

BAB II. KOLAM RENANG PANDIGA EDUCREATION SPORT

II.1. Pariwisata

Pariwisata merujuk pada istilah yang digunakan ketika seseorang melakukan perjalanan sebagai wisatawan atau dengan kata lain yaitu aktivitas yang terjadi ketika seorang pengunjung melakukan perjalanan Sutrisno (2008). Pariwisata dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan Soekadijo (2000). Sedangkan, menurut Meyers (2009), pariwisata adalah kegiatan bepergian yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu dari tempat tinggalnya ke lokasi lain, bukan untuk tinggal menetap melainkan untuk mengisi waktu luang atau liburan, serta tujuan-tujuan lainnya.

Hakikat pariwisata yaitu aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk tujuan rekreasi, pendidikan, budaya, kesehatan dan petualangan.

Aspek utama pariwisata meliputi:

- Motivasi Perjalanan yaitu rekreasi, eksplorasi budaya, edukasi, kesehatan dan petualangan.
- Komponen Pariwisata destinasi, transportasi, akomodasi, aktivitas dan fasilitas layanan.

Pariwisata di Indonesia masih sangat penting karena beberapa alasan, diantaranya yaitu sektor pariwisata berkontribusi besar pada ekonomi negara dengan menghasilkan devisa dari wisatawan internasional dan menciptakan banyak lapangan kerja di berbagai bidang seperti perhotelan, transportasi dan layanan pariwisata. Selain itu, pariwisata memberdayakan komunitas lokal dengan membantu pengembangan usaha kecil dan menengah yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Pariwisata sudah menjadi bagian dari tradisi di Indonesia karena setiap memasuki hari libur nasional atau memasuki libur panjang, sebagian besar dari masyarakat lebih memilih berjalan jalan keluar kota dan menikmati wisata-wisata yang ada dikota lain. Pariwisata sulit dihilangkan dari kebiasaan karena memiliki banyak manfaat. Orang

membutuhkan liburan dan waktu untuk bersantai serta melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari. Selain itu, melalui pariwisata orang dapat mempelajari budaya baru, sejarah dan tradisi yang berbeda serta mendapatkan pengalaman. Selain menambah tempat berlibur baru, pariwisata juga memainkan peran penting dalam pelestarian budaya dan alam, banyak destinasi wisata yang berfokus pada budaya dan sejarah sehingga pariwisata membantu dalam upaya pelestarian tersebut melalui kesadaran yang dihasilkan dari kunjungan wisatawan.

II.1.1. Jenis Jenis Wisata

Menurut Pendit (2004), ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

- Wisata budaya adalah, jenis perjalanan yang dilakukan dengan tujuan memperluas wawasan seseorang melalui kunjungan ke lokasi lain, baik didalam negeri maupun diluar negeri. Dalam perjalanan ini seseorang mempelajari kehidupan masyarakat setempat, kebiasaan, adat istiadat dan kebudayaan atau seni.
- Wisata kesehatan, perjalanan yang dilakukan seseorang dengan tujuan untuk mengubah lingkungan dan keadaan sehari-harinya demi kepentingan fisik dan mentalnya.
- Wisata olahraga, perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan dengan tujuan untuk berolahraga atau berpartisipasi aktif dalam acara olahraga di suatu lokasi atau negara tertentu.
- Wisata komersial, wisata yang mencakup perjalanan untuk menghadiri pameran dan pekan raya yang berfokus pada kegiatan seperti pameran industri, pameran dagang dan sejenisnya.
- Wisata industri, perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok pelajar, mahasiswa atau masyarakat umum ke kawasan industri dengan tujuan melakukan pengamatan dan penelitian.
- Wisata Bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut.

- Wisata cagar alam, jenis wisata yang biasanya diatur oleh agen atau biro perjalanan yang fokus pada penyelenggaraan wisata ke lokasi atau daerah yang dilindungi seperti cagar alam, taman-lindung, hutan dipegunungan dan sebagainya yang dimana kelestarian tempat-tempat tersebut dijaga oleh undang-undang.
- Wisata bulan madu, jenis perjalanan yang diadakan khusus untuk pasangan pengantin baru dengan menyediakan fasilitas-fasilitas khusus untuk memastikan pengalaman perjalanan yang menyenangkan dan tidak terlupakan.

II.1.2. Objek Wisata Kolam Renang

Kolam renang adalah tempat atau fasilitas yang dirancang untuk berenang dan rekreasi air. Biasanya terdiri dari bak air yang dalam, dilengkapi dengan sistem filtrasi dan sirkulasi. Kolam renang memiliki jenis dan fungsi yang berbeda. Kolam renang dapat dibedakan menjadi beberapa tipe menurut pemakaian, letak dan cara pengisian airnya Rozanto (2015). Menurut Elpizunti (2001) macam- macam kolam renang dipandang dari segi lokasinya dibedakan menjadi dua macam yaitu:

- *Indoor pool* yaitu kolam renang yang berlokasi di halaman perumahan atau pemukiman penduduk. Kolam renang seperti ini biasanya diperuntukan untuk perorangan atau kelompok yang digunakan untuk keluarga atau tamu tamunya.
- *Outdoor pool* yaitu kolam renang yang berlokasi di luar halaman pemukiman penduduk. Kolam renang ini diperuntukkan untuk umum.

