

**STUDI DESKRIPTIF MOTIVASI KONSUMEN
DALAM MENGGUNAKAN JASA FITNESS CENTER KOTA SIDOARJO**

I Gede Yonathan Kristianto

Siti Rahayu, S.E., M.M.

Jurusan Manajemen/ Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Surabaya

yonathankid@yahoo.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran motivasi konsumen dalam menggunakan jasa *fitness center* di Kota Sidoarjo. Objek yang diambil adalah anggota *fitness center* di 6 lokasi *fitness center*.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *SPSS 18 for windows*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden. Data di olah menggunakan *cross tab*.

Penelitian ini menyatakan bahwa terdapat 10 motivasi yang membuat seseorang tertarik untuk melakukan latihan fisik di pusat kebugaran yaitu (1)Sumber utama informasi tentang pusat kebugaran, (2)Alasan Mengikuti Latihan Fisik, (3)Dampak Psikologis Latihan Fisik, (4)Dampak Sosial Latihan Fisik, (5)Tingkat Kondisi Fisik, (6)Penyakit Yang Dapat Dihindari, (7)Manfaat Latihan Fisik, (8)Alasan memilih lokasi pusat kebugaran, (9)Situasi di dalam pusat kebugaran dan (10)Tipe latihan responden.

Kata kunci: Motivasi konsumen, Jasa, fitness center.

ABSTRACT

This study aims to describe the motivation of consumers to use the services of fitness centers in the city of Sidoarjo. Objects taken was a member of the fitness center at 6 locations fitness center.

Data processing was performed using SPSS 18 for windows. The sampling technique used was simple random sampling. The samples used in this study was 200 respondents. Data processed using cross tab.

This study states that there are 10 of motivation that makes a person interested in doing physical exercise at the fitness center that is (1) Sources of information, (2) The Reasons behind attending fitness clubs, (3) Age and Impact of physical exercise on psychological condition, (4) Social impact of physical exercise in fitness clubs, (5) Age, Gender and Physical condition, (6) Physical exercise and Diseases, (7) Physical exercise in fitness club and its benefit on health , (8) Choice of Location of the fitness club, (9) Physical exercise and customers feeling, (10) Member preference to types of exercise.

Key words: Service Quality, Ecoserv, Ecotourism.

PENDAHULUAN

Gaya hidup yang sehat mulai banyak diminati oleh masyarakat umum. Gaya hidup sehat bisa dilakukan dengan banyak cara, seperti mengatur pola makan dengan memperhatikan asupan nutrisi dan berolahraga. Di era modernisasi, salah satu jenis kegiatan olahraga yang sedang populer adalah *fitness* karena dengan melakukan olahraga ini dapat mengubah penampilan seseorang menjadi lebih baik dan meningkatkan rasa percaya diri. Sehingga, masyarakat mulai mencoba mendatangi *fitness center*. Sekali lagi, industri kebugaran telah memberikan kontribusi dalam banyak di berbagai bidang ekonomi dalam hal menghasilkan pendapatan, pekerjaan dan sesuai fisik bangsa. Masyarakat bergabung klub kebugaran untuk alasan yang berbeda.

Dunia fitness dan kesehatan bergerak sangat cepat di dunia salah satunya negara yang termasuk cepat dalam perkembangan dunia fitness adalah Indonesia. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada periode 2009-2013 mencapai rata-rata 5,9% per tahun yang merupakan pertumbuhan ekonomi tertinggi setelah mengalami krisis ekonomi 15 tahun lalu (BBC, 2013). Proporsi masyarakat kelas menengah di Indonesia sudah mengalami peningkatan dari 36% pada 2010 menjadi 56,5% pada 2013. Sementara itu angka kemiskinan terus mengalami penurunan dari 17% pada 2004 menjadi 11,6% pada 2013. Secara spesifik, jumlah untuk kaum yang pengeluarannya diatas Rp 7,5 juta per bulan juga naik dari 2,5 juta jiwa menjadi 6,9 juta jiwa per tahun 2013. (Budiarti, G. 2013).

Kondisi ekonomi yang sedemikian rupa membawa pengaruh besar pada kemunculan industri kebugaran atau *fitness center* di Indonesia. Kemunculan *fitness center* di Indonesia ini juga mendukung pertumbuhan perekonomian dan industri olahraga. Berdasarkan Direktorat Perindustrian Departemen Perindustrian, nilai impor peralatan olahraga saat ini mencapai 39 juta dollar AS dan paling besar dari peralatan gimnastik. Hal ini juga menandai salah satu akibat mengapa *fitness center* untuk kelas menengah atas (*high end*) mengalami peningkatan dalam pertumbuhannya (Rumah Fitness, 2012).

