



**KONTRIBUSI MAHASISWA FIK UNNES
TERHADAP PENDAPATAN BISNIS KOLAM RENANG
DI KOTA SEMARANG TAHUN 2014**

SKRIPSI

diajukan dalam rangka penyelesaian studi Strata 1
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
pada Universitas Negeri Semarang

oleh
UNNES
PRASTIKA KURNIA AGUSTIANI
6101410004

**PENDIDIKAN JASMANI KESEHATAN DAN REKREASI
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2016**

ABSTRAK

Prastika Kurnia Agustiani. 2016. “Kontribusi Mahasiswa FIK UNNES terhadap Pendapatan Bisnis Kolam Renang di Kota Semarang Tahun 2014”. Skripsi Jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Supriyono, S.Pd, M.Or.

Kata Kunci: Kontribusi, Pendapatan, Bisnis, Renang, Olahraga, Instruktur

Bisnis kolam renang merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa menyediakan kolam renang untuk masyarakat yang hendak melakukan berbagai kegiatan. Di Kota Semarang terdapat banyak bisnis kolam renang telah bermunculan, bisnis kolam renang juga memunculkan bisnis jasa lain yaitu instruktur renang. Permasalahan dalam penelitian ini adalah seberapa besar kontribusi mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang terhadap pendapatan bisnis kolam renang. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang pada tahun 2014.

Penelitian ini menggunakan lokasi yang telah dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, dan diperoleh hasil *Jungle Toon* Bukit Wahid, Jatidiri, Hotel Pondok Serrata, Arcadia Mega Residence, Graha Wahid Club House, dan Kampoeng Semawis. Untuk sasaran penelitian berjumlah tiga puluh satu orang yang terdiri dari enam orang pengelola/pemilik usaha dan dua puluh lima mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang. Untuk teknik pengambilan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan menggunakan analisis data kuantitatif dengan teknik deskriptif presentase yaitu teknik menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data presentase yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: presentase kontribusi mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang terhadap pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang di atas dari hasil menghitung presentase yang diperoleh dari jumlah pengunjung kolam renang yang menjadi murid mahasiswa FIK UNNES dibagi jumlah seluruh pengunjung kolam dan dikalikan 100% dapat dilihat bahwa kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan 1) kolam renang Kampoeng Semawis sebesar 8,3%, 2) kolam renang Jatidiri sebesar 5,187%, 3) *Jungle Toon* (Bukit Wahid) sebesar 6,976%, 4) Graha Wahid Club House sebesar 9,222%, 5) Hotel Pondok Serrata sebesar 38,666%, 6) Arcadia Club House (Mega Residence) sebesar 21,5%.

Dapat disimpulkan bahwa kontribusi mahasiswa FIK UNNES sebagai instruktur renang terhadap pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang yang paling rendah pada kolam renang Jatidiri sebesar 5,187% dan paling tinggi pada kolam renang Hotel Pondok Serrata sebesar 38,666%. Adapun saran yang dapat peneliti berikan : Untuk pemilik/pengelola kolam renang Jatidiri, Arcadia Mega Residence, Kampoeng Semawis, *Jungle Toon*, Hotel Pondok Serrata, dan Graha Wahid Club House adalah meningkatkan keamanan bagi pengunjung yang belum mahir berenang dan meningkatkan kualitas air kolam renang.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Prastika Kurnia Agustiani

NIM : 6101410004

Jurusan : Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak menjiplak (plagiat) karya ilmiah orang lain, baik seluruhnya maupun sebagian. Bagian di dalam tulisan ini yang merupakan kutipan dari karya ahli atau orang lain, telah diberi penjelasan sumbernya sesuai dengan tata cara pengutipan. Apabila pernyataan saya ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Negeri Semarang dan sanksi hukum sesuai yang berlaku di wilayah negara Republik Indonesia.

Semarang, 10 November 2015

Yang menyatakan,


Prastika Kurnia Agustiani
6101410004


PENGESAHAN

Skripsi atas nama Prastika Kurnia Agustiani NIM 6101410004 Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi Judul "Kontribusi Mahasiswa FIK UNNES terhadap Pendapatan Bisnis Kolam Renang di Kota Semarang Tahun 2014" telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang pada hari Rabu, tanggal 22 Juni 2016.

Panitia Ujian



Prof. Dr. Tendiyo Rahayu, M.Pd.
NIP. 196103201984032001



Sekretaris
Andry Akhiruyanto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198101292003121001

Dewan Penguji

1. Drs. Tri Rustiadi, M.Kes.
NIP. 196410231990021001

(Ketua)

2. Aris Mulyono, S.Pd., M.Pd.
NIP. 197609052008121001

(Anggota)

3. Supriyono, S.Pd., M.Or.
NIP. 197201271998021001

(Anggota)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

1. *“Do what you love, love what you do”* – Ray Bradbury
2. *“Bermimpilah setinggi langit, jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang”* – Ir. Soekarno

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Kismanto dan Kunarti yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan perhatian untuk saya
2. Adik saya Adit yang selalu menyayangi dan perhatian terhadap perkembangan saya



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Kontribusi Mahasiswa FIK UNNES terhadap Pendapatan Bisnis Kolam Renang di Kota Semarang Tahun 2014”. Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk memperoleh pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan yang telah membantu menyelesaikan urusan administrasi.
3. Ketua Jurusan PJKR yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
4. Supriyono, S.Pd., M.Or. selaku Pembimbing Utama yang selalu menyempatkan waktu untuk membimbing dan memotivasi tersusunnya skripsi ini.
5. Dosen beserta Staff Tata Usaha Jurusan PJKR FIK UNNES yang telah memberikan bantuan dan bimbingannya.

6. Pihak Jungle Toon Bukit Wahid, Jatidiri, Hotel Pondok Serrata, Arcadia Mega Residence, Kampoeng Semawis, dan Graha Wahid Club House yang telah membantu dalam pengumpulan data guna menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang ikut membantu penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan baik serta mendapat pahala yang setimpal dai Allah SWT. Pada akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	
2.1 Olahraga	9
2.2 Bisnis	10
2.3 Industri	12
2.3.1 Klasifikasi Industri Berdasarkan Bahan Baku	13
2.3.2 Klasifikasi Industri Berdasarkan Tenaga Kerja	13
2.3.3 Klasifikasi Industri Berdasarkan Produk yang Dihasilkan	14
2.3.4 Klasifikasi Industri Berdasarkan Bahan Mentah	15
2.3.5 Klasifikasi Industri Berdasarkan Lokasi Unit Usaha	16
2.3.6 Klasifikasi Industri Berdasarkan Proses Produksi	17
2.3.7 Klasifikasi Industri Berdasarkan Modal yang digunakan	17
2.3.8 Klasifikasi Industri Berdasarkan Subjek Pengelola	18
2.3.9 Klasifikasi Industri Berdasarkan Cara Pengorganisasian	18
2.4 Hubungan Olahraga dan Industri	19
2.4.1 Industri Olahraga	19
2.4.2 Ruang Lingkup Industri Olahraga	21
2.5 Pendapatan	23
2.6 Kontribusi	25
2.7 Kewirausahaan	26
2.7.1 Pengertian Kewirausahaan	26
2.7.2 Ciri Wirausahawan	28
2.7.3 Karakteristik Kewirausahaan	30
2.7.4 Proses Pemicu Kewirausahaan	32
2.8 Jasa	33
2.8.1 Bauran Pemasaran Jasa	35

2.8.2	Kepuasan Pelanggan.....	37
2.9	Renang.....	41
2.10	Kolam Renang.....	42
2.11	Kerangka Berpikir.....	43
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	45
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	46
3.3.1	Subjek Penelitian.....	46
3.3.2	Objek Penelitian.....	46
3.4	Populasi.....	47
3.5	Sampel.....	47
3.6	Variabel Penelitian.....	48
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.7.1	Metode Wawancara.....	48
3.7.2	Metode Observasi.....	48
3.8	Instrumen Penelitian.....	49
3.8.1	Pedoman Observasi.....	51
3.8.2	Pedoman Wawancara.....	51
3.8	Metode Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	54
4.1.1	Kampoeng Semawis.....	60
4.1.2	Jatidiri.....	63
4.1.3	<i>Jungle Toon</i>	65
4.1.4	Graha Wahid <i>Club House</i>	67
4.1.5	Hotel Pondok Serrata.....	70
4.1.6	Arcadia <i>Club House</i>	73
4.2	Pembahasan.....	78
4.3	Kelemahan dan Hambatan Penelitian.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	82
5.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....		84
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Ciri-ciri dan Sifat-sifat Wirausahawan.....	28
2. Pedoman Observasi	48
3. Pedoman Wawancara.....	49
4. Harga Tiket dan Rata-rata Jumlah pengunjung Tiap Kolam	52
5. Pendapatan Kolam Renang Tiap Bulan	54
6. Mahasiswa FIK yang Menjadi Instruktur Renang di Kota Semarang	55
7. Pendapatan Kolam Renang Kampoeng Semawis Tiap Bulan.....	57
8. Mahasiswa FIK UNNES sebagai Instruktur Renang di Kolam Renang Kampoeng Semawis.....	58
9. Pendapatan Kolam Renang Kampoeng Semawis dari Mahasiswa FIK	59
10. Kontribusi Mahasiswa FIK terhadap Pendapatan Kolam Kampoeng Semawis	59
11. Pendapatan Kolam Jatidiri Tiap Bulan	60
12. Mahasiswa FIK yang Menjadi Instruktur Renang di Kolam Jatidiri	60
13. Pendapatan Kolam Renang Jatidiri dri Mahasiswa FIK.....	61
14. Presentase Kontribusi Mahasiswa FIK terhadap Pendapatan Kolam Jatidiri	61
15. Pendapatan Kolam <i>Jungle Toon</i>	62
16. Mahasiswa FIK UNNES yang menjadi Instruktur Renang di Kolam <i>Jungle Toon</i>	62
17. Pendapatan Kolam Renang <i>Jungle Toon</i> dari Mahasiswa FIK.....	63
18. Presentase Kontribusi Mahasiswa FIK terhadap Pendapatan Kolam Renang <i>Jungle Toon</i>	63
19. Pendapatan Kolam Renang Graha Wahid Tiap Bulan.....	64
20. Mahasiswa FIK yang Menjadi Instruktur Renang di Graha Wahid	64

