

# Analisis Strategi Pemasaran 7p Di Kolam Renang Tirto Argo Siwarak Kabupaten Semarang

Pratanda Pandean Putri Sujianto<sup>1</sup>, Supriyono<sup>2</sup>

Universitas Negeri Semarang, Indonesia<sup>1</sup>

Universitas Negeri Semarang, Indonesia<sup>2</sup>

## ABSTRAK

*Visitors, the provision of Tirto Argo Siwarak Swimming Pool facilities has not been maximized, therefore an analysis of marketing strategies was carried out to increase consumer appeal. The purpose of this research is to know the strengths and weaknesses of marketing strategies, how managers see opportunities, and analyze possible threats in the Tirto Argo Siwarak swimming pool in Semarang Regency. Type of qualitative research with a case study design, data collection techniques using interviews, documentation, and observation, there were 7 speakers consisting of 5 visitors, 1 manager, and 1 employee. Data analysis techniques used include data collection components, checking the validity of the data, reducing data, presenting data, and drawing conclusions. The results of the research obtained information that the marketing mix of Tirto Argo Siwarak Swimming Pool showed that natural-themed swimming pool products were in accordance with the needs of visitors. The price offered is quite affordable for the public and students. Strategic places are easy to reach. The physical environment (physical evidence) is in an area that is still beautiful and has quite complete facilities. Human resources (people) have not been provided with specific training on work SOPs. Promotion relies on word of mouth information. The service process is friendly but standard service standards have not been applied*

**Kata Kunci:** *Marketing ; Management ; SwimmingPool*

## PENDAHULUAN

Pada masa globalisasi, manusia mempunyai banyak kebutuhan, dari sifat kebutuhannya ada dua macam, yaitu jasmani dan rohani. Kebutuhan jasmani adalah kebutuhan yang diperlukan untuk pemenuhan fisik atau jasmani misalnya makanan, pakaian dan olahraga. Pemenuhan kebutuhan ini bersifat pokok, karena jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka akan mengakibatkan terganggunya kehidupan manusia. Salah satu kebutuhan jasmani bagi manusia adalah olahraga. Olahraga merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap manusia untuk menjaga kebugaran tubuhnya. Manusia memiliki tubuh yang bugar sudah pasti mempunyai jiwa yang sehat. Salah satu olahraga yang diminati oleh banyak orang yaitu berenang. Untuk menarik para pelanggan yang suka berenang, pengusaha membuat kolam renang. Hadirnya kolam renang yang didesain modern dan kreativitas dari pemilik ataupun perusahaan dengan berbagai model, seperti kolam renang dibentuk bulat

dengan modifikasi yang telah disesuaikan dengan keadaan alam sekitarnya untuk memuaskan para pelanggannya. Perkembangan kolam renang yang pesat, mampu menjadi salah satu solusi masalah kurangnya aktivitas fisik atau olahraga pada masyarakat. Berkembangnya kolam renang saat ini memberikan efek positif bagi manusia, yaitu dapat melakukan olahraga dengan bersenangsenang tanpa adanya rasa jenuh. Kolam renang saat ini banyak yang sudah didesain khusus sebagai wahana untuk berolahraga dan berekreasi. Fasilitas serta kondisi tempat yang menarik juga dapat ditemui di berbagai kolam renang tertentu sesuai dengan potensi alamnya. Dalam perkembangan selanjutnya, kolam renang saat ini menjadi salah satu usaha yang prospektif dan banyak diminati dalam dunia bisnis. Mahmud (2005:15) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah pemikiran pemasaran yang merupakan alat bagi unit pemasaran untuk mencapai sasaran pemasaran. Dalam strategi pemasaran terdapat promosi, merupakan suatu tindakan strategi untuk menarik konsumen. Memberikan promosi kepada konsumen perlu adanya pemberian informasi kepada konsumen yang datang berenang dan konsumen yang belum pernah berenang di tempat itu. Manajemen kolam renang melakukan strategi pemasaran terhadap kolam renang dengan cara promosi, pemanfaatan produk, peningkatan sumber daya manusia, harga yang ditawarkan kepada konsumen, pemanfaatan tempat, mekanisme karyawan, dan pelayanan yang diberikan. Kolam renang Siwarak ini adalah salah satu kolam renang yang terkenal di Kab. Semarang, beralamat di Jl. Tirto Argo, RT.04/RW.08, Blanten Nyatnyono, Kec. Ungaran Barat Semarang, Jawa Tengah 50551, diresmikan pada tahun 1968. Keberadaannya yang dekat dengan Kota Semarang menjadikan tempat wisata ini cukup populer. Kolam Renang Tirto Argo Siwarak juga terkenal dengan airnya yang segar. Tak mengherankan, karena air di sini berasal dari sumber mata air pegunungan. Jadi lebih segar bahkan bisa dikatakan dingin. Terdapat beberapa kolam renang, ada kolam renang yang dalam, biasanya digunakan bagi pengunjung yang sudah dewasa, ada juga kolam yang lebih dangkal yang biasanya digunakan untuk anak – anak. Hadir dengan kolam renang dan taman rekreasi sederhana,

