

Persepsi Pengunjung Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Kolam Renang Tirta Asih di Kabupaten Dompu

Bagas Pradica Ekawibawa*¹, Rizky Aris Munandar²

Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, STKIP Yapis Dompu

Bagaspradica97@gmail.com¹rizkyaris1012@gmail.com²,

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan pengunjung kolam renang Tirta Asih. Perbaikan fasilitas seperti perluasan lahan parkir, menambah jumlah kamar mandi dan kebersihan air menjadi pendorong kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap penggunaan jasa kolam renang Tirta Asih Kabupaten Dompu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan metode survey pengumpulan data menggunakan angket. Populasi penelitian ini 450 pengunjung kolam renang Tirta Asih dalam satu bulan, sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan 30 responden yang diambil dengan metode Insidental sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, jadi sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung kolam renang Tirta Asih berjumlah 30 orang dalam 1 minggu. Hasil uji coba instrumen dari 25 butir pernyataan. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif persentase. Hasil dari penelitian tingkat kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Asih Kabupaten Dompu, (1) faktor kualitas produk masuk kategori memuaskan dengan persentase 60%, (2) faktor harga masuk kategori memuaskan dengan 90%, (3) faktor kualitas pelayanan masuk kategori memuaskan dengan 66,33%, 4) faktor emosional masuk kategori memuaskan dengan 73,33%, dan (5) faktor kemudahan masuk kategori memuaskan dengan 53,33%. Berdasarkan hasil identifikasi diperoleh di kolam renang Tirta Asih mengenai kepuasan pelanggan secara keseluruhan sebagian besar menunjukkan hasil memuaskan yaitu 90%. Hal ini disebabkan karena dari faktor kualitas produk, faktor harga, faktor kualitas pelayanan, faktor emosional dan faktor kemudahan kolam renang Tirta Asih sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan pengunjung. Sehingga pelanggan merasa puas akan keberadaan kolam renang Tirta Asih.

Kata Kunci: Jasa kolam renang, Kepuasan pengunjung, Tirta Asih.

Abstract

Customer satisfaction is very important to increase visitors to the Tirta Asih swimming pool. Improvements to facilities such as expanding parking lots, increasing the number of bathrooms and clean water are driving customer satisfaction. The aim of this research is to determine the level of customer satisfaction of the Tirta Asih swimming pool, Dompu Regency. This research uses a quantitative descriptive method with a survey method for collecting data using a questionnaire. The population of this study was 450 visitors to the Tirta Asih swimming pool in one month, while the sample in this study used 30 respondents taken using the incidental sampling method, which is a sampling technique with certain considerations, so the sample in this study was 30 visitors to the Tirta Asih swimming pool. 1 week. Instrument trial results from 25 statement items. The data analysis technique uses descriptive percentage analysis. The results of this study was the satisfaction level of Tirta Asih swimming pool customers in Dompu Regency, (1) the product quality factor is in the satisfactory category with a percentage of 60%, (2) the price factor is in the satisfactory category with 90%, (3) the service quality factor is in the satisfactory category with 66.33%, 4) the emotional factor is in the satisfactory category with 73.33%, and (5) the convenience factor is in the satisfactory category with 53.33%. Based on the identification results obtained at the Tirta Asih swimming pool regarding overall customer satisfaction, most of them showed satisfactory results, namely 90%. This is because the

product quality factor, price factor, service quality factor, emotional factor and convenience factor of the Tirta Asih swimming pool are in accordance with what visitors want and need. So that customers feel satisfied with the existence of the Tirta Asih swimming pool.

Keywords: Swimming pool services; visitor satisfaction, Tirta Asih

Pendahuluan

Pada masa globalisasi, manusia mempunyai banyak kebutuhan, dan dari sifat kebutuhannya ada dua macam yaitu jasmani dan rohani. Kebutuhan jasmani adalah kebutuhan yang diperlukan untuk pemenuhan fisik atau jasmani misalnya makanan, pakaian dan olahraga. Pemenuhan kebutuhan ini bersifat pokok, karena jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka akan mengakibatkan terganggunya kehidupan manusia. Salah satu kebutuhan jasmani bagi manusia adalah olahraga. Olahraga merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap manusia untuk menjaga kebugaran tubuhnya. Manusia memiliki tubuh yang bugar sudah pasti mempunyai jiwa yang sehat.