21. Pendapatan Kolam Renang Graha Wahid dari Mahasiswa FIK.....	65
22. Presentase Kontribusi Mahasiswa FIK terhadap Pendapatan Kolam Graha Wahid.....	66
23. Pendapatan Kolam Renang Hotel Pondok Serrata Tiap Bulan	66
24. Mahasiswa FIK yang Menjadi Instruktur Renang di Kolam Hotel Pondok Serrata.....	67
25. Pendapatan Kolam Hotel Pondok Serrata dari Mahasiswa FIK.....	68
26. Presentase Kontribusi Mahasiswa FIK terhadap Pendapatan Kolam Hotel Pondok Serrata.....	68
27. Pendapatan Kolam Renang Arcadia <i>Club House</i> Tiap Bulan.....	69
28. Mahasiswa FIK yang menjadi Instruktur Renang di Arcadia <i>Club House</i>	69
29. Pendapatan Kolam Arcadia Club House dari Mahasiswa FIK.....	70
30. Presentase Kontribusi Mahasiswa FIK terhadap Pendapatan Kolam Arcadia <i>Club House</i>	71
31. Presentase Kontribusi Mahasiswa FIK terhadap Pendapatan Kolam Renang di Kota Semarang	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Berpikir	43
2. Diagram Kontribusi Mahasiswa FIK UNNES terhadap Pendapatan Bisnis Kolam Renang di Kota Semarang	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Keputusan Pembimbing Skripsi.....	85
3. Surat Ijin Penelitian di Kolam Renang Kampoeng Semawis.....	86
3. Surat Ijin Penelitian di Kolam Renang Jatidiri.....	87
4. Surat Ijin Penelitian di Kolam Renang Mega <i>Residence</i>	88
5. Surat Ijin Penelitian di Kolam Renang Hotel Pondok Serrata	89
6. Surat Ijin Penelitian di Kolam Renang <i>Jungle Toon</i>	90
7. Surat Keterangan Hasil Penelitian di Kolam Renang Jatidiri	91
8. Surat Keterangan Hasil Penelitian di Kolam Renang Kampoeng Semawis	92
10. Surat Keterangan Hasil Penelitian di Kolam Renang Hotel Pondok Serrata	93
11. Surat Keterangan Hasil Penelitian di Kolam Renang <i>Jungle Toon</i>	94
12. Surat Keterangan Hasil Penelitian di Kolam Renang Mega <i>Residence</i>	95
13. Pertanyaan Wawancara.....	96
14. Foto Penelitian.....	97



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Secara tidak disadari melakukan olahraga dapat mempengaruhi jantung, paru-paru, pembuluh darah, otot, tulang, dan psikologis. Selain itu olahraga juga digunakan sebagai pencegahan, pengobatan, dan rehabilitasi. Olahraga merupakan salah satu elemen penting dalam hidup manusia khususnya berperan dalam aspek biologis yaitu menjaga kondisi fisik dan organ tubuh tetap sehat dan dapat bekerja dengan baik. Tidak hanya menyangkut aspek fisik, olahragapun sebenarnya tidak hanya terkait pada masalah jasmani belaka, karena akibat yang ditimbulkannya mempengaruhi secara tidak langsung aktivitas manusia dan dapat mendukung aspek lainnya seperti aktivitas, sosial, budaya bahkan sampai kepada nilai yang berlaku di masyarakat umum, yaitu sebagai media aktualisasi pribadi maupun golongan.

Industri olahraga merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Di berbagai negara industri maju dan modern seperti di Amerika, Inggris, Jerman, Prancis, Italia, Korea dan China. Olahraga telah menjadi industri unggulan sebagai pemasok devisa negara. Selain itu olahraga juga dirancang sebagai industri modern berskala global. Dalam membangun karakter bangsa, olahraga sudah menjadi identitas industri yang memiliki nilai tambah yang signifikan. Di Indonesia perkembangan industri olahraga masih memerlukan peran serta dari masyarakat dalam mewujudkan olahraga yang berprestasi dengan dukungan industri olahraga dalam negeri.

Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga sebagai lembaga pengembang industri olahraga di Indonesia telah mencanangkan suatu gagasan untuk mengembangkan industri olahraga sebagai industri kreatif yang berdaya saing tinggi dalam peredaran globalisasi. Langkah-langkah koordinasi dengan berbagai *stakeholder* telah ditempuh, kini Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga mencoba melangkah lebih jauh dalam rangka mengembangkan industri olahraga di Indonesia. Salah satu langkah penting yang sangat mendesak untuk diimplementasikan adalah melakukan identifikasi dan pembinaan sentra-sentra industri olahraga yang telah ada dan mengembangkan berbagai pusat peralatan olahraga yang dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah (Bambang Priyono, 2012).

Undang-undang Nomor 3 Tahun 2005 olahraga terbagi atas olahraga pendidikan, olahraga rekreasi, dan olahraga prestasi. Olahraga rekreasi adalah olahraga yang dilakukan untuk mengisi waktu luang dengan tujuan akhirnya menurut Undang-Undang RI No 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional adalah, “memperoleh kesehatan, kebugaran jasmani dan kegembiraan; membangun hubungan sosial; dan/atau melestarikan dan meningkatkan kekayaan budaya daerah dan nasional. Olahraga merupakan kebutuhan setiap orang, tidak hanya yang masih muda saja, tetapi bagi yang lanjut usia (lansia), olahraga juga masih dibutuhkan. Hal itulah yang membuat masyarakat sadar akan kesehatan tubuh yang membutuhkan olahraga di waktu senggang seperti renang setelah beraktivitas setiap harinya. Olahraga dilakukan tidak hanya semata-mata mengisi waktu senggang atau hanya sekedar memanfaatkan

fasilitas yang tersedia, namun lebih dari itu seperti yang dikemukakan oleh M. Sajoto (1988:10) bahwa ada empat dasar tujuan manusia melakukan olahraga yaitu: (a) mereka melakukan olahraga untuk rekreasi, (b) tujuan pendidikan, (c) mencapai tingkat kebugaran jasmani, (d) mencapai sasaran atau prestasi tertentu. Berdasarkan kondisi tersebut memberikan peluang bisnis yang sangat menarik dan menjanjikan untuk peningkatan ekonomi. Melihat kondisi perekonomian di negara kita dewasa ini yang tidak menentu dan sulit diprediksi, karena itu kita harus menciptakan peluang bisnis yang kreatif dan menjanjikan.

Tingginya kesadaran masyarakat akan olahraga, serta animo dan antusiasme masyarakat khususnya pada olahraga renang membuat para pebisnis khususnya yang bergerak pada industri dan bisnis olahraga melirik bisnis kolam renang. Kebutuhan masyarakat akan kebutuhan berolahraga khususnya olahraga renang menjadi lahan pekerjaan potensial bagi penyedia produk atau jasa. Olahraga renang menjadi olahraga rekreasi yang sangat digemari masyarakat. Tidak hanya masyarakat yang sudah dewasa, pasar olahraga renang juga termasuk anak-anak. Terutama kolam renang yang menyediakan wahana permainan air yang sangat disukai oleh anak-anak tidak pernah sepi di akhir pekan dan hari libur. Bahkan banyak masyarakat yang rela membayar mahal ketika berenang di kolam renang yang memiliki fasilitas istimewa demi kepuasan pribadi. Olahraga renang telah masuk dalam ranah budaya populer dan mempengaruhi gaya hidup masyarakat perkotaan. Bisnis kolam renang dapat menjadi ladang bisnis yang menjanjikan, peluangnya masih terbuka lebar sama halnya dengan bisnis olahraga lainnya seperti futsal, golf, dan lain-lain.

Kota Semarang adalah ibukota Provinsi Jawa Tengah, Indonesia sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia sesudah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Luas Kota Semarang mencapai 373.67 km². Secara geografis berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah utara, Kabupaten Demak di sebelah timur, Kabupaten Semarang di sebelah selatan, dan Kabupaten Kendal di sebelah barat. Kota Semarang terdiri atas 16 kecamatan dan 177 kelurahan. Terletak di antara garis 6° 50' – 7° 10' lintang selatan dan garis 109° 35' – 110° 50' bujur timur (Sumber : BPS Kota Semarang) .