Selain dibedakan menjadi dua bagian, kolam renang dibagikan juga menjadi beberapa jenis pemakaian yaitu:

- Kolam renang perorangan (*private swimming pool*) adalah kolam renang milik pribadi yang terletak di rumah perseorangan.
- Kolam renang semi umum (*semi public swimming pool*) adalah kolam renang yang biasanya terdapat di hotel, sekolah atau

perumahan sehingga tidak semua orang dapat menggunakannya.

- Kolam renang umum (*public swimming pool*) adalah kolam renang yang diperuntukkan untuk umum dan biasanya terdapat di perkotaan.

Menurut Elpizuniati (2001) dan Rozanto (2005), berdasarkan cara pengisian air dalam pemandian umum buatan termasuk kolam renang, dapat dibedakan menjadi 3 tipe, yaitu :

- *Fill and draw pool*, merupakan proses pengisian air kolam renang yang dilakukan dengan mengganti air secara keseluruhan ketika kondisinya kotor. Penentuan kapan air perlu diganti secara keseluruhan dapat ditentukan berdasarkan pengamatan kondisi fisik air atau jumlah pengguna kolam renang.
- *Flow trough pool*, yaitu sistem aliran yang dimana air dalam kolam renang terus menerus digantikan dengan air yang baru. Meskipun dianggap sebagai tipe yang optimal, sistem ini memerlukan pasokan air yang signifikan dari satu sumber air alami.
- *Recirculation pool*, merupakan jenis pengisian air kolam renang yang airnya dialirkan secara melingkar dan terdapat proses penyaringan untuk menghilangkan kotoran didalam filter-filter.

Keadaan air yang bersih dapat mengurangi risiko penyakit menular yang dapat ditularkan melalui air. Persyaratan kesehatan untuk air kolam renang mencakup standar fisik, kimia dan mikrobiologi yang harus terpenuhi (Shallichah Talita 2017).

II.2. Kolam Renang Pandiga *Educreation Sport*

Kolam renang Pandiga adalah sebuah tempat kolam renang umum yang bertempat di Cimahi, lebih tepatnya di Cimahi Utara, Jalan Sirnarasa No.11. Berdiri sejak tahun 2008 hingga saat ini. Pandiga *Educreation Sport* mempersembahkan sarana olah raga dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat yang saat ini menginginkan sebuah tempat yang dapat memberikan nilai tambah.

Kolam renang Pandiga juga menyediakan suasana yang asri, sehingga pengunjung tidak hanya dapat melepaskan penat dari rutinitas harian, tetapi juga bisa menikmati hidangan istimewa dari Hanjuang *Cafe & Resto*. Untuk anak-anak dapat menikmati keceriaan bermain air di kolam renang khusus anak yang representative juga mencoba aktivitas *outdoor* yang sudah sediakan, semua dalam satu kesatuan tempat dan waktu sehingga para pengunjung tidak perlu membuang-buang waktu yang berharga. Pandiga Educreation Sport memiliki tiga jenis kolam renang yang bisa digunakan untuk anak kecil hingga dewasa. Kolam renang khusus anak kecil bisa langsung dilihat ketika baru memasuki area kolam, memiliki oval yang mempunyai kedalaman 20 cm dan bentuknya oval membedakan dengan kolam kolam lainnya.



Gambar II. 1 Jenis Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)



Gambar II. 2 Jenis Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Kolam renang kedua mempunyai kedalaman 1 meter, biasa digunakan anak sd ketika sedang belajar berenang, bentuknya persegi panjang agar memudahkan ketika sedang belajar berenang.



Gambar II. 3 Jenis Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

Kolam renang selanjutnya mempunyai kedalaman 1,8 meter, kolam renang ini biasa digunakan orang dewasa ketika sedang berenang, mempunyai bentuk yang jauh lebih besar dan lebar dari kolam sebelumnya, kolam ini biasa digunakan untuk pelatihan.