justeru menjadi daya tarik tersendiri. Terbukti dari pengunjung yang selalu ramai dihari kerja maupun hari libur. Kolam Renang Tirto Argo Siwarak buka lima hari dalam seminggu buka pada hari Senin, Kamis sampai Minggu, setiap pukul 06.30 - 17.30. Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung Kolam Renang Tirto Argo Siwarak belum maksimal, kurangnya penyediaan lahan fasilitas olahraga bagi konsumen Kolam Renang Tirto Argo Siwarak, belum diketahui strategi pemasaran sebagai alternatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen, dan belum diketahui strategi pemasaran pada Kolam Renang Tirto Argo Siwarak Kabupaten Semarang Dari pernyataan di atas maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana strategi pemasaran menggunakan analisis 7P di Kolam Renang Siwarak Kabupaten Semarang. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “analisis strategi pemasaran (7P) kolam renang Tirto Argo Siwarak Kabupaten Semarang”.

#### **METODE**

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan desain *single case study*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan sasaran pihak pengelola, karyawan, pengunjung Kolam Renang Tirto Argo Siwarak. Lokasi penelitian kolam renang yang berada di Kabupaten Semarang yaitu: Kolam Renang Tirto Argo Siwarak Kabupaten Semarang Jl. Tirto Argo, RT.04/RW.08, Blanten, Nyatnyono, Kec. Ungaran Barat Semarang, Jawa Tengah 50551. Teknik analisis data yang digunakan meliputi komponen pengumpulan data, pemeriksaan keabsahan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian, terkumpul dari sejumlah narasumber yang terlibat dalam penelitian ini, sebanyak 7 narasumber dengan rincian sebagai berikut, 5 orang pengunjung, 1 orang pengelola, 1 orang karyawan. Setelah mengadakan penelitian pada pengelola, karyawan, dan pengunjung Kolam Renang Tirto Argo Siwarak Kabupaten Semarang, didapatkan data-data mengenai bagaimana keadaan strategi pemasaran di Kolam Renang Tirto Argo Siwarak Kabupaten Semarang yang

meliputi 7P produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), lingkungan fisik (*phisycal evidence*), dan proses (*process*).

1. **Produk Kolam Renang Tirto Argo**

Siwarak Produk yang terdapat pada Kolam Renang Tirto Argo Siwarak di Kabupaten Semarang sudah sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Terdapat 4 kolam renang yang terdiri dari 2 kolam untuk anak, 2 kolam untuk dewasa, kolam anak-anak yang kedalamannya telah disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung serta terdapat kolam ikan. Lingkungan kolam renang yang nyaman, bersih, dan sejuk serta tersedia sarana dan prasarana penunjang lainnya seperti kantin, kamar mandi, tempat bilas, loker, taman tempat tunggu, dan mushola. Berdasarkan hasil wawancara, menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan Kolam Renang Tirto Argo Siwarak di Kabupaten Semarang berkualitas baik sesuai kebutuhan yang diharapkan pengunjung. Nuansa alam yang terasa di lingkungan kolam membuat pengunjung merasa lebih nyaman. Karyawan yang ramah, sigap mengawasi keamanan dan melayani kebutuhan pengunjung menambah kesan baik bagi pengunjung. Kolam Renang Tirto Argo Siwarak di Kabupaten Semarang sudah tersedia loker atau tempat penitipan barang yang dikenakan tarif sebesar Rp. 5.000. Kelemahan produk terdapat pada kurang terawatnya beberapa sarana dan prasarana pendukung di kolam renang. Dibagian kolam tertentu dijumpai lumut dan keramik retak yang bisa membahayakan pengunjung.

2. **Harga (*Price*) Tiket Masuk Kolam**

Renang Tirto Argo Siwarak Keunggulan Kolam Renang Tirto Argo Siwarak pada harga (*price*) adalah tarif harga tiket masuk yang terjangkau dan fasilitas yang didapatkan sesuai dengan harga yang dibayarkan. Kelemahan Kolam Renang Tirto Argo Siwarak pada harga (*price*) adalah masih menggunakan pembayaran tunai belum ada inovasi untuk menyediakan pembayaran non tunai untuk memberikan pilihan kepada pengunjung agar lebih mudah dalam hal pembayaran.