Seiring dengan kemajuan zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi serta kebutuhan manusia yang semakin tinggi akan kesehatan. Mempengaruhi perkembangan industri olahraga, dengan adanya hal tersebut beberapa pakar baik di bidang olahraga, ekonomi, maupun bidang lainnya dituntut untuk memberikan solusi yang terbaik. Pakar bidang olahraga menjawab masalah akan kebutuhan kesehatan manusia dengan meningkatkan aktivitas fisik melalui konsep yang menarik. Sehingga para konsumen tidak jenuh serta dapat menikmati olahraga yang dilakukannya.

Salah satu olahraga yang diminati oleh banyak orang yaitu berenang. Untuk menarik para pelanggan yang suka berenang pengusaha membuat kolam renang. Hadirnya kolam renang yang didesain modern dan kreativitas dari pemilik ataupun perusahaan dengan berbagai model seperti, kolam renang dibentuk bulat dengan modifikasi yang telah disesuaikan dengan keadaan alam sekitarnya untuk memuaskan para pelanggannya. Perkembangan kolam renang yang pesat, mampu menjadi salah satu solusi masalah kurangnya aktifitas fisik atau olahraga pada masyarakat.

Fasilitas olahraga ialah semua prasarana olahraga yang meliputi semua lapangan dan bangunan olahraga beserta perlengkapannya untuk melaksanakan program kegiatan olahraga (Soepartono, 2015:6). Berdasarkan batasan di atas, istilah fasilitas olahraga sudah mencakup pengertian prasarana dan sarana perlengkapan. dalam pembicaraan sehari-hari istilah fasilitas olahraga ini sudah populer, sehingga tidak ada kesulitan jika pada pembicaraan selanjutnya istilah ini kadang-kadang digunakan. Ada berapa fasilitas yg seharusnya diperbaiki oleh pengelola kolam renang seperti keramik di dalam kolam renang yg udah pecah dan tempat bilas yg kurang memadai ,ruang ganti yg kurang ganti terutama ruang ganti laki-laki yang telah rusak pintunya dan kurangnya tempat parkir dan keamanan parkir.

Dari semua itu seharusnya pihak pengelola kolam renang lebih memahami terhadap fasilitas-fasilitas yang ada di kolam renang. Selain fasilitas-fasilitas yang baik diperlukan juga pelayanan yang baik dan maksimal terhadap pengunjung, karena dengan pelayanan yang baik maka pengunjung akan merasa betah dan senang jika mereka diperlakukan secara istimewa, dengan pelayanan yang baik maka dengan sendirinya para pengunjung akan tetap menjadi pengunjung yang setia. Kolam renang yang baik secara fasilitas dan pelayanan tentu akan dipercaya oleh pengunjung kolam renang, terutama fasilitas yang baik dapat meminimalisir adanya kecelakaan yang terjadi di kolam renang. Tidak dapat dipungkiri tidak sedikit kecelakaan yang terjadi di kolam renang karena kelalaian pihak kolam renang yang tidak merawat kolam renang, seperti halnya keramik yang licin dan berjamur, itu merupakan hal penting yang harus diperhatikan, karena tidak semua pengunjung berhati-hati pada saat berada di kolam renang. Namun tidak sedikit juga kecelakaan diakibatkan oleh pengunjung

itu sendiri, sehingga fasilitas pendukung juga perlu seperti papan pengumuman yang harus ada di dalam kawasan kolam renang. Tidak hanya itu, keadaan air pun harus baik, air tidak boleh kotor, seperti terdapatnya banyak daun-daun yang terdapat di air kolam sehingga mengakibatkan kurang nyamannya pengunjung saat berenang

Kolam renang umumnya digunakan sebagai sarana olahraga air yang menyehatkan baik untuk anak-anak maupun dewasa, bahkan sering disarankan sebagai olahraga yang paling sesuai untuk penderita asma terutama pada anak-anak (Burhanudin, 2015:16). Ada beberapa kolam yang biasa tersedia dalam 3 komplek kolam renang diantaranya kolam lomba, kolam loncat, kolam dangkal 1 meter atau kolam pemanasan kolam anak, dan kolam air hangat. Kolam renang yang dibuat haruslah memenuhi standar nasional kolam renang yang telah ditetapkan oleh badan renang dunia FINA. Misalnya kolam lomba yang dipersyaratkan untuk perlombaan harus memenuhi ukuran nasional dan internasional yaitu berukuran 25 meter x 50 meter dengan 10 lintasan. Juga harus disediakan tribun penonton di salah satu atau kedua sisinya dan menjamin keselamatan baik bagi perenang maupun penonton. Selanjutnya air kolam juga harus memenuhi syarat-syarat air yaitu bersih, menyehatkan dengan komposisi keasaman (Ph) air yang baik (Susanto, 2007:5).