II.2.1. Profil dan Sejarah Pandiga Educreation Sport

Pandiga Educreation Sport awalnya berupa gor badminton lalu ada penambahan fasilitas berupa kolam renang, area *outbond*, *venue event wedding*, *gathering*, *cafe and resto*. Mulai berdiri sejak tahun 2008 hingga sekarang, berlokasi di Jalan Sirnarasa nomor 11 Cihanjuang, Cimahi Utara, kolam ini mempunyai akses yang mudah untuk dikunjungi karena lokasinya tidak terlalu jauh. Mempunyai jam operasional dari jam 8 pagi hingga jam 6 sore. Mempunyai banyak keunggulan salah satunya tempat atau lingkungan bersih dan nyaman, parkir luas dan aman, karyawan sopan santun dan ramah dan lingkungan tentram. Untuk harga tiket masuk pada hari biasa

dikenakan tarif biaya Rp30.000 dan pada hari libur dikenakan tarif biaya Rp35.000 ada kenaikan sedikit pada hari libur.

II.2.2. Fasilitas di Kolam Renang Pandiga Educreation Sport

Pandiga Educreation Sport memiliki beberapa fasilitas yang cukup nyaman, bersih dan luas, berikut beberapa fasilitas:

1. Tempat Parkir

Tempat parkir motor yang bisa menampung lebih dari 20 motor, terdapat pos keamanan untuk menjaga kendaraan dari hal-hal yang tidak di inginkan. Dikenakan tarif Rp2.000 ketika parkir disini. Tempat parkir mobil yang bisa menampung lebih dari 15 mobil. Untuk kendaraan berat seperti mobil, bus dikenakan tarif Rp5.000 ketika parkir disini. Parkir motor terletak disebelah kiri.



Gambar II. 4 Fasilitas Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)



Gambar II. 5 Fasilitas Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

2. *Receptionist* dan *Cashier*

Receptionist, tempat atau seseorang yang menyambut dan melayani tamu atau pengunjung di area depan. Terletak disebelah kanan ketika memasuki pintu masuk Pandiga Educreation Sport. *Cashier*, seseorang yang bertugas menangani transaksi keuangan di sebuah tempat atau toko. Tugas utama kasir yaitu menerima pembayaran dari pelanggan, memberikan kembalian dan mencatat transaksi. Pembayaran bisa melalui uang tunai, non-tunai dan transfer. *Cashier* terletak disebelah kiri ketika memasuki pintu masuk Pandiga Educreation Sport.



Gambar II. 6 Fasilitas Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)



Gambar II. 7 Fasilitas Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

3. Kafetaria

Kafetaria, tempat memesan dan memasak makanan atau minuman yang dipesan. Terletak di area kolam renang agar memudahkan ketika ingin pesan makan atau minum, makanan dan minuman dapat dibawa ke area kolam. Terdapat beberapa jenis makanan dan minuman, termasuk makanan berat dan ringan.



Gambar II. 8 Fasilitas Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

4. Loker Penyimpanan Barang

Loker penyimpanan barang tersedia untuk menyimpan barang-barang pribadi seperti tas, baju ganti, barang berharga, sepatu atau sandal. Terdapat 70 loker yang bisa digunakan dan disini juga menyediakan pelampung untuk belajar berenang, dikenakan tarif Rp.10,000 per orang untuk menyewa pelampung. Terletak disebelah kiri area kolam agar memudahkan pengunjung ketika ingin mengambil atau menyimpan barang. Lalu disebelah ruang loker terdapat kamar ganti dan kamar mandi, memiliki kebersihan yang terjaga dan rapih sehingga ketika memasuki area kamar ganti atau kamar mandi tidak tercium aroma yang tidak sedap.



Gambar II. 9 Fasilitas Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

5. Tempat untuk Menunggu atau Beristirahat

Jika ada barang berharga bisa disimpan di loker yang sudah disediakan. Terletak disebelah kanan sebelah kolam renang, mempunyai 20 meja dan kursi yang disediakan untuk digunakan para pengunjung.



Gambar II. 10 Fasilitas Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

II.2.3. Visi Misi

Setiap tempat atau perusahaan pasti memiliki visi misi yang tujuannya untuk menargetkan tujuan dan harapan pemilik tempat atau perusahaan tersebut. Visi bisa diartikan sebagai gambaran ideal jangka panjang tentang apa yang ingin dicapai oleh tempat atau perusahaan di masa depan. Visi bersifat inspiratif dan memberikan arah strategis, lalu misi punya arti sebagai pernyataan konkret tentang tujuan utama organisasi dan bagaimana cara mencapainya. Misi menjelaskan apa yang dilakukan organisasi dan siapa yang dilayani. Berikut visi misi yang dimiliki oleh Pandiga Educreation Sport:

- **Visi**

- i. Menjadikan Pandiga Educreation Sport sebagai tujuan utama warga kota Cimahi untuk berolahraga terutama olahraga renang dan bulutangkis.
- ii. Menjadikan Pandiga Educreation Sport tempat olahraga dan venue event terbaik di Cimahi.

- **Misi**

- i. Menyediakan tempat berolahraga di Cimahi dengan fasilitas yang jauh lebih nyaman dan bersih.
- ii. Mengakomodasi lebih banyak *event* di Pandiga Educreation Sport.

