BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kota Bandung merupakan Kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus Ibu Kota Provinsi tersebut. Kota Bandung terkenal dengan obyek pariwisatanya, seperti wisata alam. Selain itu Kota Bandung banyak menyediakan obyek wisata air atau wisata tirtanya Untuk itu banyak wisatawan yang datang ke Bandung untuk berlibur, berwisata dan bahkan sekedar melepas penat pekerjaan sehari-hari.

Kota Bandung umumnya dipadati wisatawan pada akhir pekan atau hari-hari libur. Wisatawan yang datang tidak hanya wisatawan lokal, banyak juga yang datang dari luar Kota atau bahkan mancanegara. Banyaknya tempat wisata di Bandung merupakan faktor banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Itu pula yang membuat banyaknya obyek wisata air atau kolam renang dibangun. Di Kota Bandung ini banyak tempat yang memfasilitasi untuk berenang baik yang bertujuan untuk prestasi dan rekreasi. Masyarakat bisa menjumpai banyak kolam renang di Kota Bandung salah satunya kolam renang Karang Setra. Tempat tersebut beragam dalam memberikan sebuah pelayanan dan menyediakan fasilitas untuk menarik para pengunjung. Oleh sebab itu perlu adanya perencanaan, perancangan dan perorganisasian dalam bidang promosi untuk menarik minat pengunjung.

Dari sekian banyak wisata tirta di Kota Bandung, kolam renang Karang Setra merupakan salah satu tempat untuk berenang yang banyak memberikan pelayanan dan fasilitas kepada para pengunjungnya. Banyak fasilitas yang diberikan oleh Karang Setra WaterLand kepada masyarakat seperti wahana bermain dan rekreasi. Kolam renang Karang Setra ini dapat digunakan oleh segala usia, kolam renang Karang Setra WaterLand ini sangat terjangkau oleh

masyarakat umum. Letaknya yang mudah dijangkau karena tak jauh dari pusat Kota.

Dengan banyaknya fasilitas yang tersedia di kolam renang Karang Setra ini maka banyak yang dapat dipromosikan untuk menarik minat masyarakat,. Kolam renang Karang Setra ini merupakan suatu obyek wisata sekaligus tempat untuk melakukan aktifitas olahraga ini sering banyak pengunjung baik dari luar Kota maupun dalam Kota oleh sebab itu pengelola kolam renang Karang Setra harus memikirkan pelayanan dan memenuhi standar yang terbaik untuk memenuhi persepsi konsumen, karena pelayanan dan fasilitas yang baik merupakan salah satu kunci suatu perusahaan itu dapat sukses & berkembang. Dengan pelayanan yang baik maka akan mewujudkan persepsi yang baik terhadap Karang Setra WaterLand.

Dari data yang didapat, Jumlah pengunjung Karang Setra WaterLand dari tahun 2008 sampai tahun 2009 menurun, presentase itu tidak sesuai dengan yang ditargetkan yaitu sebesar 5% pertahun. pihak Karang Setra sadar betul akan keadaan ini, masalah – masalah eksternal seperti banyak berdirinya obyek wisata dan mall serta wahana wisata lainnya, selain itu jumlah wisata tirta dari tahun ketahun terus mengalami kenaikan meskipun angka kenaikan relatif rendah, namun ini merupakan kompetitor yang cukup memberikan pengaruh bagi Karang Setra sendiri. Untuk mencapai target kenaikan presentase pengunjung sebesar 5% pertahun tersebut maka pihak Karang Setra WaterLand berupaya memaksimalkan program promosi. Program promosi tersebut harus tepat mengenai segmen pasarnya. Dengan fasilitas yang baik dan pelayanan yang baik maka konsumen akan memberikan persepsi yang baik dan ingin berkunjung kembali ke kolam renang Karang Setra. Selain itu untuk membantu menambah jumlah target pengunjung Karang Setra WaterLand.

I.2 Identifikasi Masalah

Setelah menyimak permasalahan di atas, diidentifikasikan permasalahan sebagai berikut :

- Adanya penurunan jumlah pengunjung dan target pengunjung yang belum tercapai sebanyak 5% pertahunnya.
- Karang Setra WaterLand kalah bersaing dengan beberapa kolam renang yang ada di Bandung.

I.3 Fokus masalah

Dari penjabaran diatas maka fokus permasalahan terletak pada kurangnya pengunjung yang datang ke Karang Setra WaterLand Bandung yang disebabkan beberapa faktor seperti adanya kolam renang dari beberapa daerah yang dianggap lebih menarik.

I.4 Tujuan perancangan

Adapun tujuan dari perancangan promosi ini adalah:

- Untuk meningkatkan jumlah pengunjung Karang Setra WaterLand Bandung.
- Untuk menarik minat masyarakat dengan media promosi yang baik dengan menonjolkan kelebihan kolam renang Karang Setra WaterLand Bandung dari sisi fasilitasnya.