Di Sidoarjo sendiri pertumbuhan tempat gym atau *fitness center* semakin pesat karena masyarakat Sidoarjo mulai menyadari pentingnya berolahraga

meskipun ditengah kesibukan aktivitas kerja sehari-hari. Kesadaran masyarakat Sidoarjo mengenai pentingnya olahraga membuat banyak pengusaha yang membuka peluang usaha di bidang *fitness center*. Persaingan antar sesama *fitness center* pun semakin ketat. Sehingga dibutuhkan mempelajari perilaku konsumen agar dapat dijadikan bahan referensi untuk menerapkan strategi marketing yang tepat untuk mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.

Berdasarkan wawancara dengan Adi (trainer di Forton Gym dan atlet binaraga profesional) bahwa member dari Forton Gym banyak yang berkunjung pada jam 07:00-09:00. Pada jam tersebut member Forton Gym yang berlatih sebagian besar berprofesi sebagai mahasiswa dan juga wiraswasta. Sedangkan pada jam 16:00-20:30 member yang berlatih sebagian besar adalah yang berprofesi sebagai karyawan. Rata-rata member yang ada di Forton Gym berlatih 3-4 kali dalam seminggu dan kebanyakan di hari dan jam kerja. Ada pula yang berlatih setiap hari karena memang sebagai atlet body contest ataupun body builder. Waktu akhir pekan biasanya banyak member yang berlatih di pagi hari dan melakukan kegiatan rutinitas atau bersama keluarga setelah latihan.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan di 3 tempat *gym* yaitu Forton *gym*, MI-45 dan Tivoli dengan jumlah responden 10 orang per tempat *fitness center* atau 30 orang total responden, didapatkan hasil yaitu sebagian besar pengguna *fitness center* adalah laki-laki (73,33%), sebagian besar usia responden adalah 20 – 24 tahun (63,33%), pengguna jasa *fitness center* bekerja sebagai pegawai swasta (43,33%), sebagian besar responden datang ke *fitness center* karena kesadaran diri sendiri (53,34%), responden mendatangi *fitness center* karena ingin menerapkan gaya hidup sehat (30%).

Selain itu, survei awal juga menunjukkan bahwa, sebagian besar responden merasakan efek fitnes terhadap psikologis yaitu meningkatnya keberanian, kemauan dan tanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari (40%), *fitness* juga berdampak pada kondisi sosial seperti memperoleh status sosial dan dapat berkomunikasi dengan mudah (26,66%), sebagian besar responden menganggap bahwa penyakit yang dapat dihindari dengan melakukan latihan fisik adalah obesitas (56,66%).

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Md. Jahangir Alam dan Md. Alamgir Hossain terhadap 200 responden member fitness center, menyatakan ada berbagai macam motivasi yang dimiliki pengguna *fitness center* di Bangladesh salah satunya dapat memberikan manfaat bagi kondisi psikologis dan sosial serta dapat menghindari dari berbagai macam penyakit. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motivasi konsumen dalam menggunakan jasa fitness center di Kota Sidoarjo.

TELAAH PUSTAKA

Jasa

Menurut Payne (1993), jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi mungkin saja terjadi dan produksi jasa bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik. Sedangkan menurut Tjiptono (1996), jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa Latin “*movere*” yang artinya menggerakkan. Seorang konsumen bergerak untuk membeli suatu produk karena ada sesuatu yang menggerakkan. Para peneliti mengkategorikan motivasi sebagai motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Deci (1985) mengatakan bahwa motivasi intrinsik merupakan hasil dari kebutuhan, kompetensi, otonomi, dan keterkaitan, dan juga memberdayakan keterlibatan dan kenikmatan atas motif dalam diri sendiri. Sedangkan, motivasi ekstrinsik menjelaskan bahwa seseorang terlibat dalam perilaku tertentu karena imbalan dari luar diri sendiri namun motivasi intrinsik menjadi lebih mengarah pada keinginan diri sendiri sehingga motivasi intrinsik menghasilkan hasil belajar yang lebih baik daripada motivasi ekstrinsik.