Kolam renang juga bukan tempat musiman, sehingga dapat dikunjungi kapan saja dan oleh semua kalangan. dalam penyediaan fasilitas renang belum tentu ada di setiap kecamatan, bahkan kolam renang hanya bisa dijumpai di perkotaan saja. Di Kabupaten Dompu sendiri terdapat 3 kolam renang, akan tetapi yang paling banyak dikunjungi oleh pengunjung antara lain: kolam renang madaprana yang berlokasi di desa buna, kolam renang thing big yg berada di karijawa, kolam renang Tirta asih yg berada di karijawa. Unikny dari kedua kolam renang ini adalah letaknya yang berada di satu kelurahan yaitu kelurahan Karijawa..

Dengan letaknya yang berdekatan ini menjadikan karijawa kini menjadi ramai dengan kedatangan para pengunjung yang akan berenang. Kolam renang Madaprana terletak di pinggir desa Buna sehingga menjadikan kolam renang ini selalu ramai setiap harinya, fasilitasnya terdapat 2 buah kolam renang. Lalu kolam renang Thing Big yang terletak di karijawa terdapat 1 buah kolam renang, dengan pengunjung biasanya warga sekitar, siswa sekolah, dan untuk les renang juga. yang terakhir ialah objek 3 wisata kolam renang Tirta asih terletak di karijawa yaitu di jalur alternatif, kelurahan karijawa, kecamatan Dompu, kabupaten Dompu tempatnya strategis dan mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi, di dalam kolam renang ini terdapat kolam renang yang khusus untuk anak-anak dan kolam renang untuk dewasa. Kedalaman kolam renang Tirta asih ini ada yang 1,5 meter sampai dengan 3 meter. Unikny dari kolam renang yang lain, kolam renang ini disampingnya di keliling oleh bunga bunga yg indah, akan tetapi banyak masyarakat berkunjung bukan sekedar renang banyak juga yg nikmati keindahan bunga di pinggir kolam renang tersebut

Kurang lebih 3 tahun yang lalu kolam renang ini masih menggunakan fasilitas yang seadanya, Pengunjungnya pun hanya masyarakat Dompu dan hanya sedikit yang berasal dari luar Dompu. Namun seiring bertambahnya waktu, pihak pemilik kolam renang merenovasi fisik kolam renang ini dengan mengubahnya menjadi tempat untuk bersantai santai menikmati keindahan pinggir kolam renang. Setelah direnovasi dan informasi mengenai Tirta asih menyebar di media sosial maupun media massa, kini pengunjungnya tidak hanya sebatas dari warga kecamatan dompu saja akan tetapi warga dari luar kecamatan dompu banyak yang datang ke kolam renang ini Untuk menambah daya tarik tersendiri, pihak pengelola kolam renang Tirta asih ini juga menyemdiakan tempat untuk duduk santai yang dibebaskan dipingiir kolam renang agar pengunjung bisa menikmati pemandangan di dalam kolam seakan-akan berada dialam terbuka.

Seiring bertambahnya waktu, kolam renang ini menjadi sangat ramai setiap harinya, apalagi ketika akhir pekan para pengunjung dari luar kotapun rela datang ke kolam renang ini untuk menikmati keindahan alam ataupun hanya sekedar renang biasa. Biaya masuk sendiri hanya Rp. 10,000, untuk anak-anak sedang biaya masuk untuk orang dewasa sebesar RP 15,000 bagi pengunjung yang tidak mempunyai alat renang ataupun bahkan lupa tidak

membawa, pihak pengelola kolam renang ini menyediakan perlengkapan renang seperti kaca mata renang, baju pelampung, kaki katak yang berada di kolam renang tersebut

Pengelola fasilitas olahraga ialah suatu proses perencanaan, pengadministrasian, koordinasi, dan penilaian pelaksanaan harian dari fasilitas olahraga (Harsuki, 2012:182). Tugas-tugas ini meliputi suatu aturan pertanggungjawaban yang luas, termasuk memasarkan fasilitas, pemeliharaan fasilitas dan mempekerjakan dan memecat karyawannya. Akan tetapi dalam pengelolaannya, kolam renang ini masih belum maksimal pengelolaannya seperti kamar mandi untuk bilas dan mandi juga sedikit.