II.3. Analisis Permasalahan

Opini masyarakat ini diperoleh dari pengisian kuesioner dan wawancara terhadap salah satu *staff* di kolam renang Pandiga Educreation Sport. Pengisian kuesioner ini dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut dari masyarakat mengenai kolam renang Pandiga Educreation Sport.

II.3.1. Observasi Lapangan

Pandiga Educreation Sport memiliki fasilitas yang bersih dan nyaman, kolam yang cukup besar dan bersih, lingkungan yang bersih dan bebas dari sampah. Berikut ada beberapa dokumentasi dari hasil observasi di kolam renang tersebut:



Gambar II. 11 Observasi Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

Gambar II.11 menampilkan lahan kosong yang bisa digunakan untuk acara, terdapat beberapa tenda dan kursi untuk digunakan berteduh, menunggu, menyimpan barang seperti handuk, tempat minum, tempat makan atau yang lainnya, disediakan tempat sampah di setiap tenda untuk mempermudah ketika ingin membuang sampah. Terlihat tidak ada sampah berserakan dan terlihat juga suasana yang bersih dan tentram.



Gambar II. 12 Observasi Kolam Renang Pandiga Educreation Sport
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

Gambar II. 12 menampilkan kolam khusus dewasa, jika dilihat dari warna airnya terlihat mempunyai kualitas air yang bersih, bagus dan terawat, tidak ada sampah atau genangan air kotor, perawatan tanaman diperhatikan sehingga terlihat lebih bagus dan bersih.

II.3.2. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang kolam renang Pandiga Educreation Sport, wawancara adalah pertemuan dimana orang bertemu untuk berbicara, bertanya dan mendapatkan informasi, wawancara sering digunakan ketika seleksi pekerjaan atau penelitian. Menurut Berger (dalam Kriyantono, 2020, h. 289) wawancara merupakan percakapan antara periset (seseorang yang ingin mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang dinilai mempunyai informasi penting terhadap satu objek). Tujuan wawancara yaitu untuk mengetahui lebih banyak informasi secara lisan pembentukan responden untuk berkomunikasi secara langsung. Perancang memiliki kesempatan mewawancarai pak Aji bekerja sebagai marketing dikolam renang Pandiga Educreation Sport. Pertanyaan yang diajukan yaitu mengenai lokasi, harga tiket masuk, keunggulan, fasilitas dan jam operasional. Narasumber yang di wawancarai adalah pak Aji yang bertugas dibagian marketing.

Pandiga Educreation Sport mempunyai beberapa fasilitas yaitu kolam renang, gor badminton, *cafe and resto*, *outbond* anak tk dan gedung serbaguna, pada tahun lalu terdapat gor futsal yang sekarang dialihkan menjadi gor badminton dikarenakan kurangnya peminat. Untuk tiket masuk dikenakan tarif Rp30.000 pada hari biasa dan Rp35.000 pada hari libur, ada kenaikan seharga Rp5.000 pada hari libur, dan untuk tarif kendaraan beroda dua dikenakan harga Rp2.000 per kendaraan dan roda empat dikenakan harga Rp5.000 per kendaraan. Harapan dari beliau untuk kedepannya yaitu kolam renang Pandiga Educreation Sport bisa dikenal oleh lebih banyak masyarakat luar Cimahi dan menjadikan kolam renang ini menjadi yang terbaik di Cimahi.

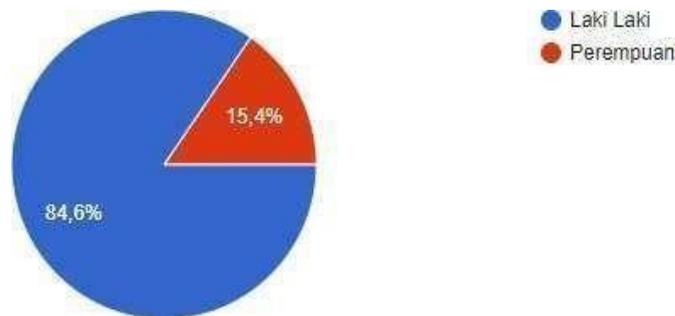


Gambar II. 13 Kegiatan Wawancara
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

II.3.3. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden. Menurut Sugiyono (2017) kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang disampaikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat mengandung pertanyaan terbuka, tertutup atau kombinasi dari keduanya. Tujuan kuesioner adalah mendapatkan data yang dapat dianalisis untuk memahami pendapat dan perilaku. Dalam perancangan ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data tentang promosi Kolam Renang Pandiga. Kuesioner berisikan total 14 pertanyaan. Adapun hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh responden sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

