

BAB II

GAMBARAN UMUM ORYZA GYM SEMARANG DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN

Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan gambaran umum mengenai subjek penelitian. Subjek yang dimaksud adalah *Oryza Gym* Semarang. Hal-hal yang akan dijelaskan antara lain; gambaran umum, profil, visi dan moto, logo, struktur, layanan yang disediakan, serta peralatan fitness di *Oryza Gym* Semarang.

2.1 Gambaran Umum Oryza Gym Semarang

Oryza Gym merupakan salah satu *fitness center* yang ada di Semarang. *Oryza Gym* berada di Ruko Setiabudi Nomor 4, Jalan Kyai Mojo Semarang. *Oryza Gym* merupakan sebuah bisnis keluarga yang bergerak di bidang jasa pusat kebugaran.

Oryza Gym menyediakan berbagai *workout equipment* yang dapat digunakan sebagai alat untuk menurunkan berat badan atau membentuk tubuh menjadi proporsional dan ideal. Konsumen dapat melakukan berbagai jenis olahraga dan fitness seperti angkat beban, *body building*, *power lifting*, *endurance training*, *indoor jogging equipment*, dan lain-lain.

2.2 Profil Oryza Gym Semarang

Oryza Gym merupakan pusat kebugaran tubuh yang didirikan pada tahun 2008. *Oryza Gym* adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam menyediakan alat-alat angkat beban. Selain itu, *Oryza Gym* juga menyediakan kelas yoga sebagai variasi layanan yang disediakan.

Hal utama yang diusung oleh *Oryza Gym* adalah kenyamanan dan harga yang terjangkau sehingga konsumen dari berbagai kalangan dapat menikmati pengalaman fitness yang menyenangkan. *Oryza Gym* terbukti telah mampu bersaing dengan pesaing *fitness center* yang ada di Semarang sejak tahun 2008, hal tersebut tidak luput dari anggapan segenap *crew Oryza Gym* yang menganggap bahwa konsumen adalah “Keluarga” yang tidak hanya datang hanya sekali, untuk itu berbaur dengan para konsumen dan membuat konsumen merasa bahwa *Oryza Gym* sebagai rumah kedua merupakan prioritas bagi *Oryza Gym*.

2.3 Visi dan Moto Oryza Gym Semarang

2.3.1 Visi

Visi merupakan sebuah gambaran dan tujuan suatu lembaga atau perusahaan di masa depan. *Oryza Gym* mempunyai visi yaitu:

“Memberikan solusi sehat bagi masyarakat.”

maka *Oryza Gym* selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik bagi konsumennya dengan menganggap konsumen adalah keluarga.

2.3.2 Moto Oryza Gym Semarang

Moto merupakan kalimat, frasa, atau kata sebagai semboyan atau pedoman yang menggambarkan motivasi, semangat, dan tujuan dari suatu organisasi. Moto *Oryza Gym* yaitu:

“*Keep Healthy Keep Fun With Oryza Gym.*”

sehingga *Oryza Gym* berharap agar konsumen dapat hidup sehat dengan cara yang lebih menyenangkan.

2.4 Logo Oryza Gym Semarang

Menurut Wikipedia, logo merupakan suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo *Oryza Gym* Semarang ditunjukkan pada Gambar 2.1 berikut ini:

Gambar 2.1
Logo Oryza Gym Semarang



Sumber: Data Internal Oryza Gym (2019)

Sebuah logo tentunya mengandung makna tersirat di dalamnya. Makna logo *Oryza Gym Semarang* adalah:

1. Tulisan *Oryza Gym*

Nama *Oryza Gym* diambil dari nama latin padi yaitu *Oryza sativa*. Sejarah menggunakan nama *Oryza* yaitu karena pada tahun 1996 saat pemilik *Oryza Gym* masih merantau di Papua, terjadi krisis bahan pangan yang menimpa keluarganya. Sebuah berkat di tengah krisis sangat dirasakan manakala tetangga sang pemilik memberikan padi hasil panennya sehingga keluarga pemilik tidak kekurangan bahan pangan. Sebagai rasa syukur atas berkat yang diterima, sang pemilik memberi nama usahanya dengan nama *Oryza Gym*.