Menurut pengamatan penulis, selama ini belum diketahui tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan yang menggunakan kolam renang Tirta asih sudah merasa puas atau belum terhadap pelayanan fasilitas yang diberikan oleh pihak pengelola kepada para pengunjung kolam renang tersebut. Pengunjung kolam renang Tirta asih dahulu sebelum direnovasi hanya sekitar 25 orang setiap harinya dan hanya berenang biasa belum bisa menikmati indahnya panorama alam di Tirta asih ini, akan tetapi setelah di renovasi pengunjung di kolam renang Tirta asih ini sekarang bisa mencapai 45 orang setiap hari, pengunjung dari luar dompu pun berdatangan untuk menikmati kolam renang. Dari sekian banyak pengunjung yang setiap harinya mencapai 45 orang, peneliti ingin mengetahui kepuasan pengunjung kolam renang yang berenang di kolam renang

Pengunjung kolam renang Tirta asih dahulu sebelum direnovasi hanya sekitar 25 orang setiap harinya dan hanya berenang biasa belum bisa menikmati indahnya panorama alam di kolam renang tirta asih ini, akan tetapi setelah di renovasi pengunjung di kolam renang tirta asih ini sekarang bisa mencapai 45 orang setiap hari, pengunjung dari luar kecamatan Dompu pun berdatangan untuk menikmati indahan panoraman alamnya. Dari sekian banyak pengunjung yang setiap harinya mencapai 45 orang, peneliti ingin mengetahui kepuasan pengunjung kolam renang yang berenang di kolam renang Tirta asi.

Metodologi

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survei dengan teknik angket (kuesioner). Adapun teknik pengambilan data dengan menggunakan angket untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap penggunaan Jasa Kolam Renang Tirta Asih di Kabupaten Dompu. Menurut Soehardi Sigit (2002: 152) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan keadaan yang ada menurut kenyataannya. Skor yang diperoleh dari angket kemudian dianalisis dengan analisis deskriptif yang dituangkan dalam bentuk persentase. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2023 - Februari 2024 di kolam renang Tirta asih Kabupaten Dompu.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh pengunjung atau pelanggan kolam renang Tirta asih. Dalam satu bulan pengunjung bisa mencapai 450 orang sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung kolam renang Tirta asih berjumlah 30 orang dalam 1 minggu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan angket atau kuisisioner. Suharsimi Arikunto (2010: 194) menyatakan bahwa angket dalam bentuk kuisisioner adalah kumpulan dari pertanyaan yang diajukan secara tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara membagikan angket penelitian yang telah disiapkan penulis kepada pengunjung kolam renang Tirta asih. Penulis akan melakukan analisis terhadap sejumlah angket yang telah terkumpul kembali kepada peneliti. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kuantitatif yang dituangkan dalam bentuk prosentase. Untuk memberikan makna pada skor yang ada, digunakan teknik analisis deskriptif persentase dengan rumus yang digunakan untuk menentukan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut (Anas Sudijono, 2000: 43) :

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Persentase

f : Frekuensi

N : Jumlah Sampel

Skor penilaian untuk setiap item instrument menggunakan ketentuan pada tabel sebagai berikut

NO	JAWABAN	Skor
1	Sangat Tidak Memuaskan	1
2	Tidak Memuaskan	2
3	Memuaskan	3
4	Sangat Memuaskan	4

Tabel 1 Skor Penilaian Setiap Item

Hasil dan Pembahasan

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan fasilitas kolam renang Tirta Asih dideskripsikan berdasarkan jawaban pelanggan atas angket-angket yang telah disebar. Pendeskripsian data dilakukan dengan mengkategorikan tingkat kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Asih serta pengkategorian tiap-tiap faktor. Persepsi tingkat kepuasan penggunaan jasa Kolam renang Tirta Asih terdiri atas enam faktor. Analisis data tiap faktor selengkapnya disajikan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