Pelletier mengungkapkan bahwa motivasi dalam olahraga dapat diukur dengan cara SMS (*Sport Motivation Scale*) yaitu alat ukur dengan mengajukan pertanyaan. Pertanyaan tersebut dikategorikan menjadi *intrinsic motivation (to*

know, to accomplish, to experience stimulation), extrinsic motivation (identified, introduce, external regulation), amotivation (Pelletier et al. 1995).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif murni yaitu penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai motivasi konsumen dalam menggunakan jasa fitness di Kota Sidoarjo. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah *Sources of information, The Reasons behind attending fitness clubs, Age and Impact of physical exercise on psychological condition, Social impact of physical exercise in fitness clubs, Age, Gender and Physical condition, Physical exercise and Diseases, Physical exercise in fitness club and its benefit on health, Choice of Location of the fitness club, Physical exercise and customers feeling* dan *Member preference to types of exercise*.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, yang disebar di 6 lokasi *fitness center*. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sejumlah 200 anggota *fitness center*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, karena peluang atau kesempatan yang tidak sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sample. Sedangkan untuk *Judgmental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan penilaian peneliti mengenai siapa yang pantas (memenuhi persyaratan) untuk dijadikan sampel. Aras pengukuran yang dipakai adalah nominal. Metode data yang digunakan adalah distribusi frekuensi dan tabulasi silang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sources of Information

Dalam penelitian ini, sebagian besar responden mengetahui dan ingin datang ke lokasi pusat kebugaran karena kesadaran diri sendiri (106 responden) dimana 57 responden tersebut berusia 20-24 tahun. Menurut Notoatmodjo (2007), informasi akan memberikan pengaruh pada pengetahuan seseorang. Meskipun seseorang memiliki pendidikan yang rendah tetapi jika ia mendapatkan informasi yang baik dari berbagai media misalnya televisi, radio atau surat kabar, maka hal

itu akan dapat meningkatkan pengetahuan seseorang dan mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan atau menimbulkan efek perilaku.

Reason Behind Attending Fitness Clubs

Dalam penelitian ini, alasan utama anggota *fitness center* mau mendatangi lokasi pusat kebugaran adalah untuk gaya hidup sehat (75 orang). Menurut Gershon, Robert dan Akihito (2012), latihan fisik atau olahraga berhubungan erat dengan motivasi intrinsik (dorongan dari dalam diri) dan ekstrinsik (dorongan dari luar). Menurut Pelletier (1993) dalam Gershon (2012) mengatakan bahwa motivasi intrinsik dalam olahraga jauh lebih baik itu mendorong seseorang untuk melakukan olahraga karena kesadaran, keinginan dan kebutuhan dari masing-masing individu untuk mencapai kebugaran yang prima.

Impact of Physical Exercise on Psychological Condition

Dalam penelitian ini membuktikan bahwa 91 orang dari 200 responden menyatakan bahwa latihan fisik dapat membantu mengembangkan keberanian, kemauan, dan tanggung jawab responden. Hal yang menarik, semua responden dengan usia ≥ 40 tahun mengatakan bahwa latihan fisik dapat menghilangkan rasa *stress* setelah aktivitas sehari-hari. Menurut Joanne, Mellisa dan Rachel (2011) manfaat latihan fisik yaitu; mengurangi *stress*, meningkatkan kreativitas dan kesehatan mental, mengurangi rasa cemas dan depresi, Meningkatkan perasaan bahagia, dan meningkatkan kepercayaan diri.

Social Impact of Physical Exercise

Dalam penelitian ini, Latihan fisik tak hanya berdampak pada kondisi psikologis anggota tetapi juga memiliki kondisi sosial anggota pusat kebugaran. 79 responden beropini bahwa dengan latihan fisik, mereka dapat mengekspresikan diri lebih lepas. Menurut Alberta *Center for Active Living* mengatakan bahwa melakukan aktivitas fisik seperti *fitness* memberikan tiga manfaat yaitu manfaat psikologi, manfaat fisik dan manfaat sosial. Manfaat sosial

adalah keuntungan yang didapatkan oleh seseorang yang melakukan aktivitas fisik yang berhubungan dengan orang lain.

Age, Gender and Physical Condition

Dalam penelitian ini, sebagian besar 106 orang dari 126 laki-laki anggota pusat kebugaran memiliki kondisi sehat. Selain pria, sebagian besar 54 orang dari 74 perempuan anggota pusat kebugaran merasa sehat. Menurut Ruhayati dan Fatmah (2011), kondisi fisik akan semakin menurun sejalan dengan bertambahnya usia, namun penurunan ini dapat berkurang, bila seseorang berolahraga teratur sejak dini. Perbedaan kebugaran antara laki-laki dan perempuan berkaitan dengan kekuatan maksimal otot, jumlah hemoglobin, hormon, kapasitas paru-paru, dan sebagainya. Sampai pubertas biasanya kebugaran pada anak laki-laki hampir sama dengan anak perempuan, tetapi setelah pubertas, kebugaran laki-laki dan perempuan biasanya semakin berbeda, terutama pada daya kardiorespiratori.