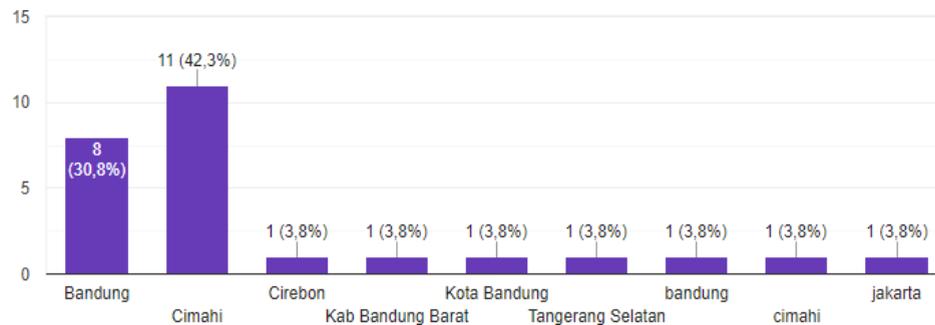


Gambar II. 14 Diagram Kuesioner Mengetahui Jenis Kelamin Responden

Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jumlah rata rata usia yang di input oleh para responden. Dalam jumlah tersebut dibagi menjadi 92,6% dengan rentan usia 21- 25 tahun, 3,7% dengan rentan usia 17-20 tahun dan 3,7% dengan rentan usia 25-30.

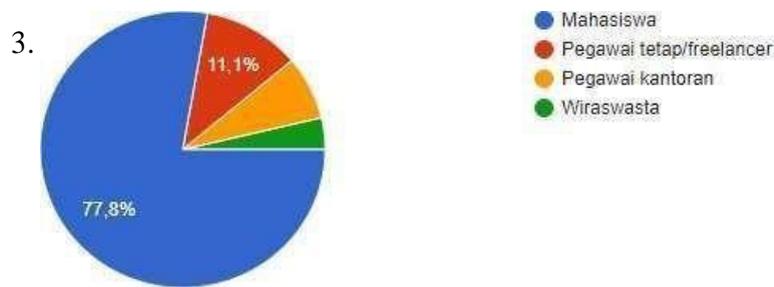
2. Domisili



Gambar II. 16 Diagram Kuesioner Mengetahui Domisili Responden

Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jumlah rata rata domisili yang diinput oleh para responden. Dalam jumlah tersebut dibagi menjadi 38,4% domisili Bandung, 46,1% domisili Cimahi, 3,8% domisili Cirebon, 3,8% domisili Kab Bandung Barat dan 3,8% Jakarta.



Gambar II. 17 Diagram Kuesioner Mengetahui Status Responden
 Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jumlah rata-rata status yang diinput oleh para responden. Dalam jumlah tersebut dibagi menjadi 77,8% berstatus mahasiswa, 11,1% berstatus pegawai tetap/*freelancer*.

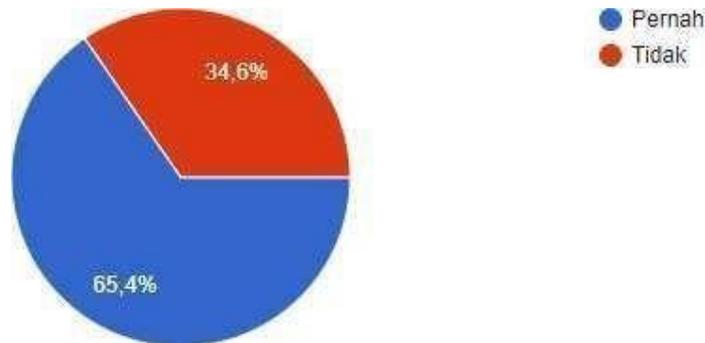
4. Pendapatan



Gambar II. 18 Diagram Kuesioner Mengetahui Pendapatan
 Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jumlah rata-rata pendapatan yang diinput oleh para responden. Dalam jumlah tersebut dibagi menjadi 38,5% untuk yang belum berpenghasilan, 23,1% berpendapatan dibawah 1jt, 23,1% berpendapatan diantara 1-5jt dan 15,4% berpendapatan diantara 5-10jt.

5. Apakah anda pernah mendengar Pandiga Educreation Sports di daerah Cimahi?



Gambar II. 19 Diagram Kuesioner Pertanyaan dari Responden
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jumlah rata rata pendapatan yang diinput oleh para responden. Dalam jumlah tersebut dibagi menjadi 65,4% menjawab pernah dan 34,6% menjawab tidak.