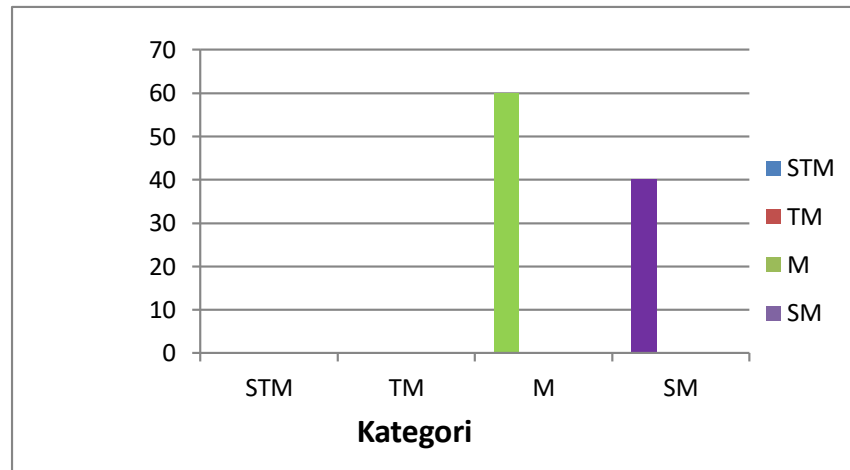
Analisis data pada faktor kualitas produk menghasilkan skor minimum sebesar 2,60, maksimal sebesar 3,80, rerata sebesar 3,20 dan standar deviasi Distribusi frekuensi disajikan sebagai berikut:

NO	Kategori	Interval	Frekuensi	
			Absolut	Persentase
1	Sangat Tidak Memuaskan (STM)	1,00 - 1,75	0	0%
2	Tidak Memuaskan (TM)	1,76-2,50	0	0%
3	Memuaskan (M)	2,51-3,25	18	60%
4	Sangat Memuaskan (SM)	3,26-4,00	12	40%
Jumlah			30	100%

Tabel 2 . Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam Renang Tirta Asih dari Faktor Kualitas Produk

Dari tabel frekuensi di atas tampak sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa pelayanan kolam renang Tirta Asih dari faktor kualitas produk adalah memuaskan dengan persentase 60%, lalu diikuti sangat memuaskan sebesar 40% dan tidak memuaskan sebesar 0%, serta tidak seorang pelanggan pun yang menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Asih dari faktor kualitas produk masuk dalam kategori memuaskan sebesar 60%.

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar .1. Diagram Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam renang

2. Harga

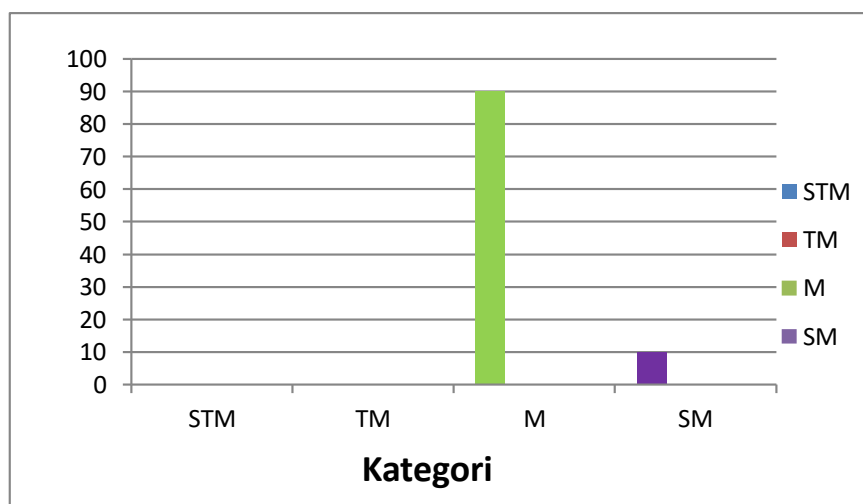
Analisis data pada faktor harga menghasilkan skor minimum sebesar 2,57 maksimum sebesar 3,28, rerata sebesar 3 Distribusi frekuensi disajikan sebagai berikut:

N0	Kategori	Interval	Frekuensi	
			Absolut	Persentase
1	Sangat Tidak Memuaskan (STM)	1,00-1,75	0	0%
2	Tidak Memuaskan (TM)	1,76-2,50	0	0%
3	Memuaskan (M)	2,51-3,25	27	90%
4	Sangat Memuaskan (SM)	3,26-4,00	3	10%
Jumlah			30	100%