Di Kota Semarang terdapat berbagai bisnis olahraga, salah satunya adalah bisnis kolam renang. Hal tersebut dikarenakan olahraga renang sangat diminati dari kalangan anak-anak, dewasa, hingga yang sudah berusia lanjut. Perkembangan olahraga renang di Kota Semarang maju cukup pesat, hal ini dilihat dari makin banyak kolam-kolam baru yang mulai bermunculan. Seperti kolam renang yang dibangun sebagai fasilitas sebuah perumahan dan kolam renang di hotel yang berkelas internasional. Kolam renang di Kota Semarang yang menjadi fasilitas sebuah perumahan namun juga diperuntukkan untuk umum ada banyak, yaitu kolam renang di Bukit Wahid, Graha Wahid, Lakers BSB, Marina, *The Club* Graha Padma, Graha Estetika, Kampoeng Semawis, *Paradise Club* Indraprasta, dll. Ada pula kolam renang yang merupakan fasilitas hotel namun diperuntukkan pula untuk umum, yaitu kolam renang di hotel *Best Western Star* Hotel, Hotel Patra Jasa, Hotel *Grand Candi*, Hotel Horison, dll. Selain kolam renang yang menjadi fasilitas sebuah perumahan ataupun hotel, ada pula kolam renang untuk umum lainnya, yaitu kolam renang di Jatidiri, Manunggal Jati, Kodam, Ngaliyan Tirta Indah, Atlantis, dan *Water Blaster*.

Dari penjelasan di atas, kita dapat membaca situasi tersebut sebenarnya olahraga rekreasi dapat dikembangkan sehingga diharapkan melalui kegiatan olahraga rekreasi dapat terbuka lahan pekerjaan sekaligus peluang bisnis yang dapat bermanfaat bagi banyak orang. Hal ini diperjelas oleh Sumardiyanto (2007:1) bahwa, olahraga rekreasi dapat memberikan peluang lapangan kerja atau usaha yang memiliki prospek cerah di masa depan, sementara pembinaan ke arah itu dari pihak lembaga dirasakan belum sesuai dengan yang diharapkan, terutama upaya-upaya dalam mengidentifikasi jenis-jenis kegiatan apa saja yang dapat dijual kepada lembaga pendidikan, pemerintah/swasta, atau masyarakat luas. Olahraga rekreasi memiliki prospek yang cerah, oleh karena itu perlu dicarikan cara yang tepat untuk mengembangkannya sehingga melalui olahraga rekreasi dapat terbuka lapangan pekerjaan sekaligus peluang bisnis yang bermanfaat bagi masyarakat banyak. Salah satu caranya adalah melalui pengelolaan yang matang, mulai dari konsep sampai kepada pengelolaan dan pelaksanaan di lapangan.

Selain mulai banyak kolam renang yang bermunculan akibat animo masyarakat Kota Semarang yang tinggi untuk belajar olahraga renang, ada pula bisnis olahraga lain yang muncul, yaitu instruktur renang. Instruktur renang menjadi salah satu lapangan pekerjaan dan menjadi peluang bisnis dalam suatu industri dan bisnis kolam renang. Hal ini diakibatkan banyak masyarakat yang belum mahir berolahraga renang sehingga membutuhkan instruktur renang sebagai pendamping ketika belajar renang. Dan instruktur renang di Kota Semarang banyak yang berasal dari UNNES terutama dari mahasiswa FIK . Saat ini mahasiswa FIK sudah terjun langsung ke masyarakat mempraktikkan ilmu yang didapat saat kuliah dengan menjadi instruktur renang. Mahasiswa FIK

UNNES yang menjadi instruktur renang juga telah andil dalam perolehan pendapatan bisnis kolam renang. Banyaknya murid mereka yang menjadi pengunjung kolam renang telah memberika pemasukan bisnis kolam renang dari tiket masuknya. Murid dari mahasiswa FIK UNNES rutin belajar renang tiap minggunya yang tentu memberi keuntungan kepada bisnis kolam renang yang mendapatkan pengunjung tetap. Dari hasil observasi, mahasiswa FIK UNNES menjadi instruktur renang di beberapa kolam renang di Kota Semarang. Yaitu kolam renang Jatidiri, Arcadia Mega Residence, Kampoeng Semawis, *Jungle Toon*, Hotel Pondok Serrata, dan Graha Wahid Club House.

Berdasarkan latar belakang dan hasil observasi tersebut, maka bermaksud melakukan penelitian tentang **“Kontribusi Mahasiswa FIK UNNES terhadap Pendapatan Bisnis Kolam Renang di Kota Semarang Tahun 2014”**. Penelitian di beberapa kolam renang di Kota Semarang yang menjadi tempat dimana mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang dalam rangka menambah pengetahuan tentang sebesar apa kontribusi mahasiswa FIK yang menjadi instruktur renang terhadap bisnis kolam renang di Kota Semarang dalam upaya mempraktikkan ilmu yang didapat selama perkuliahan serta memanfaatkan peluang bisnis yang ada dengan terjun langsung ke masyarakat.

1.2. Pembatasan Masalah

Agar dalam pembahasan skripsi ini tidak terlalu meluas, maka penulis mencantumkan pembatasan masalah sebagai berikut :

- 1) Kolam renang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kolam renang di Kota Semarang dimana mahasiswa FIK UNNES menjadi instruktur renang.

- 2) Data akan diambil dari kolam renang di Kota Semarang dan mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang pada tahun 2014.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah seberapa besar kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang tahun 2014?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, antara lain yaitu untuk mengetahui besaran kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang tahun 2014.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1.5.1. Bagi Peneliti

Mengetahui seberapa besar kontribusi mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang dalam pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang tahun 2014.

1.5.2. Bagi Mahasiswa

Memberikan informasi tentang bisnis kolam renang di Kota Semarang dan seberapa besar kontribusi mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang dalam pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang tahun 2014 serta dapat menjadi bahan untuk penelitian berikutnya.

1.5.3. Bagi Pengelola Kolam

Memberikan informasi mengenai seberapa besar kontribusi mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang dalam pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang tahun 2014.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1. Olahraga

Secara umum orang memahami olahraga merupakan salah satu aktivitas jasmani yang dilakukan oleh orang, sekelompok orang dengan tujuan untuk mencapai kebugaran jasmani. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2005 (2005:4) disebutkan bahwa olahraga adalah segala kegiatan yang sistematis untuk mendorong, membina, dan mengembangkan potensi jasmani, rohani, dan sosial. Olahraga tidak hanya diartikan untuk mengembangkan potensi jasmani, lebih dari itu yakni rohani dan sosial.

Olahraga adalah segala aktivitas fisik yang sistematis untuk mendorong, membina, dan mengembangkan potensi jasmani, rohani, dan sosial. (Ali Maksum, 2008:2). Sedangkan definisi olahraga menurut Matveyev yang dikutip dari (Rusli, 2000:37) olahraga merupakan kegiatan otot yang energik dan dalam kegiatan itu atlet memperagakan kemampuan gerakanya (performa) dan kemampuannya semaksimal mungkin. Definisi olahraga yang dirumuskan oleh Dewan Eropa yang dikutip dari (Rusli, 2000:37) pada tahun 1980 yang berbunyi olahraga sebagai aktivitas spontan, bebas, dan dilaksanakan selama waktu luang.

Olahraga itu sendiri pada hakikatnya bersifat netral, namun masyarakatlah yang kemudian membentuk kegiatannya dan memberi arti bagi kegiatan itu. Karena itu seperti di Indonesia, sesuai dengan fungsi dan tujuannya kita mengenal beberapa bentuk kegiatan olahraga, seperti (1) olahraga

pendidikan untuk tujuan bersifat mendidik, (2) olahraga rekreasi untuk tujuan yang bersifat rekreatif, (3) olahraga kesehatan untuk tujuan pembinaan kesehatan, (4) olahraga rehabilitasi untuk tujuan rehabilitasi, (5) olahraga kompetitif untuk tujuan mencapai prestasi setinggi-tingginya. Jadi, olahraga dilakukan karena berbagai alasan penting dari sisi pelakunya. Nilai-nilai dan manfaat yang diperoleh para pelaku itu didapat dari partisipasi aktif dalam beberapa kegiatan yang bersifat hiburan, pendidikan, rekreasi, kesehatan, hubungan sosial, perkembangan biologis, kebebasan menyatakan diri, pengujian kemampuan sendiri atau kemampuan diri dibandingkan dengan orang lain. Dengan kata lain, seperti dikemukakan Zakrajsek (1991) dalam buku Husdarata (2010:135), olahraga merupakan wahana untuk mengalami aspek pengalaman manusiawi.