Physical Exercise and Disease

Dalam penelitian ini, sebagian besar 80 responden laki laki dan 42 responden perempuan berpikir bahwa latihan fisik dapat menghindarkan mereka dari obesitas (kegemukan). Menurut Edmud (2012) dalam buku “*The Oxford Handbook of Exercise Psychology*” mengatakan bahwa latihan fisik dapat mencegah seseorang dari berbagai macam penyakit seperti penyakit jantung, kanker, obesitas, osteoporosis dan penyakit pernafasan.

Physical Exercise in Fitness Club and Its Benefit on Health

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa 121 responden laki-laki dan 65 responden perempuan merasakan latihan fisik memberikan dampak positif bagi kesehatan karena selain dapat menghindari penyakit degeneratif juga dapat menjaga kondisi psikologis dan kondisi sosial mereka. Menurut Edmund (2012) mengatakan bahwa melakukan latihan fisik dapat memberikan keuntungan dalam kesehatan seperti mengurangi resiko penyakit kronik dan menjaga imunitas tubuh agar terhindar dari penyakit infeksi seperti influenza.

Choice of Location of The Fitness Club

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa 47 responden laki-laki dan 23 responden perempuan memilih lokasi pusat kebugaran karena pusat kebugaran menawarkan harga yang murah. Peter Sturmey (2007) mengatakan bahwa latihan fisik tidak bisa lepas dari motivasi masing individu yang berbeda-beda. Peter juga mengungkapkan motivasi intrinsik sangat berhubungan dengan latihan fisik adalah penghargaan, kompetisi, timbal balik dan pilihan (*choice*). Penelitian dalam olahraga atau latihan fisik mengungkapkan bahwa pilihan (*choice*) akan memfasilitasi seseorang untuk melakukan aktivitas fisik. Contohnya adalah tempat olahraga dekat dengan tempat tinggal, tempat olahraga memiliki fasilitas yang baik serta tenaga yang profesional dan harga murah.

Physical Exercise and Customer Feeling

Dalam penelitian ini, mayoritas pengguna jasa fitness center yang terdiri dari 116 responden laki-laki dan 67 responden perempuan mengatakan bahwa situasi saat melakukan latihan fisik di pusat kebugaran terasa sangat menyenangkan. Namun, ada 9 responden laki-laki dan 7 responden perempuan terutama di usia 20-24 tahun yang merasakan rasa bosan karena mereka menganggap situasinya monoton dan latihan yang dilakukan terbatas. Menariknya, ada 1 responden laki-laki yang merasa stress karena responden tidak bisa mengikuti ritme pelatihan dan kondisi badan sedang kurang sehat. Menurut Md Jahagir Alam mengatakan bahwa individu yang terbiasa melakukan latihan fisik akan merasakan rasa menyenangkan. Hal ini terjadi karena individu merasa butuh untuk melakukan kegiatan fitness untuk mencapai kebugaran yang maksimal. Namun, ada juga yang merasakan rasa bosan karena melakukan latihan yang sama. Sebaiknya bidang usaha fitness sering mengganti latihan materi atau bergiliran memberikan materi agar individu tidak merasa bosan.

Type of Exercise

Dalam penelitian ini, pengguna jasa fitness center yang terdiri dari 86 responden laki-laki dan 49 responden perempuan suka menggunakan alat saat latihan. Setelah itu, sisanya sebanyak 40 responden laki-laki dan 25 responden perempuan lebih menyukai latihan tanpa alat. Md Jahagir Alam (2012) menyatakan bahwa anggota pusat kebugaran lebih menyukai latihan dengan menggunakan alat. Sehingga, alasan ini dapat menjadi pertimbangan produsen jasa fitness center untuk lebih memperhatikan dan menambah jumlah alat untuk latihan fisik bagi anggota pusat kebugaran.