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam Renang dari Faktor Harga

Dari tabel frekuensi di atas tampak sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa pelayanan kolam renang Tirta Asih dari faktor harga adalah memuaskan dengan persentase 90%, tidak memuaskan 0%, sangat memuaskan 10% dan sangat tidak memuaskan sebesar 0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan menyatakan memuaskan dalam faktor harga sebesar 90%

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar .2. Diagram Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam renang Tirta Asih dari Faktor Harga

3. Kualitas Pelayanan

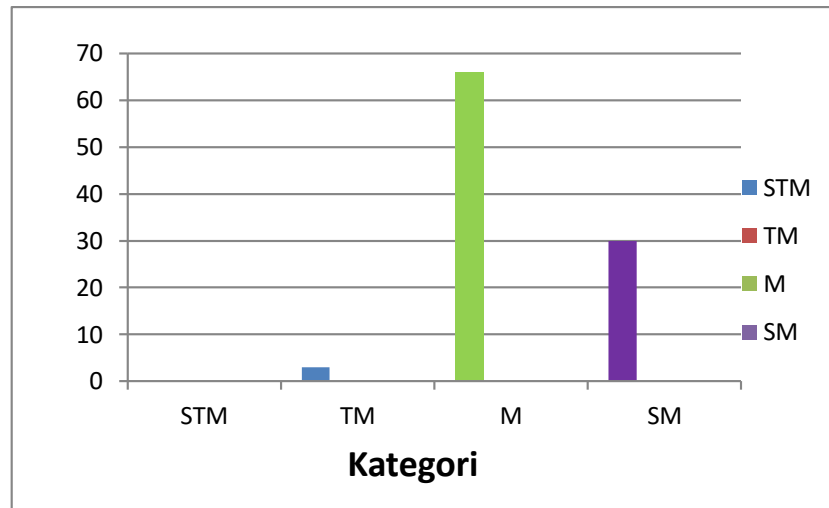
Analisis data menghasilkan skor minimum sebesar 2,40 skor maksimum 3,60 rerata sebesar . Distribusi frekuensi disajikan sebagai berikut:

N0	Kategori	Interval	Frekuensi	
			Absolut	Persentase
1	Sangat Tidak Memuaskan (STM)	1,00 - 1,75	0	0%
2	Tidak Memuaskan (TM)	1,76-2,50	1	3,33%
3	Memuaskan (M)	2,51-3,25	20	66,67%
4	Sangat Memuaskan (SM)	3,26-4,00	9	30%
Jumlah			30	100%

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam Renang Tirta Asih dari Faktor Kualitas Pelayanan

Dari tabel frekuensi diatas tampak sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa pelayanan kolam renang Tirta Asih dari faktor kualitas pelayanan adalah memuaskan dengan persentase 66,67%, diikuti sangat memuaskan 30%, tidak memuaskan 3,37 serta sangat tidak memuaskan sebesar 0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan kolam renang Tirta Asih menyatakan faktor kualitas pelayanan masuk kategori memuaskan sebesar 66,67%

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 3. Diagram Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam renang Tirta Asih dari Faktor Kualitas Pelayanan

4. Faktor Emosional

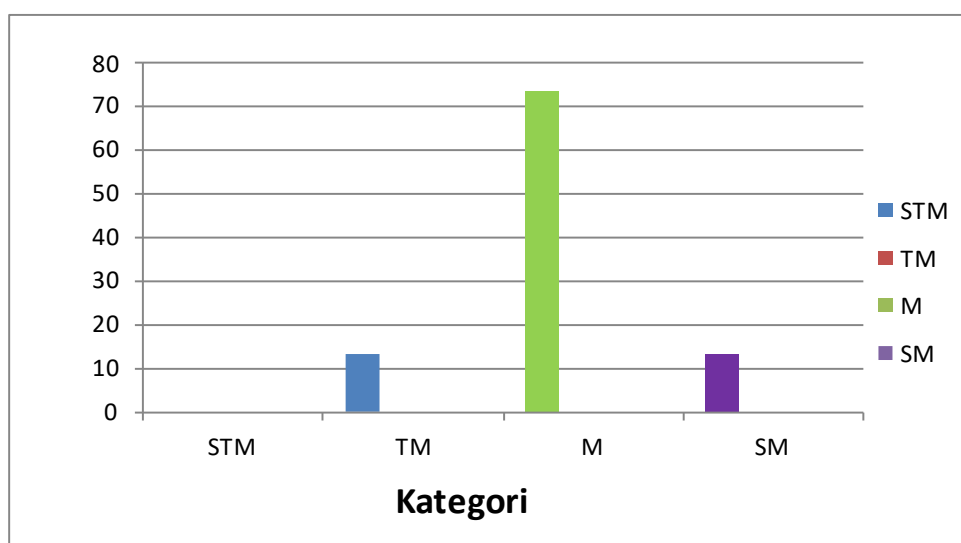
Analisis data menghasilkan skor minimum sebesar 2,20, skor maksimal sebesar 3,40, rerata sebesar 2,80, Distribusi frekuensi disajikan sebagai berikut: Tabel 5. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam Renang Tirta Asih dari Faktor Emosional