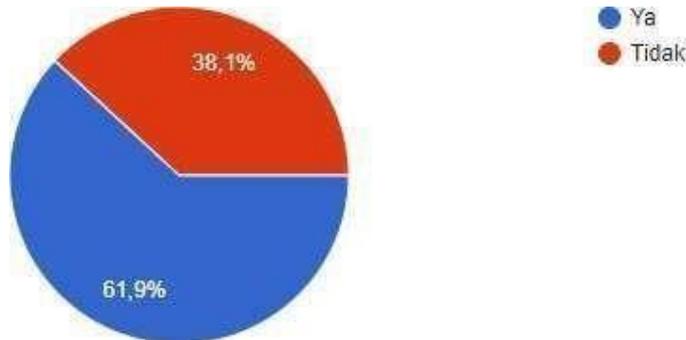
6. Jika pernah, apa yang muncul di pikiran anda tentang hal tersebut?



Gambar II. 20 Diagram Kuesioner Pertanyaan dari Responden
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jawaban jika anda memikirkan Pandiga Education Sports adalah kolam renang dan tempat olahraga.

7. Jika pernah, apakah anda berkeinginan untuk mengunjunginya lagi?



Gambar II. 21 Diagram Kuesioner Pertanyaan dari Responden
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jumlah rata-rata pendapatan yang diinput oleh para responden. Dalam jumlah tersebut dibagi menjadi 61,9% menjawab ya dan 38,1% menjawab tidak.

8. Apa yang membuat anda ingin kembali lagi ke Pandiga Educreation Sports? Mohon deskripsikan dengan singkat



Gambar II. 22 Diagram Kuesioner Pertanyaan
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jawaban apa yang membuat anda ingin kembali lagi ke Pandiga Education Sports yaitu tempatnya nyaman dan dekat dengan rumah.

9. Jika anda ingin pergi ke Pandiga Educreation Sports, tempat seperti apa yang anda bayangkan?

-
Kolam renang dengan tempat yang cukup luas
tempat olahraga
Tempat untuk berolahraga
Yang sepi tidak banyak pengunjung
Tempat olahraga yang luas
Top service
Nyaman untuk di kunjungi
Tempat yg bersih dan terawat

Gambar II. 23 Diagram Kuesioner Pertanyaan dari Responden
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jawaban jika anda ingin pergi ke Pandiga Educreation Sports, tempat seperti apa yang anda bayangkan? Yaitu kolam renang dengan tempat yang cukup luas, tempat olahraga dan tempat yang bersih dan terawat.

10. Apakah yang membuat anda tertarik sehingga menentukan tempat untuk pergi ke Pandiga Educreation Sport jika ingin berenang?

Belum pernah
Jaraknya yg dekat
Fasilitas lengkap
tidak
Kolam renang luas dengan air yang bersih
Jarak yang tidak terlalu jauh
Tempat yg nyaman
Dekat dari rumah
Banyak jenis kolam yg ada

Gambar II. 24 Diagram Kuesioner Pertanyaan dari Responden
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jawaban Apakah yang membuat anda tertarik sehingga menentukan tempat untuk pergi ke Pandiga Educreation Sport jika ingin berenang? Yaitu jarak yang dekat, tempat yang nyaman dan memiliki fasilitas yang bersih dan lengkap.

11. Menurut anda asilitas apa saja yang membuat anda senang dan nyaman ketika berada di dalam Pandiga Educreation Sports ini?



Gambar II. 25 Diagram Kuesioner Pertanyaan dari Responden
Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jawaban Menurut anda asilitas apa saja yang membuat anda senang dan nyaman ketika berada di dalam Pandiga Educreation Sports ini? Yaitu loker yang *safety*, tempat yang bersih, toilet dan kamar ganti yang bersih dan *washing room* yang nyaman.

12. Saat anda berenang di Pandiga Educreation Sports, suasana seperti apa yang anda inginkan?



Gambar II. 26 Diagram Kuesioner Pertanyaan dari Responden
 Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jawaban Saat anda berenang di Pandiga Educreation Sports, suasana seperti apa yang anda inginkan? Yaitu tempat yang nyaman, sepi, tenang, dan tidak terlalu ramai/gaduh oleh pengunjung.

13. Dari mana saja anda biasanya mendapatkan informasi tentang Pandiga Educreation Sports



Gambar II. 27 Diagram Kuesioner Pertanyaan dari Responden
 Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

Dalam studi kuesioner didapatkan jumlah rata-rata para pengunjung mendapatkan informasi tentang Pandiga Educreation Sports. Dalam jumlah tersebut dibagi menjadi 42,3% oleh media sosial, 0% oleh media cetak, 38,5% oleh mulut ke mulut dan 65,4% oleh teman.

II.3.4. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu teknik evaluasi yang dimanfaatkan untuk mengidentifikasi keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu situasi atau konteks tertentu.