Dalam hal ini peneliti melakukan sebuah pengamatan tentang kegiatan olahraga renang yang dilakukan masyarakat Kota Semarang dan menarik minat mahasiswa FIK UNNES untuk menjadi instruktur renang. Pengamatan menyeluruh digunakan untuk mendapat catatan-catatan lapangan mengenai situasi umum di sekitar obyek penelitian, sedangkan pengamatan terfokus dilakukan untuk mengamati peristiwa yang lebih mendetail, rinci dan menggambarkan informasi yang lebih spesifik tentang kontribusi mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang terhadap pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang.

2.2. Bisnis

Bisnis merupakan usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, usaha dagang (KBBI, 2005:157). Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah

suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari (Amirullah, 2005:2). Bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat kita (Amirullah dan Imam Hardjanto, 2005). Dalam hal ini, bisnis kolam renang menekuni bisnis di bidang usaha. Usaha komersil dimaksudkan untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Jadi pelaku bidang bisnis kolam renang melihat peluang meningkatnya animo masyarakat kota Semarang dalam olahraga renang dengan membangun kolam renang sebagai usaha.

Menurut Buchori Alma (1993:2), bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.

Menurut Louis E. Boone (2007:5), bisnis (*business*) terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa.

Menurut Indriyo Gito Sudarmo (1993:3), ada beberapa macam jenis bisnis, untuk memudahkan mengetahui pengelompokannya maka dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Ekstraktif, yaitu bisnis yang melakukan kegiatan dalam bidang pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung di dalam perut bumi.
- 2) Agraria, yaitu bisnis yang menjalankan bisnisnya dalam bidang pertanian.
- 3) Industri, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang industri.
- 4) Jasa, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berwujud.

Pendapat lain dikemukakan oleh Griffin dan Ebert (1996), bahwa bisnis itu merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan mendapatkan keuntungan (Amirullah dan Imam Hardjanto, 2005). Manfaat bisnis kolam renang di kota Semarang tidak hanya dirasakan oleh pelaku bisnis dalam bidang usaha kolam renang saja, tetapi juga dirasakan mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang yang memanfaatkan peluang dengan bertambahnya animo dan minat masyarakat kota Semarang dalam belajar olahraga renang.

2.3. Industri

Istilah industri sering diidentikkan dengan semua kegiatan ekonomi manusia yang mengolah barang mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Dari definisi tersebut, istilah industri sering

disebut sebagai kegiatan manufaktur (*manufacturing*). (Daud Sajo:<http://geografi-bumi.blogspot.com>). Industri atau yang sering disebut *factory*, *manufacture* atau dalam bahasa Indonesia “perusahaan” memiliki arti, yaitu “Alat bagi suatu badan usaha untuk mencapai tujuannya antara lain menghasilkan barang atau jasa secara terus menerus untuk mendapatkan laba (Sriyadi,2001:5). Adapun klasifikasi dari industri antara lain:

2.3.1. Klasifikasi Industri Berdasarkan Bahan Baku

Tiap-tiap industri membutuhkan bahan baku yang berbeda, tergantung pada apa yang akan dihasilkan dari proses industri tersebut. Berdasarkan bahan baku yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi:

- 1) Industri ekstraktif, yaitu industri yang bahan bakunya diperoleh langsung dari alam. Misalnya: industri hasil pertanian, industri hasil perikanan, dan industri hasil kehutanan
- 2) Industri nonekstraktif, yaitu industri yang mengolah lebih lanjut hasil-hasil industri lain. Misalnya: industri kayu lapis, industri pemintalan, dan industri kain.
- 3) Industri fasilitatif atau disebut juga industri tersier. Kegiatan industrinya adalah dengan menjual jasa layanan untuk keperluan orang lain. Misalnya: perbankan, perdagangan, angkutan, dan pariwisata.

2.3.2. Klasifikasi Industri Berdasarkan Tenaga Kerja

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi:

- 1) Industri rumah tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari 4 orang. Ciri industri ini memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. Misalnya: industri anyaman, industri kerajinan, industri tempe/ tahu, dan industri makanan ringan.
- 2) Industri kecil, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 5 - 19 orang, Ciri industri kecil adalah memiliki modal yang relatif kecil, tenaga kerjanya berasal dari lingkungan sekitar atau masih ada hubungan saudara. Misalnya: industri genteng, industri batubata, dan industri pengolahan rotan.
- 3) Industri sedang, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja sekitar 20 - 99 orang. Ciri industri sedang adalah memiliki modal yang cukup besar, tenaga kerja memiliki keterampilan tertentu, dan pimpinan perusahaan memiliki kemampuan manajerial tertentu. Misalnya: industri konveksi, industri bordir, dan industri keramik.
- 4) Industri besar, yaitu industri dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang. Ciri industri besar adalah memiliki modal besar yang dihimpun secara kolektif dalam bentuk pemilikan saham, tenaga kerja harus memiliki keterampilan khusus, dan pimpinan perusahaan dipilih melalui uji kemampuan dan kelayakan (*fit and profer test*). Misalnya: industri tekstil, industri mobil, industri besi baja, dan industri pesawat terbang.

2.3.3. Klasifikasi Industri Berdasarkan Produk yang Dihasilkan

Berdasarkan produk yang dihasilkan, industri dapat dibedakan menjadi:

- 1) Industri primer, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang tidak perlu pengolahan lebih lanjut. Barang atau benda yang dihasilkan tersebut dapat dinikmati atau digunakan secara langsung. Misalnya: industri anyaman, industri konveksi, industri makanan dan minuman.
- 2) Industri sekunder, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang membutuhkan pengolahan lebih lanjut sebelum dinikmati atau digunakan. Misalnya: industri pemintalan benang, industri ban, industri baja, dan industri tekstil.
- 3) Industri tersier, yaitu industri yang hasilnya tidak berupa barang atau benda yang dapat dinikmati atau digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung, melainkan berupa jasa layanan yang dapat mempermudah atau membantu kebutuhan masyarakat. Misalnya: industri angkutan, industri perbankan, industri perdagangan, dan industri pariwisata.

2.3.4. Klasifikasi Industri Berdasarkan Bahan Mentah

Berdasarkan bahan mentah yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi:

- 1) Industri pertanian, yaitu industri yang mengolah bahan mentah yang diperoleh dari hasil kegiatan pertanian. Misalnya: industri minyak goreng, Industri gula, industri kopi, industri teh, dan industri makanan.
- 2) Industri pertambangan, yaitu industri yang mengolah bahan mentah yang berasal dari hasil pertambangan. Misalnya: industri semen, industri baja, industri BBM (bahan bakar minyak bumi), dan industri serat sintesis.
- 3) Industri jasa, yaitu industri yang mengolah jasa layanan yang dapat mempermudah dan meringankan beban masyarakat tetapi menguntungkan.

Misalnya: industri perbankan, industri perdagangan, industri pariwisata, industri transportasi, industri seni dan hiburan.

2.3.5. Klasifikasi Industri Berdasarkan Lokasi Unit Usaha

Keberadaan suatu industri sangat menentukan sasaran atau tujuan kegiatan industri. Berdasarkan pada lokasi unit usahanya, industri dapat dibedakan menjadi:

- 1) Industri berorientasi pada pasar (*market oriented industry*), yaitu industri yang didirikan mendekati daerah persebaran konsumen.
- 2) Industri berorientasi pada tenaga kerja (*employment oriented industry*), yaitu industri yang didirikan mendekati daerah pemusatan penduduk, terutama daerah yang memiliki banyak angkatan kerja tetapi kurang pendidikannya.
- 3) Industri berorientasi pada pengolahan (*supply oriented industry*), yaitu industri yang didirikan dekat atau ditempat pengolahan. Misalnya: industri semen di Palimanan Cirebon (dekat dengan batu gamping), industri pupuk di Palembang (dekat dengan sumber pospat dan amoniak), dan industri BBM di Balongan Indramayu (dekat dengan kilang minyak).
- 4) Industri berorientasi pada bahan baku, yaitu industri yang didirikan di tempat tersedianya bahan baku. Misalnya: industri konveksi berdekatan dengan industri tekstil, industri pengalengan ikan berdekatan dengan pelabuhan laut, dan industri gula berdekatan lahan tebu.
- 5) Industri yang tidak terikat oleh persyaratan yang lain (*footloose industry*), yaitu industri yang didirikan tidak terikat oleh syarat-syarat di atas. Industri ini dapat didirikan di mana saja, karena bahan baku, tenaga kerja, dan

pasarnya sangat luas serta dapat ditemukan di mana saja. Misalnya: industri elektronik, industri otomotif, dan industri transportasi.

2.3.6. Klasifikasi Industri Berdasarkan Proses Produksi

Berdasarkan proses produksi, industri dapat dibedakan menjadi:

- 1) Industri hulu, yaitu industri yang hanya mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi. Industri ini sifatnya hanya menyediakan bahan baku untuk kegiatan industri yang lain. Misalnya: industri kayu lapis, industri aluminium, industri pemintalan, dan industri baja.
- 2) Industri hilir, yaitu industri yang mengolah barang setengah jadi menjadi barang jadi sehingga barang yang dihasilkan dapat langsung dipakai atau dinikmati oleh konsumen. Misalnya: industri pesawat terbang, industri konveksi, industri otomotif, dan industri meubeler.

