

PENDAHULUAN

Husdarta (2011: 69) menyatakan bahwa perkembangan olahraga di masyarakat dapat memperlihatkan banyak dimensi dan memainkan peran penting

dalam keberhasilan pembangunan. Se jauh mana sebuah pusat pelayanan jasa memperhatikan kualitas pelayanan akan selalu menjadi bahan evaluasi bagi

konsumen sehingga para konsumen tertarik untuk datang.

Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur mempunyai sarana Gedung Olahraga yang bernama GOR Lembupeteng. GOR Lembupeteng terbagi menjadi dua bagian yaitu bangunan utama *indoor* dan *outdoor*. GOR Lembupeteng tergolong bangunan baru, sehingga masih minim dengan fasilitas yang mendukung.

Fasilitas di GOR Lembupeteng merupakan bagian terpenting untuk mendukung kegiatan pengguna. Pertama lahan parkir luas, namun pengelola lahan parkir sangat terbatas untuk skala GOR Lembupeteng. Kedua, lokasi masjid berada diluar bangunan utama GOR Lembupeteng. Ketiga, toilet yang cukup, jika dibandingkan dengan skala GOR Lembupeteng. Keempat, belum memiliki *foodcourt* yang dikelola oleh GOR. Kelima, tribun berada disisi utara dan selatan lapangan didalam GOR Lembupeteng. Keenam lapangan GOR Lembupeteng dapat digunakan untuk berbagai macam olahraga, diantaranya bola basket, futsal, bulutangkis, bola voli.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap fasilitas GOR Lembupeteng. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ialah mengetahui hal yang dibutuhkan oleh pengguna serta menjadi bahan evaluasi pengelola dengan harapan masyarakat dapat menggunakan sarana GOR Lembupeteng dengan nyaman.

Daryanto (2014: 37) kepuasan ialah tingkat perasaan seseorang atau kelompok setelah membandingkan antara hasil yang diharapkan dengan harapan. Barnes dalam Daryanto (2014: 52) kepuasan ialah tanggapan konsumen terhadap kebutuhan-kebutuhannya. Disimpulkan bahwa

kepuasan ialah tanggapan perasaan seseorang atau kelompok antara hasil yang dicapai dengan harapan.

Dharmmesta (2000: 12) konsumen ialah individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan. Kotler (1997: 72) konsumen ialah penerima harga pada nilai terhadap sesuai yang diberikan. Disimpulkan bahwa konsumen ialah individu atau kelompok penerima harga berdasar nilai barang atau yang ditawarkan oleh penjual atau penyewa.

Fornell dalam Tjiptono (2011: 294) kepuasan konsumen ialah penilaian setelah melakukan pembelian secara keseluruhan. Engel dalam Daryanto (2014: 37) kepuasan konsumen ialah hasil evaluasi setelah melakukan pembelian, dimana alternatif yang di pilih memberikan hasil sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Umar (2000: 53) kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian dari pemberi kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan penyampaian oleh konsumen berupa penilaian secara spesifik dan keseluruhan yang diukur melalui tingkat perasaan setelah membandingkan antara hasil yang dirasakan dengan harapannya.

Kotler dalam Kartajaya (2009: 7) layanan ialah aktivitas yang ditawarkan oleh satu orang atau kelompok ke orang atau kelompok lainnya. Kartajaya (2009: 7) layanan ialah paradigma pembentukan kata oleh perusahaan untuk menciptakan sebuah nilai yang konstan bagi konsumen melalui produk. Disimpulkan bahwa layanan ialah aktivitas yang ditawarkan oleh seseorang atau kelompok untuk membangun paradigma kepada orang lain terhadap suatu produk. Zeithaml dalam Tjiptono (2006:

70) lima dimensi yang dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dapat diukur dari lima dimensi kualitas yaitu (a) bukti langsung (*tangible*) ialah fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi, (b) keandalan (*reliability*) ialah kemampuan pelayanan yang segera, akurat, dan memuaskan, (c) empati (*empathy*) ialah kemudahan dalam melakukan hubungan dan komunikasi yang baik, (d) daya tangkap (*responsiveness*) ialah keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap, dan (e) jaminan (*assurance*) ialah sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf dan bebas dari bahaya, risiko.