3. **Tempat (*Place*) Kolam Renang Tirto Argo Siwarak**

Lokasi Kolam Renang Tirto Argo Siwarak strategis, memiliki akses mudah dijangkau. Tersedia lahan parkir yang luas cukup untuk menampung kendaraan. Kolam Renang Tirto Argo Siwarak memiliki penataan desain sarana dan prasarana yang baik dan rapi. Penyusunan kolam renang dewasa dan kolam renang anak yang memiliki luas dan kedalaman yang sudah disesuaikan sesuai standar. Terdapat papan seluncur yang bisa digunakan oleh pengunjung khususnya anak-anak menambah daya tarik Kolam Renang Tirto Argo Siwarak. Terdapat kantin, kolam ikan, tempat duduk beserta wahana permainan anak menambah kenyamanan pengunjung untuk istirahat atau pengunjung yang mengantar dan pegunjung yang tidak berenang. Keberadaan papan penunjuk jalan yang masih sedikit membuat pengunjung kesulitan dalam perjalanan khususnya untuk pengunjung luar kota atau yang baru pertama kali kan mengunjungi. Tetapi dapat teratasi dengan adanya aplikasi *Google Maps* yang bisa digunakan untuk mencari rute perjalanan

4. **Promosi (*Promotion*) Yang Dilakukan Kolam Renang Tirto Argo Siwarak**

Strategi promosi yang dilakukan Kolam Renang Tirto Argo Siwarak cukup baik. Menurut fakta dari wawancara dengan pihak pengelola, karyawan dan pengunjung Kolam Renang Tirto Argo Siwarak sudah melakukan periklanan tetapi kurang gencar. Promosi iklan yang dilakukan cenderung pasif, lebih banyak mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Pihak pengelola Kolam Renang Tirto Argo Siwarak perlu mengadakan evaluasi khususnya pada unsur promosi. Karena apabila promosi dilakukan dengan baik akan menambah jumlah pengunjung. Kolam Renang Tirto Argo Siwarak memiliki kelemahan tidak adanya tenaga kerja untuk melakukan promosi periklanan, penjualan perseorangan dan pemasaran langsung. Kolam Renang Tirto Argo Siwarak mempunyai kelebihan penyebaran promosi dari mulut ke mulut melalui pendapat pengunjung yang pernah berkunjung dengan kesan yang baik.

5. **Sumber Daya Manusia di Kolam Renang Tirto Argo Siwarak**

Sumber daya manusia yang ada berasal dari hubungan kerabat kekeluargaan, milik perseorangan/swasta tidak terikat dengan pemerintah. Kendali diatur oleh pemilik oleh R Tedjokusumo. Keluarga oleh R Tedjokusumo yang mengelola manajemen. Jumlah karyawan ditotal ada 12 orang. Sebagian besar berdomisili dekat dengan lokasi. Proses Perekrutan karyawan dilakukan dari mulut ke mulut tanpa ada proses seleksi secara resmi. Pelayanan karyawan di Kolam Renang Tirto Argo Siwarak ramah kepada pengunjung. Kelebihan sumber daya manusia Kolam Renang Tirto Argo Siwarak merekrut karyawan di sekitar lokasi kolam renang, sehingga membawa manfaat bagi masyarakat sekitar untuk menyerap tenaga kerja dan menstimulus kegiatan ekonomi sehingga mendapat dukungan dari masyarakat sekitar lingkungan. Kekurangan sumber daya manusia Renang Tirto Argo Siwarak yaitu jarang dilakukan evaluasi secara rutin. Tidak adanya didik konsumen dan belum memiliki standarisasi sistem menangani konsumen.

6. **Lingkungan Fisik Kolam Renang Tirto Argo Siwarak Kelebihan Kolam Renang Tirto**

Argo Siwarak termasuk kategori wisata alam. Lingkungan kolam didukung oleh lokasi yang berada di kawasan kaki Gunung Ungaran yang dialiri sumber mata air alami. Terdapat banyak pepohonan di sekitar kolam menambah nuansa alami. Ketersediaan lahan parkir untuk pengunjung cukup luas memungkinkan untuk dikunjungi oleh banyak pengunjung. Sumber mata air apabila masuk musim kemarau debit air berkurang, hal ini mengancam pasokan air yang akan didistribusikan ke kolam.

7. **Proses Operasional di Kolam Renang Tirto Argo Siwarak**

Kolam Renang Tirto Argo Siwarak ketetapan yang digunakan untuk melayani pengunjung belum sesuai dengan kebutuhan. Karyawan belum menggunakan seragam, sehingga sulit untuk membedakan karyawan dengan pengunjung. Karyawan tidak dibekali pelatihan khusus keterampilan dalam pelayanan, ilmu dalam bekerja didapat dari bimbingan karyawan lain dan otodidak. Tidak ada target pengunjung yang dibebankan setiap harinya. Rekap data jumlah pengunjung yang datang perbulan tidak dicatat. Analisis

dan evaluasi sulit dilakukan. Perlu perhatikan hal tersebut untuk mengembangkan bisnis dan menarik pengunjung lebih banyak lagi kedepannya.