2.3.7. Klasifikasi Industri Berdasarkan Modal yang Digunakan

Berdasarkan modal yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi:

- 1) Industri dengan penanaman modal dalam negeri (PMDN), yaitu industri yang memperoleh dukungan modal dari pemerintah atau pengusaha nasional (dalam negeri). Misalnya: industri kerajinan, industri pariwisata, dan industri makanan dan minuman.
- 2) Industri dengan penanaman modal asing (PMA), yaitu industri yang modalnya berasal dari penanaman modal asing. Misalnya: industri komunikasi, industri perminyakan, dan industri pertambangan.

- 3) Industri dengan modal patungan (*join venture*), yaitu industri yang modalnya berasal dari hasil kerja sama antara PMDN dan PMA. Misalnya: industri otomotif, industri transportasi, dan industri kertas.

2.3.8. Klasifikasi Industri Berdasarkan Subjek Pengelola

Berdasarkan subjek pengelolanya, industri dapat dibedakan menjadi:

- 1) Industri rakyat, yaitu industri yang dikelola dan merupakan milik rakyat, misalnya: industri meubeler, industri makanan ringan, industri konveksi dan industri kerajinan.
- 2) Industri negara, yaitu industri yang dikelola dan merupakan milik Negara yang dikenal dengan istilah BUMN, misalnya: industri kertas, industri pupuk, industri baja, industri pertambangan, industri perminyakan, dan industri transportasi.

2.3.9. Klasifikasi Industri Berdasarkan Cara Pengorganisasian

Cara pengorganisasian suatu industri dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti: modal, tenaga kerja, produk yang dihasilkan, dan pemasarannya.

Berdasarkan cara pengorganisasiannya, industri dapat dibedakan menjadi:

- 1) Industri kecil, yaitu industri yang memiliki ciri-ciri: modal relatif kecil, teknologi sederhana, pekerjanya kurang dari 10 orang biasanya dari kalangan keluarga, produknya masih sederhana, dan lokasi pemasarannya masih terbatas (berskala lokal). Misalnya: industri kerajinan dan industri makanan ringan.

- 2) Industri menengah, yaitu industri yang memiliki ciri-ciri: modal relatif besar, teknologi cukup maju tetapi masih terbatas, pekerja antara 10-200 orang, tenaga kerja tidak tetap, dan lokasi pemasarannya relatif lebih luas (berskala regional). Misalnya: industri bordir, industri sepatu, dan industri mainan anak-anak.
- 3) Industri besar, yaitu industri yang memiliki ciri-ciri: modal sangat besar, teknologi canggih dan modern, organisasi teratur, tenaga kerja dalam jumlah banyak dan terampil, pemasarannya berskala nasional atau internasional. Misalnya: industri barang-barang elektronik, industri otomotif, industri transportasi, dan industri persenjataan.

2.4. Hubungan Olahraga dan Industri

2.4.1. Industri Olahraga

Sejak Peter Ueberuth sukses membisniskan olimpiade Lo Angeles 1984, maka sejak itu pula olahraga level dana memasuki era industri. Berbicara tentang industri tidak terlepas dari suatu kegiatan bisnis yang dilakukan baik itu memproses atau mengolah barang atau jasa dengan menggunakan sarana atau peralatan yang ada secara terus menerus (Sudharto,2007:156 dalam poernomojoko.blogspot.com). Sementara pengertian olahraga menurut M.F Siregar adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara menggerakkan tubuh yang memiliki fungsi sebagai untuk menjaga kesehatan dan kebugaran, untuk membangun fisik manusia dan untuk membangun aspek non-fisik manusia yaitu kesehatan jiwa manusia (Isworo Laksmi dan Handayani,2008:201 dalam poernomojoko.blogspot.com). Dari pengertian diatas maka Industri olahraga dapat didefinisikan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan dengan cara

memproses atau mengolah barang dan jasa secara terus menerus dalam ruang lingkup kegiatan keolahragaan seperti pengelolaan sarana dan prasarana olahraga yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan baik itu bagi industri itu sendiri, masyarakat serta *stakeholder*.

Namun apabila dilihat dari pengertian industri olahraga menurut Wikipedia Indonesia adalah kelompok bisnis yang bergerak pada bidang olahraga yang memiliki tehnik dan metode yang sama dalam menghasikan laba. Dari pengertian industri olahraga menurut Wikipedia sangat jelas bahwa industri olahraga merupakan kegiatan bisnis. Bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memnuhi kebutuhan masyarakat (Sugiyono,2008:41). Sementara menurut Brown dan Petrello (1976) menyatakan bahwa *Business is an institution which produce good and service demanded by people*. Dalam kaitannya dengan olahraga, bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi bidang olahraga baik itu menciptakan atau memproduksi suatu produk yang berkaitan dengan olahraga ataupun kegiatan jasa olahraga dan kemudian memasarkannya kepada masyarakat atau konsumen. (<http://poernomojoko.blogspot.com>)

Industri olahraga didefinisikan oleh Pitts, Fielding dan Miller sebagai “semua produksi barang, jasa, tempat, orang-orang,dan pemikiran yang ditawarkan kepada pelanggan, yang berkaitan dengan olahraga.(Pitts, Fielding, and Miller, 1994) Ozanian mengatakan bahwa; “Olahraga tidak hanya bisnis besar saja. Olahraga adalah salah satu dari industri yang tercepat bertumbuhkembangnya di Amerika, dan adalah yang jalin menjalin dengan setiap aspek ekonomi dari media dan pakaian sampai pada makanan dan

periklanan, olahraga ada dimana-mana, dibarengi dengan suatu bunyi dering mesin kasir uang yang tak putus-putusnya (Onzanian, 1995). Klasifikasi Industri: (1) Pertanian, kehutanan dan perikanan; (2) Industri tambang; (3) Industri kepabrikaan (*manufacturing*); (4) Industri konstruksi; (5) Industri transportasi, komunikasi; (6) Industri perdagangan (*trade*); (7) Industri *finance* (perbankan); (8) Industri jasa (*service*); (9) Industri pemerintah (Encyclopedia Americana, 1975). Industri olahraga diatur dalam undang-undang

2.4.2. Ruang Lingkup Industri Olahraga

Berdasarkan definisi industri olahraga diatas dapat diterangkan bahwa industri olahraga merupakan kegiatan bisnis yang memproduksi atau memperjual belikan jasa kepada khalayak umum, sehingga ruang lingkup industri olahraga meliputi produk dan jasa. Produk dapat berupa alat-alat olahraga, perlengkapan olahraga dan lain-lain. Sementara di bidang jasa meliputi gedung olahraga dan sejenisnya.

Olahraga dan industri sangat erat hubungannya, dalam pasal 1 ayat 18 UU No. 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional Berbunyi : Industri olahraga adalah kegiatan bisnis bidang olahraga dalam bentuk produk barang dan/atau jasa.

Disebutkan dalam UU No.03 tahun 2005 sistem keolahragaan Bab XVI pasal 79, bahwa:

- 1) Industri olahraga dapat berbentuk prasarana dan sarana yang diproduksi, diperjualbelikan, dan/atau disewakan untuk masyarakat.

- 2) Industri olahraga dapat berbentuk jasa penjualan kegiatan cabang olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara profesional yang meliputi: kejuaraan nasional dan internasional; pekan olahraga daerah, wilayah, nasional, dan internasional; promosi, eksibisi, dan festival olahraga; atau keagenan, layanan informasi, dan konsultasi keolahragaan.
- 3) Masyarakat yang melakukan usaha industri olahraga sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dapat bermitra dengan Pemerintah, pemerintah daerah, organisasi olahraga, dan/atau organisasi lain, baik dalam negeri maupun luar negeri.
- 4) Dalam melaksanakan kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) masyarakat membentuk badan usaha sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- 5) Masyarakat yang melakukan usaha industri jasa olahraga memperhatikan kesejahteraan pelaku olahraga dan kemajuan olahraga.

Serta, dalam UU No.03 tahun 2005 sistem keolahragaan Bab XVI pasal 80 disebutkan bahwa:

- 1) Pembinaan dan pengembangan industri olahraga dilaksanakan melalui kemitraan yang saling menguntungkan agar terwujud kegiatan olahraga yang mandiri dan profesional.
- 2) Pemerintah dan/atau pemerintah daerah memberikan kemudahan pembentukan sentra-sentra pembinaan dan pengembangan industri olahraga.
- 3) Pemerintah dan/atau pemerintah daerah memfasilitasi pewujudan kemitraan pelaku industri olahraga dengan media massa dan media lainnya.

Dari UU Sistem Keolahragaan Nasional di atas dapat dilihat bahwa bisnis kolam renang dan instruktur renang termasuk dalam industri olahraga. Dalam pasal 1 ayat 18, industri olahraga adalah kegiatan bisnis bidang olahraga dalam bentuk produk barang dan/atau jasa. Sehingga instruktur renang merupakan kegiatan bisnis bidang olahraga dalam bentuk jasa. Dalam pasal 79 ayat 1, industri olahraga dapat berbentuk prasarana dan sarana yang diproduksi, diperjualbelikan, dan/atau disewakan untuk masyarakat. Di bisnis kolam renang menyewakan sarana dan prasarana kolam renang, sehingga juga termasuk dalam industri olahraga.