Variabel dalam penelitian ini ialah variabel tunggal yaitu tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan GOR Lembupeteng. Definisi variabel penelitian ialah; kepuasan konsumen merupakan penyampaian oleh pengguna berupa penilaian secara spesifik dan keseluruhan; kepuasan merupakan tanggapan perasaan seseorang atau kelompok antara hasil yang dicapai dengan harapan dengan melihat *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *assurances*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan metode survei dengan pendekatan studi deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif guna pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya mencari gambaran yang sistematis serta fakta yang akurat (Supranto, 2001: 237).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari – September 2018 di GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung

Subjek Penelitian

Sampel ialah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2002: 109). Teknik penelitian pengambilan sampel ialah menggunakan metode sampel kebetulan (*accidental sampling*), siapa saja yang secara kebetulan berkerumun melihat peristiwa tersebut (Adi, 2010: 111). *Accidental sampling* dalam penelitian ini ialah pengguna GOR Lembupeteng Tulungagung yang sedang melakukan kegiatan dan kebetulan ada atau dijumpai pada saat dilakukannya pengumpulan data.

Prosedur

Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Konsultasi kepada ahli/*Expertjudgement* dilakukan kepada Dr. Sigit Nugroho, M.Or.. Uji coba diambil dari pengguna jasa GOR Lembupeteng yang berjumlah 10 responden. Sebanyak 30 butir pertanyaan diajukan kepada pengunjung untuk memperoleh penilaian kepuasan layanan GOR Lembupeteng. Dari hasil uji coba 30 butir pernyataan angket, diperoleh sebanyak 6 butir pernyataan dinyatakan gugur, yaitu butir nomor 3, 6, 7, 8, 15, dan 19.

Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian ini ialah kuesioner yang berbentuk angket. Angket berisi butir-butir pertanyaan untuk di beri tanggapan oleh responden. Angket yang digunakan ialah angket tertutup, responden memilih jawaban yang telah disediakan dalam angket dengan empat alternatif jawaban : SP (sangat puas), P (puas), KP (kurang puas), SKP (sangat kurang puas). Arikunto (2010: 123) angket merupakan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian di diisi oleh

responden. Dengan skala skor sebagai berikut

Pernyataan	Alternatif Pilihan			
	SP	P	KP	SKP
Koding Nilai	4	3	2	1

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah analisis deskriptif kuantitatif dengan persentase. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *scala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Data dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu: sangat puas, puas, kurang puas, sangat kurang puas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

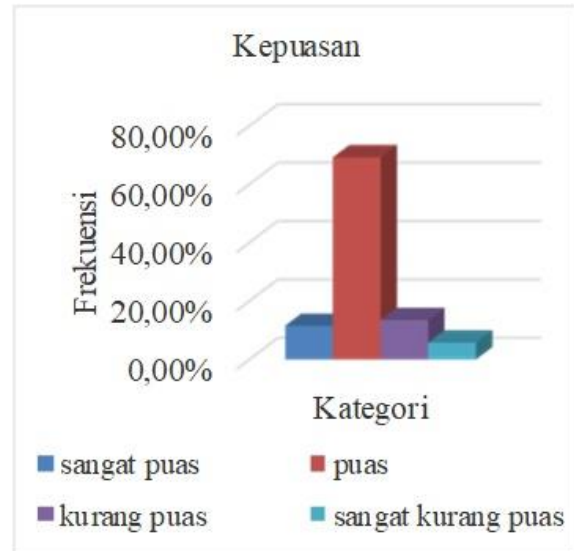
Hasil

Penelitian ini dilaksanakan di GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Pengambilan data dilaksanakan pada tanggal 3 - 22 Agustus 2018. Subjek penelitian ini ialah pengguna GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung yang terdiri dari 52 responden yang terdiri dari 42 responden data penelitian dan 10 responden data uji coba.

Hasil penelitian analisis kepuasan layanan fasilitas GOR Lembupeteng Tulungagung dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Interval	Kategori	F	%
$78 < X \leq 96$	SP	6	11,5
$60 < X \leq 78$	P	36	69,2
$42 < X \leq 60$	KP	7	13,5
$24 < X \leq 42$	SKP	3	5,8
Jumlah		52	100