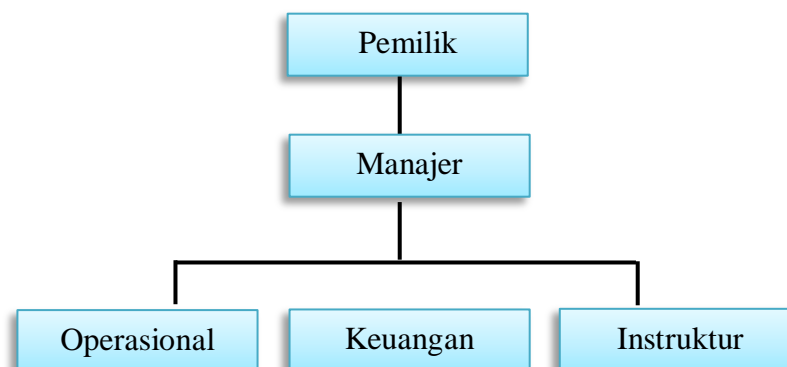
2. Lingkaran Merah Membentuk Huruf O

Huruf O melambangkan harapan usaha yang terus berputar atau tidak akan pernah berhenti. Warna merah berarti keberanian dalam menjadi *market leader* jasa *fitness center* di Semarang.

2.5 Struktur Oryza Gym Semarang

Suatu perusahaan dapat mencapai tujuan yang diharapkan ketika semua anggota yang terdapat di dalamnya memiliki fungsi dan tanggung jawab masing-masing. *Oryza Gym* sebagai perusahaan jasa memiliki struktur perusahaan yang memiliki fungsi dan tanggung jawab masing-masing dalam mempertahankan kelangsungan *Oryza Gym*. Berikut ini adalah struktur yang terdapat di *Oryza Gym*.

Gambar 2.2
Struktur Oryza Gym Semarang



Sumber: Data Internal *Oryza Gym* (2019)

Pemegang jabatan pada struktur tersebut memiliki fungsi dan tanggung jawab berbeda. Fungsi dan tanggung jawab masing-masing dijabarkan pada penjelasan berikut ini:

1. Pemilik

Fungsi : Bertanggung jawab atas keberlangsungan perusahaan.

Tugas :

- a. Menentukan strategi dan kebijakan tertinggi perusahaan.
- b. Bertanggung jawab memimpin perusahaan.
- c. Bertanggung jawab atas keputusan dalam penjualan, perjanjian, dan kerjasama dengan pihak terkait.
- d. Bertanggung jawab atas keuntungan dan kerugian yang dihadapi perusahaan.

2. Manajer

Fungsi : Merencanakan, mengkoordinasi, mengarahkan dan mengawasi kegiatan manajemen perusahaan.

Tugas :

- a. Mengatur dan mengendalikan aktivitas manajemen pemasaran perusahaan.
- b. Mengatur dan mengendalikan aktivitas manajemen operasional perusahaan.
- c. Mengatasi berbagai masalah yang dihadapi perusahaan.
- d. Mengawasi dan mengevaluasi aktivitas manajemen perusahaan.

3. Keuangan

Fungsi : Mengendalikan kegiatan keuangan dan administrasi perusahaan.

Tugas :

- a. Menerima dan memberikan penjelasan mengenai produk kepada pelanggan.
- b. Menangani registrasi pelanggan.
- c. Bertanggung jawab atas *stock opname* perusahaan.
- d. Bertanggung jawab atas laporan keuangan harian dan bulanan perusahaan.
- e. Menerima keluhan dan saran dari pelanggan untuk disampaikan pada saat *briefing*.

4. Operasional

Fungsi : Mengendalikan seluruh proses operasional perusahaan.

Tugas :

- a. Bertanggung jawab dalam penyediaan *stock* penjualan perusahaan.
- b. Menjalin hubungan kerjasama dengan *supplier* penyedia.
- c. Bertanggung jawab atas pengelolaan tata letak operasional.
- d. Bertanggung jawab atas pengelolaan peralatan fitness.

5. Instruktur

Fungsi : Mengarahkan pelanggan dalam berlatih.

Tugas :

- a. Membantu dan mengarahkan pelanggan dalam menggunakan alat fitness.
- b. Bertanggung jawab atas kebersihan dan keamanan alat fitness.

