulan.

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008: 16) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 75 orang pengunjung Kolam Renang Adelia Tirta. Adapun cara untuk menentukan besarnya sampel yaitu dengan cara menggunakan rumus sebagai berikut

Keterangan:

n= Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Presentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel 10%

Besar sampel pada pengunjung Kolam Renang Adelia Tirta

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + 3}$$

$$n = \frac{300}{4}$$

$$n = 75$$

Sampel dalam penelitian ini adalah 75 orang.

### 3. Teknik Sampling

Menurut Yusi dan Idris (2016: 68) teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlah sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative atau benar-benar dapat mewakili populasi. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *Incidental Sampling* (Sampling Insidental), yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebutuhan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan

sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data populasi itu. (Sugiyono, 2008: 96)

### 1.5.5 Analisis Data

#### 1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (Yusi dan Idris, 2016: 108). Pada data kualitatif tidak dapat disajikan dalam bentuk angka, maka untuk menganalisisnya penulis meminta data-data yang berkaitan dengan penyusunan laporan akhir ini.

#### 2. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik. (Yusi dan Idris, 2016: 120). Penulis menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan.

Penulis juga menggunakan skala Likert untuk digunakan dalam kuisisioner nantinya. Menurut Ridwan (2010: 38), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Skala Likert adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

#### **Skala Pengukuran Likert**

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Ridwan (2010: 38)

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban itu akan di olah sebagai permasalahan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

Menurut Yusi dan Idris (2009: 79), rumus presentase dan kriteria interpretasi skor adalah sebagai berikut:

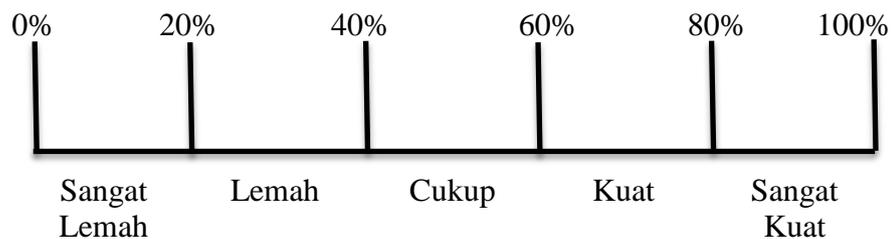
$$IS = \frac{\sum Skor Penelitian}{\sum Skor Ideal} \times 100\%$$

Keterangan:

IS = Interpretasi Skor

Total Skor Penelitian = Jawaban Responden x Bobot Nilai (1-5)

Skor Ideal = Skala Nilai Tertinggi x Jumlah Responden



Hasil perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan seperti berikut:

Keterangan: Kriteria interpretasi skor

Skor (0% - 20%) = Sangat Lemah

Skor (21% - 40%) = Lemah

Skor (41% - 60%) = Cukup

Skor (61% - 80%) = Kuat

Skor (81% - 100%) = Sangat Kuat