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

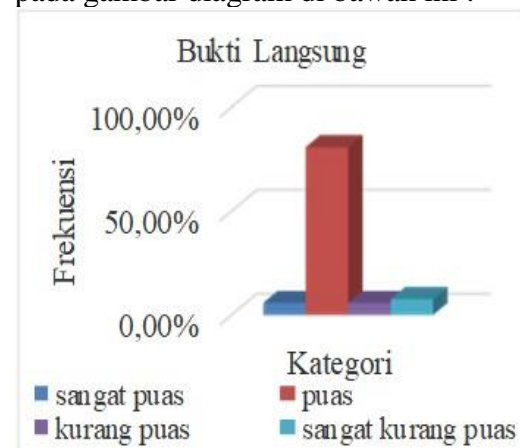


Berdasarkan tabel dan gambar di atas tingkat kepuasan layanan fasilitas GOR Lembupeteng memiliki kategori sangat puas dengan persentase sebesar 11,5% dengan frekuensi 6 dari 52 responden, pada kategori puas sebesar 69,2% dengan frekuensi 36 dari 52 responden, pada kategori kurang puas sebesar 13,5% dengan frekuensi 7 dari 52 responden, dan kategori sangat kurang puas sebesar 5,8% dengan frekuensi 3 dari 52 responden.

Deskripsi hasil penelitian masing-masing tabel analisis kepuasan layanan fasilitas GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung di uraikan sebagai berikut:

a. Faktor *Tangible* (bukti langsung)

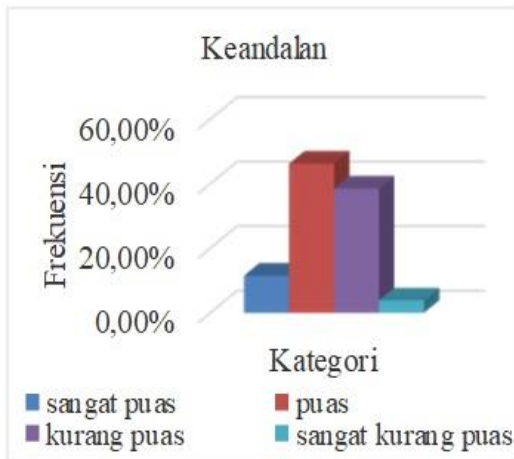
Hasil dari bukti langsung dapat dilihat pada gambar diagram di bawah ini :



Berdasarkan faktor bukti langsung memiliki kategori sangat puas dengan persentase sebesar 5,8%, pada ketegori puas sebesar 80,8%, pada kategori kurang puas sebesar 5,8%, dan kategori sangat kurang puas sebesar 7,7%.

b. Faktor Reliabilty (keandalan)

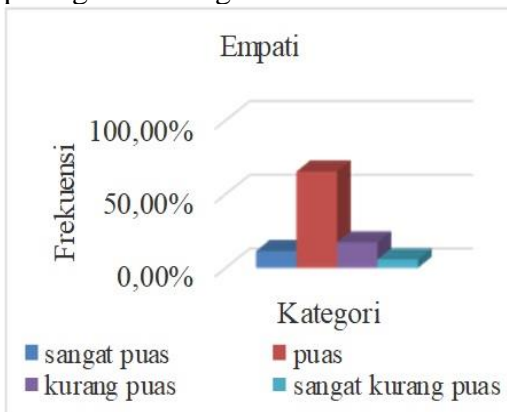
Hasil dari faktor keandalan dapat dilihat pada gambar diagram di bawah ini :



Berdasarkan faktor keandalan memiliki kategori sangat puas dengan persentase sebesar 11,5%, pada ketegori puas sebesar 46,2%, pada kategori kurang puas sebesar 38,5%, dan kategori sangat kurang puas sebesar 3,8%.

c. Faktor Empathy (empati)

Hasil dari faktor empati dapat dilihat pada gambar diagram di bawah ini :

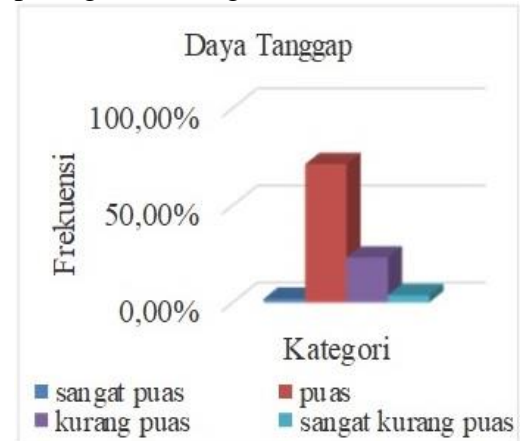


Bersadar faktor empati memiliki kategori sangat puas dengan persentase sebesar 11,5%, pada ketegori puas

sebesar 65,4%, pada kategori kurang puas sebesar 17,5%, dan kategori sangat kurang puas sebesar 5,8%.

d. Faktor Responsibility (daya tanggap)