N0	Kategori	Interval	Frekuensi	
			Absolut	Persentase
1	Sangat Tidak Memuaskan (STM)	1,00 - 1,75	0	0%
2	Tidak Memuaskan (TM)	1,76-2,50	4	13,33%
3	Memuaskan (M)	2,51-3,25	22	73,33%
4	Sangat Memuaskan (SM)	3,26-4,00	4	13,33%
Jumlah			30	100%

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam Renang Tirta Asih dari Faktor Emosiona

Dari tabel frekuensi di atas tampak sebagian besar konsumen menyatakan bahwa pelayanan Kolam renang Tirta Asih dari factor emosional adalah memuaskan dengan persentase 73,33%, 13,33% menyatakan sangat memuaskan dan tidak memuaskan ,0% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan tingkat kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Asih dari faktor emosional adalah memuaskan sebesar 73,33%.

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. Diagram Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam renang Tirta Asih dari Faktor Emosional

5. Kemudahan

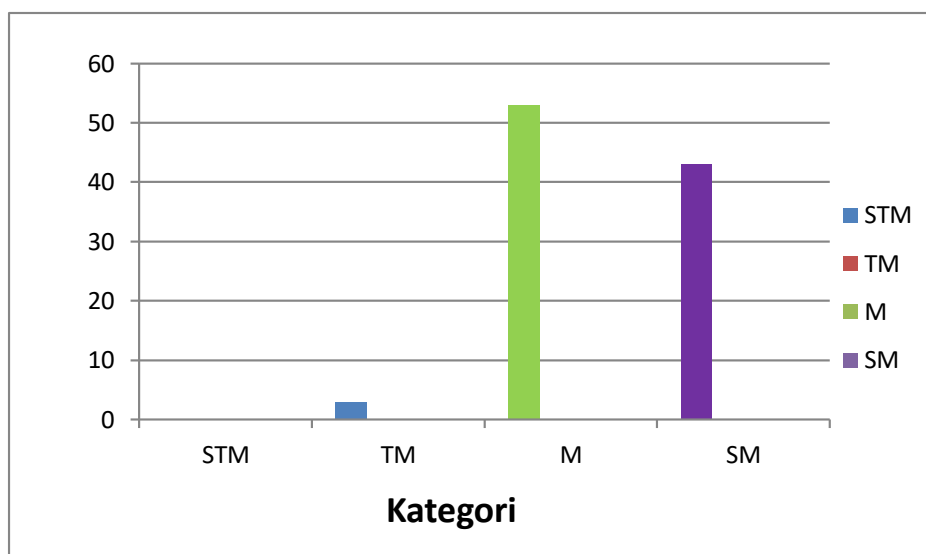
Analisis data menghasilkan skor minimum sebesar 2,33, skor maksimum sebesar 4,00, rerata sebesar 3,33. Distribusi frekuensi disajikan sebagai berikut

N0	Kategori			Interval	Frekuensi	
					Absolut	Persentase
1	Sangat Tidak Memuaskan (STM)			1,00 - 1,75	0	0%
2	Tidak Memuaskan (TM)			1,76-2,50	1	3,33%
3	Memuaskan (M)			2,51-3,25	16	53,33%
4	Sangat Memuaskan (SM)			3,26-4,00	13	43,33%
Jumlah					30	100%

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam Renang Tirta Asih dari Faktor Kemudahan

Dari tabel frekuensi di atas tampak sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa pelayanan kolam renang Tirta Asih dari faktor kemudahan adalah memuaskan dengan persentase 53,33%, 43,33 % menyatakan sangat memuaskan, 3,33% menyatakan tidak memuaskan dan 0% yang menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan tingkat kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Asih dari faktor kemudahan adalah memuaskan sebesar 53,33%.