8. **Strategi Pemasaran Kolam Renang Tirta Argo Siwarak Kolam Renang Tirta Argo**

Siwarak melakukan strategi pemasaran dengan mengandalkan keunggulan, yaitu kolam renang bertema alam. Keunggulan ini yang dijadikan sebagai nilai jual untuk menarik minat konsumen. Berbagai cara promosi dilakukan pihak pengelola Kolam Renang Tirta Argo Siwarak mulai dari menggunakan informasi dari mulut ke mulut, brosur, membuat akun dan *fanpage* di media sosial *facebook*, serta di *travelpromo.com*, yaitu aplikasi untuk memudahkan segala akomodasi untuk berlibur. Kolam Renang Tirta Argo Siwarak masuk dalam segmen yang berada di ruang lingkup rekreasi dan pariwisata. Fokus pemberian produk untuk konsumen dibidang pelayanan jasa penyediaan tempat kolam renang. Kolam renang mengusung tema alam. Sarana dan prasarana serta fasilitas dirancang oleh ahli sedemikian rupa supaya memberi kesan nuansa alam yang erat. Ditunjang dengan area yang luas serta fasilitas pendukung seperti kantin, area bermain untuk anak yang bisa dijadikan tempat tunggu serta kolam ikan cocok untuk menjadi salah satu rekomendasi tempat liburan keluarga. Lokasi yang strategis terletak tidak jauh dari pusat kota. Terdapat berbagai sekolah dan perguruan tinggi di sekitar wilayah Semarang, banyak konsumen usia pelajar yang bisa menjadi target promosi oleh Kolam Renang Tirta Argo Siwarak. Selain itu, banyak pelajar dari luar kota dan Kabupaten Semarang yang duduk di bangku perguruan tinggi bisa menjadi media promosi dari mulut ke mulut untuk

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan: produk menyebarluaskan promosi ke berbagai daerah kabupaten lain, khususnya Provinsi Jawa Tengah. Promosi yang sudah dilakukan sementara ini lebih banyak mengandalkan informasi dari mulut ke mulut, dan promosi yang dilakukan di media cetak atau digital kurang gencar. Sehingga

promosi kurang efektif dan informasi kurang tersebar luas. Hal ini akan menghambat pemasukan karena jumlah pengunjung yang datang sedikit. Pihak pengelola harus fokus pada target pasar, misalnya dengan cara pemasaran yang lebih baik lagi, membentuk tim untuk bagian promosi dan publikasi agar ada karyawan yang bertanggung jawab penuh di bagian ini. Gunakan berbagai media seperti brosur, baleho, pamflet, dan lain-lain, serta manfaatkan media digital terdiri dari kolam renang dewasa, kolam renang anak, dan kantin. Sarana dan prasarana sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Harga yang diberikan cukup terjangkau dan sesuai dengan fasilitas. Tempat terletak di lokasi strategis. Promosi melalui brosur dan media digital. SDM masih mempunyai hubungan kerabat satu keluarga. Karyawan belum mengikuti program pelatihan dan pengembangan. Lingkungan fisik didukung oleh lokasi yang berada di kawasan kaki Gunung Ungaran yang dialiri sumber mata air alami. Terdapat banyak pepohonan di sekitar kolam menambah nuansa alami. Kolam Renang Tirta Argo Siwarak memprioritaskan pelayanan yang prima.

## REFERENCES

1. Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik Revisi VI*. Jakarta: PT Asdi Mahastya
2. Bitner, Z (2000). *Service Marketing 2 Edition*. Jakarta: PT. Gramedia.
3. Bone & Kurtz. (2001) *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
4. Buchari, A (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
5. Erna Sulistyaningsih Widodo. 2017. *Profesionalisme Kerja Dan Kualitas Pelayanan* Freedy, Rangkuti. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
6. Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
7. Kotler & Amstron. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
8. Moleong, Lexy, J. 2016. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
9. Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabet
10. Tjiptono, Fandi. (2005). *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing .  
(2005). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset
11. Undang-undang. 2006. Undang- undang Republik Indonesia No. 3 Tahun 2005 Sistem Keolahragaan Nasional. Online. Available at ([http://www.dpr.go.id/dokjfh/document/uu/45 .pdf](http://www.dpr.go.id/dokjfh/document/uu/45.pdf)(accessed



11/1/2019)