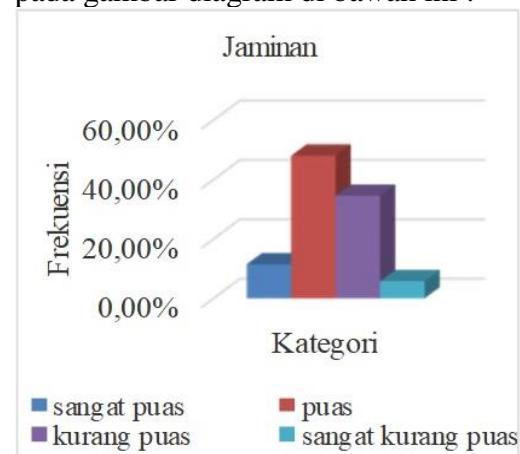
Hasil dari faktor empati dapat dilihat pada gambar diagram di bawah ini :



Berdasarkan faktor empati memiliki kategori sangat puas dengan persentase sebesar 11,5%, pada ketegori puas sebesar 65,4%, pada kategori kurang puas sebesar 17,5%, dan kategori sangat kurang puas sebesar 5,8%.

e. Faktor Assurance (Jaminan)

Hasil dari faktor daya dapat dilihat pada gambar diagram di bawah ini :



Berdasarkan faktor jaminan memiliki kategori sangat puas dengan persentase sebesar 11,5%, pada ketegori puas sebesar 48,1%, pada kategori kurang

puas sebesar 34,6%, dan kategori sangat kurang puas sebesar 5,8%.

Pembahasan

Berdasar hasil perhitungan diatas maka tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan fasilitas GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung ialah puas. Keberadaan bangunan GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung memberikan dampak yang memuaskan bagi masyarakat Tulungagung. Hal ini dikarenakan GOR Lembupeteng merupakan satu-satunya sarana yang lengkap untuk aktivitas olahraga di Kabupaten Tulungagung.

Kotler (2010: 75-76) perusahaan yang memiliki nilai-nilai keunggulan untuk bersaing dengan perusahaan lain, dapat menarik karyawan terbaik untuk mengembangkan beberapa sektor guna mempertahankan perusahaan. Pengguna dikatakan puas apabila pengguna melakukan kebiasaan perilaku berupa pengulangan penggunaan layanan fasilitas atau jasa (Riyanto, 2014: 42). Hal ini mejadi peluang pengelola GOR Lembupeteng untuk meningkatkan kepuasan layanan fasilitas GOR Lembupeteng melalui karyawan terbaik yang ditempatkan pada bidang pelayanan khususnya penjaminan penggunaan fasilitas GOR dan keandalan karyawan GOR Lembupeteng. Hasil penelitian masing-masing faktor dalam penelitian diuraikan sebagai berikut:

a. Tangiable

Analisis tingkat kepuasan layanan fasilitas yang dirasakan oleh pengguna GOR Lembupeteng ialah kategori puas. Umar (2000: 51) fasilitas layanan berdasar bukti langsung merupakan segala sesuatu yang dapat dirasakan oleh para konsumen tentang semua hal yang menyangkut dengan

keadaan konsumen selama berada di GOR Lembupeteng. Martul dalam Riyanto (2014: 32) layanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas layanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk presepsi positif bagi setiap pengguna. Seorang pengguna bernama Ahmad Suharto dalam kegiatan turnamen bola voli antar pelajar menyampaikan bahwa pada tahun ini bangunan GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung dalam kondisi bagus.

Clark (2009: 11) sarana fasilitas mempunyai waktu kelayakan yang terbatas dan membutuhkan penggantian meskipun hal kecil. Layanan fasilitas secara bukti langsung yang dapat dirasakan oleh pengguna akan digunakan pengguna secara terus menerus oleh pengguna, sehingga layanan tersebut harus lebih baik dari yang diharapkan (Smith, 2008: 106).

b. Reliability

Analisis tingkat kepuasan layanan fasilitas GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung berdasarkan faktor keandalan ialah pengguna merasakan puas. Moenir dalam Rohmadi (2015: 17) layanan fasilitas yang baik meliputi; kesadaran para pejabat dan petugas dalam pelayanan, aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, organisasi yang menjadi sistem berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, ketrampilan petugas, sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.