2.5. Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang masih bingung dalam penggunaan istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*. Menurut Standar Akuntansi Keuangan (2004 : 23.1), kata "*income* diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan, penghasilan (*income*) meliputi baik pendapatan (*revenue*) maupun keuntungan (*gain*). Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa (*fees*), bunga, dividen, royalti dan sewa. Definisi tersebut memberikan pengertian yang berbeda dimana *income* memberikan pengertian pendapatan yang lebih luas, *income* meliputi pendapatan yang berasal dari kegiatan operasi normal perusahaan maupun yang berasal dari luar operasi normalnya.

Sedangkan *revenue* merupakan penghasilan dari penjualan produk, barang dagangan, jasa dan perolehan dari setiap transaksi yang terjadi.

Pengertian pendapatan dikemukakan oleh Dyckman (2002 : 234) bahwa pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung.

Pengertian pendapatan didefinisikan oleh Sofyan Syafri (2002:58) sebagai kenaikan *gross* di dalam aset dan penurunan *gross* dalam kewajiban yang dinilai berdasarkan prinsip akuntansi yang berasal dari kegiatan mencari laba. Definisi pendapatan menurut Niswonger (1999:45), memberikan penekanan pada konsep pengaruh terhadap ekuitas pemilik, yaitu pendapatan (*revenue*) adalah peningkatan ekuitas pemilik yang diakibatkan oleh proses penjualan barang dan jasa kepada pembeli. Adanya penafsiran yang berlainan terhadap pengertian pendapatan bagi pihak yang berkompeten disebabkan karena latar belakang disiplin yang berbeda dengan penyusunan konsep pendapatan bagi pihak tertentu. Konsep pendapatan belum dapat dijelaskan secara universal oleh pemakai akuntansi, karena pemakai informasi laporan keuangan khususnya laporan laba rugi yang memuat tentang pendapatan berguna untuk masing – masing pemakai laporan yang berbeda – beda tergantung dari sudut mana ia memandang.

Menurut Soemarsono (2003 : 130), pendapatan dalam perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai pendapatan operasi dan non operasi. Pendapatan

operasi adalah pendapatan yang diperoleh dari aktivitas utama perusahaan. Sedangkan, pendapatan non operasi adalah pendapatan yang diperoleh bukan dari kegiatan utama perusahaan.

Menurut Rosjidi (1999:128), pendapatan adalah peningkatan jumlah aktiva atau penurunan jumlah kewajiban perusahaan, yang timbul dari transaksi penyerahan barang dan jasa atau aktivitas usaha lainnya dalam suatu periode yang dapat diakui dan diukur berdasarkan Prinsip Akuntansi Berlaku Umum. Dalam pengertian ini pendapatan yang diperoleh dari transaksi penyerahan barang atau jasa atau aktivitas usaha lainnya itu adalah yang berhubungan secara langsung dengan kegiatan untuk memperoleh laba usaha yang dapat mempengaruhi terhadap jumlah ekuitas pemilik. Dengan demikian, tidak termasuk dalam pengertian pendapatan, adalah peningkatan aktiva perusahaan yang timbul dari pengadaan aktiva, investasi oleh pemilik, pinjaman ataupun koreksi laba rugi pada periode sebelumnya.

Pendapatan dalam bisnis kolam renang berasal dari penjualan tiket masuk, member, fasilitas lain seperti *fitness center*, aerobik, juga dari kantin atau kafetarianya.

2.6. Kontribusi

Kontribusi adalah keadaan berhubung, memiliki keterkaitan (KBBI,1984:358). Yang dimaksud disini adalah keadaan berhubung atau ada keterkaitan terhadap adanya pengaruh mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang terhadap pendapatan bisnis kolam renang di kota Semarang tahun 2014.

Memasyarakatnya olahraga renang di kota Semarang menyebabkan banyak pelaku bisnis memanfaatkan peluang ini, sehingga banyak bermunculan kolam-kolam di kota Semarang. Bukan hanya peluang bisnis kolam renang saja, ada pula peluang bisnis lain, yaitu instruktur renang. Karena banyak masyarakat yang belum mahir dalam olahraga renang dan membutuhkan jasa untuk membimbing ketika belajar berenang maka munculah peluang menjadi instruktur renang dan peluang ini dilihat oleh mahasiswa FIK UNNES. Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah sebagai kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan bisnis kolam renang tahun 2014.

2.7. Kewirausahaan

2.7.1. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Jadi wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Ini baru dari segi etimologi (asal usul kata). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Tim Penyusun Kamus, 2007:1273), "Wirausaha diidentikan dengan wiraswasta, sehingga wirausahawan dapat disebut sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenalkan produk baru, menentukan cara produksi baru, dan menyusun pedoman operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya". Menurut Kasmir (2011:19), "Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan".

Sedangkan menurut Geoffrey G. Meredith et al. (2002:5), “Para wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses”. Sejalan dengan hal itu Hisrich-Peters dalam Buchari Alma (2004: 26) memaparkan: *Entrepreneurship is the process of creating something different with value by developing the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychic, and social risk, and receiving the resulting rewards of monetary and personal satisfactions and independence* (kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi). Menurut Suryana (2006: 2), “Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses”.

Peter Drucker menyebutkan bahwa “wirausaha tidak mencari resiko, mereka mencari peluang. Seorang inovator dan wirausaha yang terkenal dan sukses membangun sebuah bisnis besar, umumnya mereka bukan penanggung resiko, tetapi mereka mencoba mendefinisikan resiko yang harus mereka hadapi dan mereka meminimalkan resiko tersebut. Jika kita berhasil mendefinisikan resiko kemudian membatasinya, dan mereka secara sistematis dan menganalisa berbagai peluang, serta mengeksploitasinya akan mereka akan dapat meraih keuntungan membangun sebuah bisnis besar” (Buchari Alma,2011:24).

Berdasarkan pandangan ahli di atas disimpulkan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan mewujudkan gagasan kreatif dan inovatif

yang dijadikan dasar dalam menghadapi tantangan hidup dengan mendefinisikan resiko yang mereka hadapi dengan mencari peluang untuk membangun bisnis dan mendapatkan keuntungan.

Mahasiswa FIK memiliki kemampuan untuk mewujudkan gagasan dalam melihat dan menilai serta menciptakan peluang dalam bisnis kolam renang di Kota Semarang dengan menjadi instruktur renang. Dengan kata lain mereka telah melakukan kegiatan kewirausahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada.

2.7.2. Ciri Wirausahawan

Kewirausahaan merupakan suatu profesi yang timbul karena interaksi antara ilmu pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan formal yang hanya dapat diperoleh dari suatu rangkaian kerja yang diberikan dalam praktik, oleh karena itu seseorang wirausaha melakukan kegiatan pengorganisasian berbagai faktor produksi sehingga menjadi suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan profit yang merupakan balas jasa atas kesediaannya mengambil resiko. Seorang wirausaha tentunya merupakan orang yang kreatif dan inovatif. Disamping kreatif dan inovatif, sebenarnya seorang wirausaha pun mempunyai sifat-sifat atau karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Banyak pakar yang mengemukakan karakteristik dan ciri-ciri bagi orang yang dijuluki sebagai wirausaha. Geoffrey G. Meredith *et al* (2002: 5-6) mengemukakan daftar ciri-ciri dan sifat-sifat sekaligus sebagai profil wirausaha sebagaimana tersusun pada tabel berikut ini:

Tabel 2.1 Ciri-ciri dan Sifat-sifat Wirausaha

Ciri-ciri	Watak/sifat
Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualistis, optimis
Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba, ketekunan, ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, <i>energetic</i> , dan <i>inisiatif</i>
Pengambil resiko	Kemampuan mengambil resiko, suka pada tantangan
Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain, menanggapi saransaran dan kritik
Keorisinilan	Inovatif dan kreatif, fleksibel, punya banyak sumber, serba bias, mengetahui banyak
Orientasi masa depan	Pandangan jauh ke depan dan perspektif

Sumber: Geoffrey G. Mredith et al (2002: 5-6)

Ciri-ciri wirausaha yang dikemukakan ahli tersebut menunjukkan bahwa intisari karakteristik seseorang wirausaha ialah kreatif dan inovatif. Jadi, seorang wirausaha pastilah merupakan orang yang kreatif. Bukan seorang wirausaha jika tidak kreatif. Dengan demikian memerlukan keterampilan berpikir kreatif. Sejalan dengan keterampilan berpikir kreatif itu menurut Sirod Hantoro (2005: 30), "Wirausahawan harus memiliki jiwa *entrepreneurship* yang didukung oleh cara berpikir kreatif. Pemikiran kreatif itu didukung oleh dua hal, yaitu pengerahan daya imajinasi dan proses berpikir ilmiah." Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapatlah dikemukakan bahwa seorang wirausaha dapat dibentuk, bukan lahir begitu saja. Namun tentu saja dari hasil proses pembelajaran yang begitu panjang. Dengan demikian, berarti yang dinamakan *entrepreneur* bukan hanya melaksanakan kegiatan bisnis, melainkan siapapun yang melakukan kegiatan yang didasari oleh karakteristik tadi berarti ia seorang wirausaha. Wirausaha bukan hanya orang-orang yang menjalankan bisnis, tetapi setiap orang yang menggunakan sumber daya dengan cara baru untuk memaksimalkan produktifitas dan efektifitas. Jadi, kewirausahaan dapat diajarkan kepada siapapun, tidak hanya bagi calon pebisnis. Apapun profesinya, apabila dia bekerja didasari oleh karakteristik wirausaha sebagai cerminan sikap dan perilakunya, maka dia adalah seorang *entrepreneur*.