Yang dibagi dalam komponen berikut:

a. *Strength* (Kekuatan)

- Sangat memperhatikan kebersihan dan fasilitas
- Tempat yang sangat nyaman dan tidak terlalu ramai
- Fasilitas kolam yang bagus dan bersih

b. *Weakness* (Kelemahan)

- Promosi pada sosial media yang kurang aktif atau kurang konsisten
- Harga yang cukup mahal
- Kurangnya daya tarik

c. *Opportunity* (Peluang/Kesempatan)

- Dikarenakan hanya promosi di sosial media yang terlihat kurang, jika Kolam Renang Pandiga lebih meningkatkan promosi atau lebih sering melakukan promosi di sosial media, diharapkan kedepannya Kolam Renang Pandiga akan lebih ramai pengunjung daripada saat ini.

d. *Threat* (Ancaman)

Dikarenakan kurang aktifnya pengelolaan di sosial media, dikhawatirkan kedepannya Kolam Renang Pandiga akan kalah saing dengan kolam renang yang ada di sekitarnya yang lebih aktif mengelola sosial media.

Tabel II. 1 Analisis SWOT *Matrix*
 Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

SWOT MATRIX	<p>Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pandiga sangat memperhatikan kebersihan mulai dari kolam, fasilitas dll • Tempat yang sangat nyaman dan tidak terlalu ramai • Mempunyai fasilitas yang bagus dan kolam yang bagus 	<p>Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promosi pada sosial media yang kurang aktif atau kurang konsisten • Harga yang cukup mahal • Kurang daya tarik
<p>Opportunity (O)</p> <p>Tempat yang lebih mengutamakan orang yang sedang latihan</p>	<p>Strategy (S-O)</p> <p>Menjadikan Pandiga sebagai kolam renang terbaik di Cimahi dengan konsep yang minimalis,</p>	<p>Strategy (W-O)</p> <p>Pengelolaan media sosial dengan lebih baik, lebih tersusun,</p>

<p>berenang atau atlet sehingga tempatnya tidak terlalu ramai oleh anak kecil.</p>	<p>fasilitas bagus dan tempat yang nyaman.</p>	<p>lebih sering untuk <i>upload</i> diberbagai media sosial sehingga Pandiga dapat lebih dikenal oleh luar kota cimahi.</p>
<p><i>Threat (T)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak kolam renanglainnya yang mempunyai fasilitas lebih banyak • Kurang aktif di media sosial sehingga dikhawatirkan kedepannya kolam renang Pandiga akan kalah saing dengan kolam renang yang ada di sekitarnya 	<p><i>Strategy (S-T)</i></p> <p>Melakukan manajemen mediasosial serta menciptakan promosi yang menarik atau informatif dapat meningkatkandaya tarik, dengan menambahkan lokasi di <i>platform</i> media sosial untukmencapai lebih banyak <i>audiens</i>.</p>	<p><i>Strategy (W-T)</i></p> <p>Membuat promosi yang lebih menarik dan aktif, membuat promosi lebih banyak dari biasanya, membuat konten promosi yang informatif.</p>

II.3.5. Analisis Media Promosi Kolam Renang Pandiga Educreation Sport

Tujuan dari menganalisis media promosi adalah untuk memahami efektivitas dan dampak dari kampanye promosi yang dilakukan, analisis ini bertujuan untuk:

- Mengukur efektivitas yaitu menilai sejauh mana media promosi berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- Perbaiki strategi yaitu mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan dalam strategi promosi yang telah dilakukan.
- Pemahaman tren yang sedang ramai dapat membantu dalam pembentukan konsep yang selanjutnya akan digunakan.

Dengan melakukan analisis media promosi, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih banyak, meningkatkan efektivitas dalam merancang konsep dan mencapai tujuan pemasaran dengan lebih baik. Pandiga sudah melakukan media promosi menggunakan berbagai macam media yaitu media poster dan media iklan video. Berikut ada beberapa contoh iklan video dari kolam renang Pandiga Educreation Sport. Berikut contoh media poster:



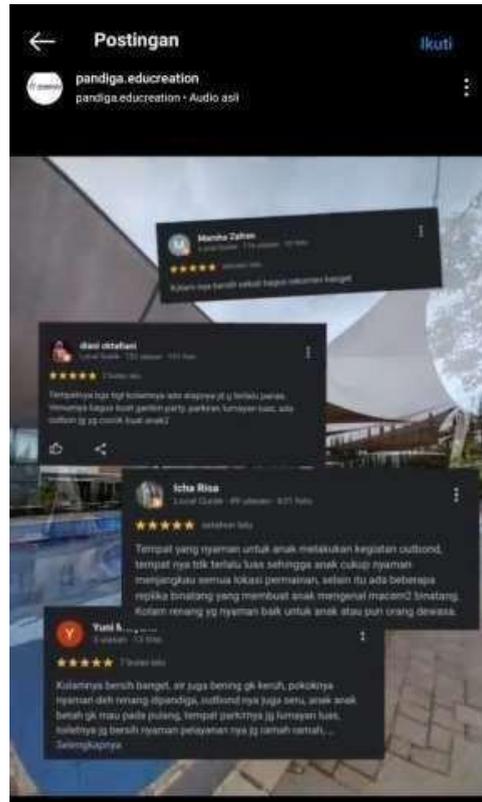
Gambar II. 28 Poster Media Promosi
Sumber : Instagram Pandiga Educreation Sport

Desain poster yang digunakan sangat kurang menarik perhatian, penggunaan *font* dan ukuran *font* kurang masuk dengan foto dibelakangnya sehingga membuat yang melihat merasa tidak terlalu antusias ketika melihat poster ini.