2.6 Layanan Oryza Gym Semarang

Oryza Gym menyediakan fasilitas dan layanan kebugaran tubuh. Selain sebagai *fitness center*, *Oryza Gym* juga menyediakan layanan lain, seperti:

1. Fitnes

Oryza Gym menyediakan berbagai macam alat fitnes yang lengkap. Jenis-jenis alat fitnes yang disediakan di antaranya adalah *freeweight*, *body weight training station*, dan masih banyak lagi jenis lainnya.

2. Aerobic

Oryza Gym menyediakan kelas *aerobic* yang dibuka khusus bagi para konsumen wanita. *Aerobic* dipandu oleh instruktur yang berpengalaman dan ahli.

Gambar 2.3
Aerobic di Oryza Gym Semarang



Sumber: Data Internal *Oryza Gym* (2019)

3. Yoga Swing

Selain *fitnes* dan *aerobic*, *Oryza Gym* juga memfasilitasi kelas *yoga swing* yang juga dikhususkan bagi konsumen wanita. *Yoga swing* merupakan jenis olahraga yang menggunakan properti selendang atau yang biasa disebut *hammock* untuk membantu melakukan gerakan-gerakan yoga di udara. *Yoga swing* dipandu oleh instruktur yang telah mahir dan berpengalaman di bidangnya.

Gambar 2.4
Yoga Swing di Oryza Gym Semarang



Sumber: Data Internal *Oryza Gym* (2019)

2.7 Peralatan Fitnes Oryza Gym Semarang

Oryza Gym telah mampu bertahan dalam persaingan dengan *fitness center* lain di Semarang selama lebih dari 10 tahun. Hal tersebut salah satunya didukung dari alat-alat fitnes yang disediakan. Alat-alat fitnes yang disediakan oleh *Oryza Gym* di antaranya adalah:

1. *Barbell*

Barbell merupakan sebuah besi panjang yang memiliki ukuran antara 1,2 meter hingga 2,1 meter yang pada kedua ujungnya dibebani dengan piringan

beban atau *weight plates*. Latihan dengan *barbell* dilakukan dengan mengangkat *barbell* menggunakan kedua tangan dengan tujuan untuk melatih kekuatan otot dada, otot kaki, otot bahu, dan otot punggung.

2. *Dumbbell*

Dumbbell hampir sama seperti *barbell*, hanya saja besi penyangga pada *dumbbell* lebih pendek yaitu sekitar 10 sampai 15 inchi. Latihan beban dengan *dumbbell* dilakukan dengan mengangkat *dumbbell* pada masing-masing tangan untuk melatih semua otot besar dan otot kecil pada tubuh.

3. *Bench*

Satu alat fitness yang paling umum ada pada *fitness center* adalah *bench*. *Bench* merupakan suatu tempat duduk yang sangat fleksibel yang digunakan untuk melatih otot dada, otot punggung, otot bahu dan otot-otot lainnya. Jenis *bench* ada tiga yaitu datar atau *flat*, menurun atau *decline*, dan menanjak atau *incline*.

4. *Hyper Extension Bench*

Jenis *bench* ini digunakan untuk melatih otot punggung, otot kaki, *hamstrings*, dan otot glute. *Hyper extension bench* juga dapat digunakan untuk *sit up* yang dapat melatih otot abdomen.

5. *Abdominal Bench*

Abdominal bench merupakan *bench* dengan jenis menurun atau *decline* yang biasanya digunakan untuk *sit up*. *Abdominal bench* memiliki *roller* yang dapat membantu menggantungkan kaki sehingga tidak akan jatuh dari *bench*.

6. *Fitness Bench*

Fitness bench merupakan alat berbentuk bangku yang digunakan untuk meningkatkan variasi latihan yang dilakukan. Alat ini dapat menambah variasi pada *dip*, *push up*, *jump*, dan lain sebagainya.

7. *Static Bicycle*

Sepeda statis adalah alat untuk bersepeda di dalam ruangan untuk melatih otot kaki, selain itu juga untuk membakar lemak atau *cardio*. Kecepatan dan tekanan dapat diatur sesuai dengan kemampuan konsumen.

8. *Leg Press Machine*

Leg press machine digunakan untuk melatih otot paha dan betis. Alat ini dapat ditambah beban supaya dapat menambahkan tingkat kesulitan *leg press*.