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini



Gambar 5. Diagram Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam renang Tirta Asih dari Faktor Kemudahan

6. Keseluruhan

Berdasarkan analisis di atas, tampak bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada tiap faktor yang ada di kolam renang Tirta Asih berada pada kategori memuaskan dan sangat memuaskan. Secara keseluruhan, hasil analisis terhadap pelayanan kolam renang Tirta Asih menghasilkan skor minimum sebesar 2,72, skor maksimum sebesar 3,40, rerata sebesar 3. Distribusi frekuensi disajikan sebagai berikut.

N0	Kategori	Interval	Frekuensi	
			Absolut	Persentase
1	Sangat Tidak Memuaskan (STM)	1,00 - 1,75	0	0%
2	Tidak Memuaskan (TM)	1,76-2,50	0	0%
3	Memuaskan (M)	2,51-3,25	27	90%
4	Sangat Memuaskan (SM)	3,26-4,00	3	10%
Jumlah			30	100%

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam Renang Tirta Asih dari Faktor Kemudahan

Dari tabel frekuensi di atas tampak sebagian besar konsumen menyatakan bahwa pelayanan kolam renang Tirta Asih adalah memuaskan dengan persentase 90%, diikuti sangat memuaskan sebesar 10%, tidak memuaskan sebesar 0%, dan tidak seorang pelanggan pun yang menyatakan sangat tidak memuaskan atau 0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan kolam renang Tirta Asih secara keseluruhan adalah memuaskan.

Simpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan disimpulkan bahwa sebagian besar kepuasan pelanggan di kolam renang Tirta Asih masuk kategori memuaskan. Secara rinci kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Asih yaitu: (1) kualitas produk masuk kategori memuaskan dengan persentase 60%, (2) harga masuk kategori memuaskan dengan 90%, (3) kualitas pelayanan masuk kategori memuaskan dengan 66,33%, (4) faktor emosional masuk kategori memuaskan dengan 73,33%, dan (5) kemudahan masuk kategori memuaskan dengan 53,33%.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada rekan-rekan yang telah membantu dalam penelitian ini, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi siswa, guru mau pun pelatih untuk melihat seberapa besar pelayanan kolam renang Tirta Asih secara keseluruhan adalah memuaskan.

Daftar Pustaka

- Anas Sudijono. (2000). Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Arikunto (2019). Teknik pengambilan sampel stratified sampling (sampel berstrata)
- Asrida Noor Eka Puspitasari. (2008). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Pengelolaan Kolam Renang Galuh. Skripsi. Yogyakarta: FIK UNY
- Basu Swasta Dharmmesra & T. Hani Handoko. (2000). Manajemen Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE
- Basu Swasta. (2015). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: BPPE _ (2018). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty
- Danang Sunyoto. (2012). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS
- Fandy Tjiptono. (2007)Strategi Bisnis dan Manajemen. Yogyakarta: Andi Offset (2000). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset _ (2006). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset
- Handi Irawan. (2002). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Hotman Simbolon, (2009). Statistika. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Husein Umar. (2000). "Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran". Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Hidayat, T., Puriana, R. H., Munandar, R. A., & Fauqi, A. (2022). Pengaruh Mental Training dan Konsentrasi Terhadap Ketepatan Pukulan Overhead Smash dalam Permainan Bulu Tangkis. *Jurnal Porks*, 5(2).
- Hidayat, T., Fauqi, A., Oktavianis, E., & Ramadhan, R. (2024). Pengembangan Modul Sport Science Bulu Tangkis Berbasis Android dalam Meningkatkan Prestasi Atlet. *Jurnal Porks*, 7(2), 1013-1023.

- J. Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Prenhallindo
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Armstrong. (1997). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Prenhallindo
- Rambat Lupioadi. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salema Empat
- Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Setiawan, I. (2015). Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali Nama.
- Soehardi Sigit. (1999). Pengantar Metodologi Sosial-Bisnis-Manajemen. Yogyakarta: Lukman Offset
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2006). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta
- Trisno Musanto. (2004). "Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya". Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6, No. 2, September 2004: 123- 136