Rahmawati (2015: 93) perhatian yang baik kepada konsumen ialah mempengaruhi secara efektif dan memahami lebih mendalam terhadap emosi dan suasana hati konsumen,

sehingga membangkitkan kebahagiaan atau kesedihan.

c. *Empathy*

Analisis layanan fasilitas GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung berdasarkan faktor empati ialah pengguna merasakan puas. Parasuraman dalam Riyanto (2014: 33) "Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan". Murjana (2016: 111) karyawan melayani konsumen dengan baik apabila merasakan puas dengan pekerjaannya. Cahyati (2014: 70) komunikasi digunakan untuk menyampaikan pesan antara sumber dengan penerima pesan.

d. *Responsiveness*

Analisis tingkat kepuasan layanan fasilitas GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung berdasarkan faktor daya tanggap ialah pengguna merasakan puas. Rahman (2009: 83) layanan fasilitas dengan respon emosional terhadap status emosi orang lain yang konsisten memberikan kesan tersendiri bagi pengguna.

Rohmadi (2015: 10) penilaian daya tanggap dari pelayanan dan sesuatu yang bersifat emosi, maka kepuasan pelanggan akan didapat melalui pelayanan yang berkualitas dan harga yang sesuai. Smith (2008: 46) penetapan tingkat harga dan layanan fasilitas olahraga yang mudah ditebak oleh pengguna, menyebabkan keputusan pengguna untuk penggunaan fasilitas tersebut. Hal ini dievaluasi

pada akhir sesi untuk memutuskan perubahan secara signifikan supaya relevan dengan kondisi GOR

e. *Assurances*

Analisis layanan fasilitas GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung berdasarkan faktor jaminan ialah pengguna merasakan puas. GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung terdapat fasilitas parkir yang luas memudahkan pengguna untuk bebas memilih tempat parkir. Suatu pelayanan yang meyakinkan bagi pengguna dapat diperoleh jika terdapat upaya dari pengelola untuk menunjukkan dan membuktikan kualitas layanan meyakinkan sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang memuaskan (Riyanto, 2014: 20).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa analisis tingkat kepuasan layanan fasilitas GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung ialah kategori puas dengan persentase sebesar 69,2%. Persentase yang masih mendekati setengah dari 100% maka, terdapat kekurangan pada masing-masing faktor yang mempengaruhi kepuasan layanan fasilitas GOR Lembupeteng Kabupaten Tulungagung sehingga menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki kekurangan yang ada.

Saran

Peneliti selanjutnya hendaknya digunakan dengan sampel yang berbeda dan populasi yang lebih luas, sehingga diharapkan faktor-faktor yang dapat

mendukung kepuasan dapat teridentifikasi secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. (2010). Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum. Jakarta: Granit 2004
- Arikunto, S. (2002). Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta
- _____, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Cahyati, S., & Suherman, W.S. (2014). Pengembangan Media Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan Berbasis Komputer Untuk SMA. Jurnal Keolahragaan, Volume 2 Nomor 1, 69-76
- Clark, J.P. (2009). *Practical Design, Contruction and Operation of Food Facilites*. Oxford: Elsevier Inc
- Daryanto & Setyobudi, I. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media
- Dharmmesta, B.S. & Handoko T.H. (2000). Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE
- Husdarta. (2011). Sejarah dan Filsafat Olahraga. Bandung: Alfabeta
- Kartajaya, H. (2009). Service Operation. Jakarta: ESENSI Erlangga Group
- Kotler, P. (1997). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo
- _____, P. (2010). *Marketing 3.0: From Products to Customer to the Human Spirit*. Canada: Jhon Wiley & Sons, Inc
- Murjana, I.K.D., Rahyuda, K., Riana, I.G. (2016). Peran Komitmen Organisaional Memediasi Hubungan Kepuasan Kerja dengan Kualitas Pelayanan di Hotel Jimbarwana. Jurnal Buletin Studi Ekonomi, Vol. 21 No. 1, 102-114
- Rahman, F. & Tiala D. (2009). Kualitas Empati dan Intensi Prososial Mahasiswa Bimbingan dan Konseling FIP UNY: Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan, Volume 2 nomor 1, 81-94
- Rahmawati, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta: Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 12 Nomor 1, 89-98
- Riyanto. (2014). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Grand Puri Water Park Bantul. Skripsi, tidak dipublikasikan: FIK UNY
- Rohmadi, E.C. (2015). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Fasilitas Kolam Renang Alam Tirta Yonif 412 Kabupaten Purworejo Jawa Tengah. Skripsi, tidak dipublikasikan: FIK UNY
- Smith, A.C.T. (2008). *Introduction to Sport Marketing*. Oxford: Elsevier
- Supranto, J. (2001). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menentukan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono, F. (2006). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, H. (2000). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.