9. *Elliptical Machine*

Alat ini mempresentasikan seperti saat seseorang berjalan. *Elliptical machine* digunakan untuk melatih otot kaki dengan cara menambahkan tekanan yang harus dilakukan lebih dari ketika berjalan seperti biasa.

10. *Triceps Machine*

Alat ini digunakan untuk membentuk otot *triceps*. *Triceps machine* digunakan dengan menarik beban ke arah bawah sehingga otot *triceps* akan terlatih. Beban dapat disesuaikan dengan kemampuan konsumen.

11. *Bicep Curl Machine*

Alat ini mempunyai fungsi berkebalikan dengan *triceps machine* yaitu untuk melatih otot *bicep*. *Bicep curl machine* akan membuat seseorang

seperti sedang melakukan *bicep curl* dengan *barbell* namun dengan posisi tubuh yang lebih stabil sehingga otot yang dilatih dapat terisolasi dengan baik.

12. *Pec Deck Fly*

Alat ini berfungsi untuk mengembangkan ukuran dan definisi otot dada. Otot dada akan terisolasi saat melakukan latihan menggunakan *pec deck fly*.

13. *Lat Pull-down Machine*

Lat pull-down machine digunakan untuk membentuk otot-otot punggung seperti otot *trapezius*, otot *rhomboids*, otot *latissimus dorsi*, otot *teres major*, otot *erector spinae*. Latihan yang benar dan teratur akan dapat memperbaiki postur tubuh, punggung lebih bidang, dan pinggul lebih ramping.

2.8 Harga Jasa Orzya Gym

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga menjadi salah satu indikator yang digunakan sebuah perusahaan untuk bersaing dengan pesaingnya dalam mendapatkan konsumen. *Oryza Gym* mempunyai harga yang cukup bersahabat, sehingga mampu bersaing dengan *fitness center* lain. Berikut ini merupakan harga yang dipatok oleh *Oryza Gym*:

Tabel 2.1
Tabel Harga *Oryza Gym*

Program	Biaya	Keterangan
Registrasi	Rp 50.000,00	
Fitness		
Harian	Rp 10.000,00	Mahasiswa
	Rp 15.000,00	Umum
Freelance	Rp 25.000,00	
1 Minggu	Rp 50.000,00	
1 Bulan	Rp 100.000,00	Mahasiswa
	Rp 150.000,00	Umum
3 Bulan	Rp 350.000,00	
Cooperate	Rp 750.000,00	10 Orang
Couple	Rp 200.000,00	Pria & Wanita
Best Buddies	Rp 250.000,00	Pria & Pria / Wanita
Yogaswing		
Harian	Rp 35.000,00	Mahasiswa
	Rp 40.000,00	Umum
Freelance	Rp 50.000,00	
1 Bulan (8x)	Rp 250.000,00	Mahasiswa
	Rp 300.000,00	Umum

Sumber: Data Internal *Oryza Gym* (2019)

2.9 Identifikasi Responden

Identitas responden dibutuhkan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Penelitian ini mengambil responden sebanyak 100 orang dengan karakteristik responden saat ini berdomisili di Kota Semarang dan responden mempunyai *membership card Oryza Gym Semarang*. Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan tingkat pendidikan, usia, pekerjaan, dan lama kepemilikan *membership card Oryza Gym Semarang*.

Pengisian kuesioner penelitian dilakukan secara langsung saat bertemu dengan responden di area *Oryza Gym Semarang*. Menurut hasil data yang telah diisi oleh responden, diperoleh kondisi responden tentang jenis kelamin, tingkat

pendidikan, usia, pekerjaan, dan lama kepemilikan *membership card Oryza Gym* Semarang sebagai berikut:

2.9.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah perbedaan bentuk, sifat, dan fungsi biologi laki-laki dan perempuan yang menentukan perbedaan peran mereka dalam menyelenggarakan upaya meneruskan garis keturunan. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui *gender* atau jenis kelamin responden yang pernah menggunakan layanan dan memiliki *membership card* di *Oryza Gym* Semarang. Berikut ini telah disajikan mengenai data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2.2
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Nomor	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	61 Responden	61%
2.	Perempuan	39 Responden	39%
	Jumlah	100 Responden	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 61% dan untuk sisanya berjenis kelamin perempuan sebanyak 39%. Hal tersebut dikarenakan banyaknya laki-laki yang mempunyai harapan untuk mempunyai bentuk tubuh yang proporsional.