Gambar II. 29 Video Iklan Media Promosi
Sumber : Instagram Pandiga Educreation Sport

Pada cuplikan pertama di dalam video tersebut hanya menampilkan teks yang bertuliskan “*what do they say about us*” yang mempunyai arti “apa yang mereka katakan tentang kami (kolam renang Pandiga Edcreation Sport)” dilihat dari konsep video dan penggunaan teks yang digunakan pada video tersebut sudah terlihat sangat jadal, tata letak teks yang kurang tepat membuat video terlihat kurang menarik perhatian.



Gambar II. 30 Video Iklan Media Promosi
 Sumber : Instagram Pandiga Educreation Sport

Lalu berikutnya pada tampilan selanjutnya hanya menampilkan potongan-potongan komentar dari beberapa pengunjung terhadap kolam renang Pandiga Educreation Sport ini, penggunaan konsep video tersebut sangat kurang menarik perhatian masyarakat karena tidak adanya narasi sebagai pelengkap video atau menambahkan backsound yang lebih menarik agar lebih ceria.

II.4. Resume

Kolam renang Pandiga Educreation Sport telah mempromosikan tempatnya di media sosial Instagram dan di *Web*, namun akun media sosial tersebut jarang digunakan dan hanya melakukan *update* beberapa kali saja sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui perkembangan dari kolam renang ini khususnya masyarakat yang diluar kota Cimahi.

Kelebihan dari kolam renang Pandiga Educreation Sport ini yaitu

fasilitas kebersihannya yang sangat terjaga seperti toilet dan tempat ganti bajunya, lingkungan nyaman, suasananya tenang tidak terlalu ramai sehingga sangat nyaman ketika sedang berenang dan tidak terlalu ramai oleh pengunjung. Namun adapun kekurangan dari kolam renang ini yaitu harganya yang tidak murah, tidak memiliki wahana air seperti perosotan dll, hanya mempunyai 3 jenis kolam dan kurangnya melakukan *update* pada media sosial. Walaupun memiliki kekurangan kolam renang Pandiga Educreation Sport pun memiliki peluang salah satunya peluang bagi masyarakat yang tempat tinggalnya tidak jauh dari kolam renang tersebut bisa meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan hasil kuesioner melalui *google form*, sebagian besar masyarakat sudah mengetahui kolam renang tersebut atau lokasi kolam renang, sebagian besar masyarakat juga sudah mengetahui fasilitas yang dimiliki kolam renang Pandiga Educreation Sport ini sehingga dengan adanya fasilitas yang bersih dan nyaman para pengunjung merekomendasikan kolam renang ini melalui mulut ke mulut. Fasilitas yang bagus, lingkungan bersih, tempat luas dan terawat menjadi alasan besar ketika mereka berkunjung kembali ke kolam renang ini.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan salah satu pekerja di Pandiga Educreation Sport, menurut beliau kondisi saat ini mengalami penurunan pengunjung yang lumayan signifikan akibat semakin banyaknya kolam renang yang mempunyai fasilitas lebih lengkap daripada Pandiga Educreation Sport. Pada hari libur juga mengalami hal yang sama, tidak seperti biasanya jika hari libur akan lebih banyak yang berkunjung namun akhir akhir ini sedang mengalami penurunan pengunjung. Metode pemasaran yang digunakan di media sosial seperti Instagram dan facebook tidak digunakan sebaik mungkin, pada aplikasi Instagram hanya melakukan update satu minggu tiga kali saja, mungkin hal yang membuat Pandiga Educreation Sport menjadi kurang dikenal oleh masyarakat.

II.5. Solusi Perancangan

Berdasarkan hasil analisis pengumpulan data yang telah ditemukan dan dikumpulkan bahwa sudah ditemukan solusi untuk masalah tersebut yaitu menambahkan inovasi yang lebih menarik, mengikuti tren yang sedang ramai, meningkatkan kualitas dan kuantitas dari penggunaan media sosial. Sehingga diharapkan dengan adanya media promosi melalui media video iklan ini bisa menarik lebih perhatian masyarakat cimahi dan khususnya masyarakat yang diluar kota Cimahi, dengan adanya peningkatan diharapkan fasilitas yang sudah ada menjadi ditingkatkan kualitasnya agar jauh lebih baik dari sebelumnya dan mampu meningkatkan pendapatan.