KESIMPULAN

Sumber utama informasi responden berkumpul di fitness center yang paling tinggi ada pada kesadaran diri sendiri yaitu sebanyak 106 responden dan 57 responden diantaranya berusia 20-24 tahun. Alasan responden bergabung di fitness center demi gaya hidup sehat sebesar 75 responden dimana 37 responden yang memilih alasan tersebut berusia 20-24 tahun. Mayoritas responden berpendapat bahwa dampak latihan fisik di fitness center pada kondisi psikologis adalah dapat membantu mengembangkan keberanian, kemauan, dan tanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari (94 responden).

Mayoritas responden berpendapat bahwa dampak sosial dari latihan fisik di fitness center dapat mengekspresikan kepribadian mereka (79 responden) dimana 34 responden diantaranya berusia 25-29 tahun. Mayoritas responden berpendapat bahwa kondisi responden saat latihan fisik dalam kondisi sehat dimana 106 responden adalah berjenis kelamin laki-laki dan 54 responden adalah berjenis kelamin perempuan. Selanjutnya, 15 responden laki-laki dan 12 responden perempuan juga mengatakan bahwa tingkat kondisi fisik mereka cukup sehat.

Mayoritas responden berpendapat bahwa dengan berlatih fisik di fitness center mereka dapat terhindar dari penyakit obesitas (80 responden laki-laki dan 42 responden perempuan). Mayoritas responden yang berpikir latihan fisik di fitness center bermanfaat bagi kesehatan sebanyak 121 responden laki-laki dan 65

responden perempuan. Mayoritas responden terlihat bahwa 47 responden laki-laki dan 23 responden perempuan memilih fitness center karena harganya murah.

Responden terbanyak menyatakan bahwa situasi di fitness center menyenangkan (116 responden laki-laki dan 67 responden perempuan). Responden anggota fitness center terbanyak memilih melakukan instrumental exercise (135 responden yang terdiri dari 86 responden laki-laki dan 49 responden perempuan) .

DAFTAR PUSTAKA

Acevedo, Edmund. 2012. *The Oxford Handbook of Exercise Psychology*. Oxford University Press, Inc : New York.

Alam, Md Jahangir, dkk. 2012. *Motivation Behind Attending Fitness Club in Bangladesh: A Surveu Study on Club Member in Sylhet*. European Journal of Business and Management, England.

Angelo, Rocco M dan Andrew N. Vladimir, 1996, *Hospitality Today An Introduction*, Educational Institute, Michigan

Budiartie, G. 2013. *Kelas Menengah Indonesia Akan Melonjak 250 persen dari*

<http://www.tempo.co/read/news/2013/05/29/090484222/Kelas-Menengah-Indonesia-Akan-Melonjak-250-Persen>

Engel, J.F dan Blackwell, R.D., Miniard, P.W, 1995. *Consumer Behavior, 8th edition*, The Dryden Press, New Jersey

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. PT Indeks, Jakarta.

- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, KL, 2006, *Marketing Management* 12e, International Edition, Upper Saddle River.
- Kotler, Philip dan Keller, Lane, 2012, *Marketing Management*, 14th edition, Pearson Education, Essex.
- Lovelock, C. H and Wright L. K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Bahasa Indonesia. PT Index Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Mangkunegara, A. P. 2005. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. PT. Refika Aditama, Bandung.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2007, *Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Perkembangan Fitness Center di Indonesia*. 2012. Dikutip dari <http://rumahfitnes.com/perkembangan-fitness-center-di-indonesia.html>
- Pertumbuhan Ekonomi RI Capai Angka Tertinggi*. 2013. Dikutip dari http://www.bbc.co.uk/indonesia/berita_indonesia/2013/08/130816_rapbn_2014_sby.shtml
- Solomon, R.M. 2009. *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*, 8th edition, Pearson Education, Upper Saddle River
- Solomon, R.M. 2011. *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*, 9th edition, Pearson Education, Upper Saddle River

Sturme, Peter. 2007. *Behavioural Case Formulation and Intervention*. John Wiley & Sons, Inc : New Jersey.

Tenenbaum, Gershon, dkk 2012. *Measurement in Sport Exercise Psychology*. *Human kinetics* : USA.

Thatcher, Joanne, dkk. 2011. *Sport and Exercise Psychology*. *British Library* : England.

Tjiptono, Fandy., 2005, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media, Malang

Zhang, Wend and Li, Yuhong. 2013. *A Study on Consumer Behavior of Commercial Health and Fitness Club A Case of Consumers in Liverpool*, Jिंगgangshang University, Ji'an, China.

<http://duniafitnes.com/training/10-fakta-terbaik-seputar-fitnes-manfaatnya.html/> Diunduh pada 9 – 3 – 2015