2.9.2 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau sekelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat pendidikan responden yang pernah menggunakan

layanan dan memiliki *membership card* di *Oryza Gym* Semarang. Berikut ini telah disajikan mengenai data responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Tabel 2.3
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Nomor	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	SMA/Diploma	55 Responden	55%
2.	S1/S2/S3	45 Responden	45%
	Jumlah	100 Responden	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.3 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini mayoritas adalah SMA/Diploma yaitu sebanyak 55% sedangkan untuk tingkat Sarjana (S1/S2/S3) terdapat 45% dari total sampel. Hal tersebut dikarenakan mayoritas konsumen *Oryza Gym* adalah mahasiswa yang mana memiliki pendidikan terakhir SMA.

2.9.3 Responden Berdasarkan Usia

Setiap pengguna layanan di *Oryza Gym* Semarang memiliki usia yang berbeda-beda sehingga menyebabkan responden dalam penelitian ini memiliki usia yang berbeda pula. Dalam penelitian ini masing-masing responden dikelompokkan ke dalam beberapa kategori usia menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia tahun 2009. Berikut disajikan data responden berdasarkan usia:

Tabel 2.4
Identitas Responden Berdasarkan Usia

Nomor	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	17-25	67 Responden	67%
2.	26-35	26 Responden	26%
3.	36-45	6 Responden	6%
4.	>45	1 Responden	1%
	Jumlah	100 Responden	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 2.4, dapat diketahui bahwa mayoritas usia responden yaitu antara 17 hingga 25 tahun sebanyak 67% dari total sampel. Hal tersebut berarti bahwa rentang usia terbanyak konsumen *Oryza Gym* adalah antara usia 17 hingga 25 tahun. Mayoritas pemilik *membership card Oryza Gym* adalah mahasiswa sehingga rentang usia mayoritas ada di usia mahasiswa.

2.9.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adanya tingkat pendidikan yang beragam menyebabkan jenis pekerjaan responden berbeda antara satu dengan yang lainnya. Hal itu menyebabkan pekerjaan responden dalam penelitian ini juga berbeda. Berikut disajikan jenis pekerjaan responden pemilik *membership card Oryza Gym* pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.5
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Nomor	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	58 Responden	58%
2.	PNS	7 Responden	7%
3.	Karyawan Swasta	20 Responden	20%
4.	Lainnya	15 Responden	15%
	Jumlah	100 Responden	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Tabel 2.5 menyebutkan bahwa mayoritas pekerjaan responden pemilik *membership card Oryza Gym* adalah mahasiswa sebanyak 58% dari total sampel. Angka tersebut menunjukkan bahwa setengah lebih persentase konsumen *Oryza Gym* adalah pelajar atau mahasiswa. Hal tersebut disebabkan karena lokasi *Oryza Gym* dekat dengan kampus Universitas Diponegoro dan kampus lainnya sehingga mayoritas konsumennya adalah mahasiswa.

2.9.5 Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan *Membership Card*

Membership card merupakan sebuah kartu yang biasanya dipakai untuk berbagai keperluan yang berhubungan dengan keanggotaan dari sebuah organisasi, perusahaan, *club*, atau sebuah perkumpulan yang lebih kecil. *Membership card* digunakan untuk menarik loyalitas konsumen karena semakin lama kepemilikan *membership card* menandakan bahwa semakin tinggi loyalitas konsumen terhadap *brand* tersebut. Lama kepemilikan *membership card* responden penelitian ini disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2.6
Identitas Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan *Membership Card*

Nomor	Lama Kepemilikan <i>Membership Card</i>	Frekuensi	Persentase
1.	1-6 bulan	26 Responden	26%
2.	7-12 bulan	32 Responden	32%
3.	1-2 tahun	19 Responden	19%
4.	> 2 tahun	23 Responden	23%
	Jumlah	100 Responden	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Tabel 2.6 menunjukkan bahwa mayoritas lama kepemilikan *membership card* responden adalah 7 sampai 12 bulan yaitu pada persentase 32% atau sebanyak 32 responden. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa lama kepemilikan *membership card* mayoritas konsumen *Oryza Gym* adalah 7 sampai 12 bulan.