2.7.3. Karakteristik Kewirausahaan

Para ahli menemukan karakteristik kewirausahaan dengan konsep yang berbeda-beda. M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer dalam Suryana (2006: 24), mengemukakan delapan karakteristik kewirausahaan sebagai berikut:

- 1) *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.
- 2) *Preference for moderat risk*, yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
- 3) *Confidence in their ability to success*, yaitu memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
- 4) *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik dengan segera.
- 5) *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- 6) *Future orientation*, yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
- 7) *Skill organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- 8) *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi dari pada uang.



Secara eksplisit, Dun Steinhoff dan John F. Burgess dalam Suryana (2006: 25) mengemukakan berbagai karakteristik yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil, yaitu:

- 1) Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas
- 2) Bersedia menanggung risiko waktu dan uang
- 3) Memiliki perencanaan yang matang dan mampu mengorganisasikannya

- 4) Bekerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya
- 5) Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja dan pihak lain
- 6) Bertanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan.

Menurut Pearce II dalam Winardi (2005:37) karakteristik *entrepreneurship* adalah sebagai berikut:

- 1) Komitmen dan determinasi yang tiada batas
- 2) Dorongan atau rangsangan kuat untuk mencapai prestasi
- 3) Orientasi kearah peluang-peluang serta tujuan-tujuan
- 4) Fokus pengendalian internal
- 5) Toleransi terhadap ambiguitas
- 6) Keterampilan dalam hal menerima risiko yang diperhitungkan
- 7) Kurang dirasakan kebutuhan akan status dan kekuasaan
- 8) Kemampuan untuk memecahkan masalah-masalah
- 9) Kebutuhan tinggi untuk mendapatkan umpan balik
- 10) Kemampuan untuk menghadapi kegagalan secara efektif.

2.7.4. Proses Pemicu Kewirausahaan

Buchari Alma (2011:11) menyatakan beberapa faktor personal yang mendorong *Triggering Event* artinya yang memicu atau memaksa seorang untuk terjun ke dunia bisnis adalah:

- 1) Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan yang sekarang
- 2) Adanya pemutusan hubungan kerja (PHK), tidak ada pekerjaan lain

- 3) Dorongan karena factor usia
- 4) Keberanian menanggung resiko
- 5) Komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis

Faktor-faktor *Environment* yang mendorong menjadi pemicu bisnis adalah:

- 1) Adanya persaingan dalam kehidupan
- 2) Adanya sumber-sumber yang bias dimanfaatkan, misalnya memiliki tabungan, modal, warisan, memiliki bangunan yang lokasinya strategis dan sebagainya
- 3) Mengikuti latihan-latihan atau *Incubator* Bisnis. Sekarang banyak kursus-kursus bisnis dan lembaga manajemen fakultas ekonomi melaksanakan pelatihan dan *Incubator* Bisnis
- 4) Kebijakan pemerintah misalnya adanya kemudahan-kemudahan dalam lokasi berusaha ataupun fasilitas kredit, dan bimbingan usaha yang dilakukan Depnaker

Sedangkan faktor *Sociological* yang menjadi pemicu serta pelaksanaan bisnis adalah:

- 1) Adanya hubungan-hubungan atau relasi-relasi dengan orang lain
- 2) Adanya tim yang dapat diajak kerjasama dalam berusaha
- 3) Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha
- 4) Adanya bantuan keluarga dalam berbagai kemudahan
- 5) Adanya pengalaman-pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya

2.8. Jasa

Tjiptono (2004) mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. (Lovelock, 2007) jasa merupakan tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi. Definisi lainnya dari jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi dikemukakan oleh Lupiyoadi (2001), yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberi nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen. Menurut Tjiptono (2004) menyatakan bahwa terdapat empat karakteristik pokok yang membedakannya dengan barang, yaitu:

1) *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang. Jika barang merupakan suatu objek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*), atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Meskipun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung oleh produk fisik – misalnya, mobil dalam jasa transportasi – esensi dari pelanggan adalah *performance* yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya.

2) *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Misalnya, ruang kuliah yang nyaman, fasilitas komputer, *bookstore*, dan sebagainya.

3) *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

4) *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau jam tertentu tanpa pasien di tempat praktik dokter gigi akan berlalu begitu saja karena tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Produk jasa tidak ada yang benar-benar sama satu sama lain. Oleh karena itu, untuk memahami sektor jasa Menurut Lupiyoadi (2001), terdapat klasifikasi didasarkan atas tingkat kontrak konsumen dengan pemberi jasa sebagai bagian dari sistem saat jasa dihasilkan. Berdasarkan tingkat konsumen, jasa dibedakan ke dalam kelompok:

- 1) *High-contact*, untuk menerima jasa, konsumen harus menjadi bagian dari sistem, seperti pada jasa jenis pendidikan, rumah sakit, dan transportasi.

- 2) *Low-contact system*, yaitu konsumen tidak perlu menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa. Misalnya, pada jasa reparasi mobil, dan jasa perbankan konsumen harus dalam kontak pada saat mobilnya rusak diperbaiki oleh teknisi bengkel.

2.8.1. Bauran Pemasaran Jasa (*Marketing Mix Jasa*)

Marketing Mix merupakan alat bagi marketer yang terdiri berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran jasa yang terbagai menjadi 7 komponen tersebut (Lupiyoadi, 2001) adalah sebagai berikut:

- 1) *Product* (produk)

Produk adalah merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli *benefit* dan *value* dari produk tersebut.

- 2) *Price* (harga)

Sebagai penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk, secara keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply*. Akan tetapi, yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

- 3) *Place* (tempat)

Place dalam *service* merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan memperkenalkan produk, menyakinkan kembali manfaat produk kepada pembeli sasaran dengan harapan mereka dan secara sukarela membeli produk. Yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi yang terdiri dari: periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas.

5) *People* (SDM)

Dalam hubungan dengan pemasaran jasa, maka *people* yang berfungsi sebagai *service provider* sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam *people* ini berarti sehubungan dengan seleksi, training, motivasi dan manajemen sumber daya manusia untuk mencapai kualitas yang terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya.

6) *Process* (Proses)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

7) *Customer Service* (layanan)

Layanan pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai *outcome* dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana layanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan.

2.8.2. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dengan harapan (*expectations*). Harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya, dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu yang akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk yang pernah dirasakannya. Dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan, menurut Mulyana (dalam Engel, et. al, 1990, Pawitra, 1999). Adapun manfaat-manfaat yang dapat diraih ketika pelanggan merasa puas adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2006):

1) Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Fokus pada kepuasan pelanggan akan mempertahankan pelanggan dari serangan gencar produsen berbiaya rendah. Banyak pelanggan yang

bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan kualitas dan kepuasan lebih.

2) Manfaat ekonomis retensi pelanggan

Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini lebih murah bila dibandingkan dengan memprospek pelanggan baru secara terus menerus.

3) Nilai Kumulatif dari relasi berkelanjutan

Upaya mempertahankan loyalitas pelanggan dalam waktu yang lama bisa menghasilkan anuitas yang lebih besar daripada pembelian individual.

4) Daya Persuasif *Positive Word Of Mouth*

Dalam banyak industri, pendapat atau opini keluarga, teman jauh persuasif dan kredibel dibandingkan iklan.

5) Reduktifitas sensitifitas harga

Pelanggan yang puas dan loyal terhadap perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya.

6) Sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan

Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima. Akan tetapi hasilnya dapat dituai dalam jangka panjang dan hasil tersebut mampu bertahan lama. Apabila yang diterima jauh dari harapannya maka pelanggan akan kecewa, sebaliknya bila yang diterima sama atau lebih dari harapannya maka pelanggan akan puas. Kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas, gembira dan senang.

Terdapat empat metode yang banyak digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, Menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2006), antara lain:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kontak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah diakses atau sering dilalui pelanggan), saluran telepon khusus bebas pulsa, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan orang untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh

tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

2.9. Renang

Renang dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia 2005:946) berarti menggerakkan badan melintas (mengapung, menyelam) di air dengan menggunakan kaki, tangan, sirip, ekor, dsb. Renang merupakan salah satu cabang olahraga yang dapat diajarkan pada anak-anak dan dewasa, bahkan bayi umur beberapa bulan sudah dapat mulai diajarkan renang (Kasiyo Dwijowinoto, 1979:1). Renang adalah gerakan sewaktu bergerak di air, dan biasanya tanpa perlengkapan buatan. Kegiatan ini dapat dimanfaatkan untuk rekreasi dan olahraga.

Definisi renang menurut Arma Abdoelah (1981:270) mengemukakan bahwa: renang adalah suatu jenis olahraga yang dilakukan di air, baik di air tawar maupun di air asin atau laut. Kemudian mengenai pengertian renang yang tampaknya masih berhubungan, yang dituangkan dalam Modul Teori Renang I, Badruzaman (2007: 13) mengemukakan bahwa: "Pengertian renang secara umum adalah *the floatation of an object in a liquid due to its buoyancy or lift*". Yang artinya adalah pengertian renang secara umum adalah upaya mengapungkan atau mengangkat tubuh ke atas permukaan air.

Spesifiknya Badruzaman (2007: 13) mengemukakan bahwa: "*Swimming is the method by which humans (or other animals) move themselves through water*". Artinya suatu cara dilakukan orang atau binatang untuk menggerakkan tubuhnya di air. Badruzaman menyimpulkan tentang definisi renang adalah suatu aktivitas manusia atau binatang yang dilakukan di air, baik di kolam renang,

sungai, danau, maupun lautan, dengan berupaya untuk mengangkat tubuhnya untuk mengapung agar dapat bernafas dan bergerak baik maju maupun mundur. Gaya renang adalah cara melakukan gerakan lengan dan tungkai berikut koordinasi dari kedua gerakan tersebut yang memungkinkan orang berenang maju di dalam air. Dalam renang ada 4 gaya yaitu, gaya kupu-kupu (*Butterfly Stroke*), gaya punggung (*Back Crawl*), gaya dada (*Breast Stroke*), dan gaya bebas (*Crawl*).

2.10. Kolam Renang

Menurut Menteri Kesehatan dalam Permenkes No. 061/Menkes/Per/I/1991, tentang persyaratan kesehatan kolam renang dan pemandian umum menyatakan “Kolam renang adalah suatu usaha bagi umum yang menyediakan tempat untuk berenang, berekreasi, berolahraga, serta juga pelayanan lainnya menggunakan air bersih yang diolah”.

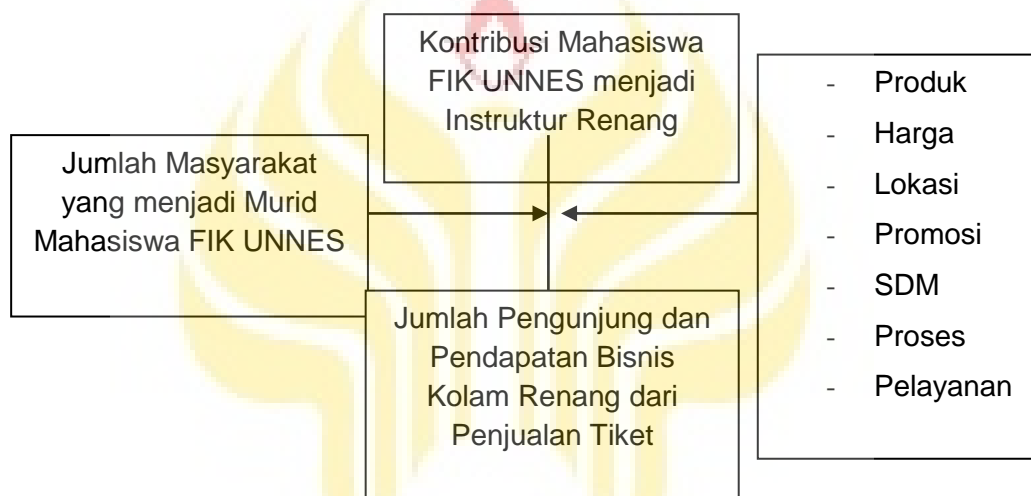
Panjang kolam renang lintasan panjang yaitu 50 m sesaat lintasan pendek yaitu 25 m. didalam spesifikasi federasi renang internasional untuk kolam ukuran olimpiade ditetapkan panjang kolam 50 m serta lebar kolam 25 m. kedalaman kolam minimum 1,35 mtr., diawali dari 1,0 m pertama lintasan sampai sangat sedikit 6,0 m dihitung dari dinding kolam yang dilengkapi balok start. kedalaman minimum di bagian yang lain yaitu 1,0 m. Lebar lintasan sangat sedikit 2,5 m dengan jarak sangat sedikit 0,2 m di luar lintasan pertama serta lintasan paling akhir.

Tiap-tiap lintasan dipisahkan dengan tali lintasan yang sama panjang dengan panjang lintasan. Tali lintasan terdiri dari rangkaian pelampung berukuran kecil pada seutas tali yang panjangnya sama juga dengan panjang lintasan.

pelampung pada tali lintasan bisa berputar-putar apabila terkena gelombang air.
(Muhammad Murni:2000)

2.11. Kerangka Berpikir

Berdasarkan teori diatas dapat dibuat skema kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

Mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang di kolam renang di Kota Semarang berkontribusi terhadap pendapatan kolam renang dari tiket masuknya. Masyarakat Kota Semarang yang menjadi murid dari mahasiswa FIK UNNES untuk belajar renang akan belajar renang seminggu sekali atau 4 kali dalam 1 bulan. Dengan kata lain, 1 murid dari mahasiswa FIK UNNES akan menjadi pengunjung tetap sebuah kolam dengan datang ke kolam rutin tiap minggunya. Dari hal tersebut mahasiswa FIK UNNES berkontribusi terhadap pendapatan bisnis kolam renang karena kolam renang mendapatkan keuntungan dengan adanya mahasiswa FIK UNNES yang menjadi instruktur renang membuat murid-murid dari mahasiswa FIK UNNES menjadi pengunjung tetap

dari kolam renang dan memberikan pendapatan kepada kolam renang. Banyaknya pengunjung kolam renang juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti produk, harga, lokasi, promosi, SDM, proses, dan kualitas pelayanan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil simpulan sebagai berikut :

Presentase kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang di atas dapat dilihat bahwa kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan kolam renang Kampoeng Semawis sebesar 8,3%, kolam renang Jatidiri sebesar 5,187%, *Jungle Toon* (Bukit Wahid) 6,976%, *Graha Wahid Club House* 9,222%, Hotel Pondok Serrata 38,666%, dan *Arcadia Club House (Mega Residence)* 21,5%. Kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang paling rendah yaitu pada kolam renang Jatidiri sebesar 5,187%. Kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan bisnis kolam renang di Kota Semarang paling tinggi yaitu pada kolam renang Hotel Pondok Serrata sebesar 38,666%. Rata-rata kontribusi mahasiswa FIK UNNES terhadap pendapatan bisnis kolam di Kota Semarang adalah 14,975%.

5.2. Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan dari hasil penelitian adalah :

- 1) Untuk pihak kolam renang harus menjaga kebersihan kolam renang, menjaga kadar kaporit dalam air di kolam renang karena mengganggu pengunjung kolam ketika berenang, dan menugaskan karyawan untuk menjaga keselamatan pengunjung jika ada pengunjung yang kurang mahir berenang untuk mengantisipasi dan meminimalisir pengunjung yang tenggelam.
- 2) Untuk mahasiswa FIK UNNES agar menjadi instruktur renang di Kota Semarang tidak hanya untuk dijadikan profesi dan menerapkan ilmu perkuliahan tetapi juga untuk menunjukkan eksistensi mahasiswa FIK UNNES di Kota Semarang. Mahasiswa FIK UNNES juga dapat meningkatkan kemampuan menjadi instruktur renang agar para pengguna jasanya selalu merasa puas dengan hasil yang didapatkan ketika belajar renang dengan mahasiswa FIK UNNES. Mahasiswa FIK UNNES juga harus meningkatkan minat menjadi instruktur renang, karena jika dilihat sekarang ini minat mahasiswa FIK UNNES untuk memanfaatkan peluang bisnis menjadi instruktur renang masih kurang padahal animo masyarakat Kota Semarang untuk belajar renang sangat tinggi sehingga peluang bisnis instruktur renang di Kota Semarang cukup besar namun tidak diimbangi dengan ketersediaan instruktur yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah dan Imam Hardjanto. 2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Bambang Priyono. 2012. *Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga*.
<http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/miki/article/view/2651> (diakses pada 19 Agustus 2014)
- Benedicta Prihatin Dwi Riyanti. 2003. *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo
- BPS.2010. *Keadaan Geografis*.
<http://semarangkota.bps.go.id/index.php/en/keadaan-geografi> (diakses tanggal 5 September 2014)
- Buchari Alma. 2000a. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- . 2011b. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Depdiknas. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- DPR. 2005. *UU Sistem Keolahragaan Nasional*.
https://www.dpr.go.id/uu/uu2005/UU_2005_3.pdf (diakses tanggal 3 Agustus 2014)
- Dumadi dan Kasiyo Dwijowinoto. 1992. *Renang Materi Metode Penilaian*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan
- Feri Kurniawan. 2012. *Buku Pintar Pengetahuan Olahraga*. Jakarta: Laskar Aksara
- Muhammad Ali. 2013. *Peneitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa
- Muhammad Murni. 2000. *Renang*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional
- Poernomo Joko. 2012. *Marketing And Sport Industry*.
<http://poernomojoko.blogspot.com> (diakses tanggal 19 Agustus 2014)
- Saifuddin Azwar. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat