



Analisis Strategi Pemasaran (7P) pada Masa Pandemi Covid-19 di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang Tahun 2021

Afifah Dwi Ramadhanti^{1*} Supriyono²

Jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Ilmu Keolahragaan,
Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Article History

Received : January 2022
Accepted : February 2022
Published : November 2022

Keywords

*Pemasaran, Pengelolaan,
Kolam Renang*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran (7P) yang dilakukan selama pandemi Covid-19 di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Sasaran dalam penelitian ini adalah pengelola kolam renang, karyawan kolam renang, dan pengunjung di kolam renang Lembah Manah Girikulon, Kabupaten Magelang. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kolam Renang Lembah Manah Girikulon memiliki produk (*product*) kolam renang yang tetap beroperasi selama pandemi Covid-19 yang mengusung tema alam terbuka. Harga (*price*) terjangkau untuk umum maupun pelajar. Tempat (*place*) mudah dijangkau. Orang (*person*) karyawan sudah dibekali pelatihan mengenai basic water rescue. Promosi (*promotion*) dilakukan melalui sosial media. Lingkungan fisik (*physical evidence*) luas, penataan ruang rapi, dan berada di lingkungan yang masih asri. Proses (*process*) operasional sesuai protokol kesehatan. Strategi pemasaran (7P) Kolam Renang Lembah Manah Girikulon berjalan dengan baik. Bagi pihak pengelola Kolam Renang Lembah Manah Girikulon diharapkan terus merencanakan strategi pemasaran dengan baik, selalu memperhatikan kondisi pasar agar tetap dapat bersaing dan menarik minat pengunjung.

Abstract

The purpose of this study was to determine the marketing strategy (7P) carried out during the Covid-19 pandemic at the Lembah Manah Girikulon Swimming Pool, Magelang Regency in 2021. This study used a descriptive qualitative research approach. The targets in this study were swimming pool managers, pool employees, and visitors at the Valley Manah Girikulon swimming pool, Magelang Regency. Data collection techniques can be done by observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that the Lembah Manah Girikulon Swimming Pool has a swimming pool product that continues to operate during the Covid-19 pandemic which carries the theme of the outdoors. Prices are affordable for the general public and students. The place is easy to reach. Employees have been provided with training on basic water rescue. Promotion is done through social media. The physical environment (physical evidence) is extensive, the spatial arrangement is neat, and is in an environment that is still beautiful. Operational process according to health protocol. The marketing strategy (7P) of Lembah Manah Girikulon Swimming Pool is going well. The manager of the Lembah Manah Girikulon Swimming Pool is expected to continue to plan a good marketing strategy, always pay attention to market conditions in order to remain competitive and attract visitors.

How To Site :

Ramadhanti, A., D. & Supriyono. (2022). Analisis Strategi Pemasaran (7P) pada Masa Pandemi Covid-19 di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang Tahun 2021. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 3 (Special Edition), 102-111.

PENDAHULUAN

Dunia sedang menghadapi ancaman dari virus Corona atau Coronavirus Disease 2019 (*Covid-19*). *Covid-19* merupakan wabah global yang berdampak negatif pada dimensi manusia dan sosial. Setelah menyebar di China, pandemi *Covid-19* lalu menyebar dengan cepat ke negara-negara di dunia tak terkecuali Indonesia. Pandemi *Covid-19* berdampak pada perekonomian masyarakat, kewirausahaan, lapangan kerja, pendidikan, dan pariwisata (Dabella Y, et al, 2021).

Sektor pariwisata adalah sektor yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Jika dikelola dengan baik, maka akan mengurangi ketergantungan daerah pada pengembangan sumber daya alam (Astuti, M.T, 2015). Mempromosikan pariwisata dengan memperkenalkan dan mengembangkan pariwisata olahraga. Pariwisata dan olahraga adalah dua disiplin ilmu yang dapat digabungkan. Oleh karena itu, memiliki banyak keunggulan dan pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Pembangunan industri olahraga khususnya wisata olahraga harus dijunjung tinggi untuk mewujudkan masyarakat yang maju dan lebih transformatif, yaitu masyarakat yang maju secara struktur dan budaya. Pengembangan kawasan wisata merupakan alternatif yang menjanjikan untuk mendorong potensi ekonomi dan upaya konservasi (Sadi, 2018).

Dalam situasi pandemi *Covid-19* ini, pengusaha harus memilih strategi pemasaran yang tepat dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Tujuan dari pemilihan strategi ini adalah untuk meningkatkan omset penjualan para pengusaha agar perusahaan dapat bertahan dalam situasi yang tidak stabil seperti pada saat ini pandemi *Covid-19*. Strategi pemasaran yang tepat dapat dilihat dari kestabilan penjualan perusahaan itu sendiri (Nurchahyo & Fandry, 2016). Dalam hal ini perilaku bisnis harus mengembangkan strategi yang dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mencoba memprediksi dampak ancaman menjadi suatu peluang dan kesempatan (Erdiana & Farida, 2021).

Pengangguran dan kurangnya lapangan pekerjaan tidak hanya menjadi masalah di negara

berkembang saja tetapi menjadi masalah seluruh dunia (Haryani, D. S. 2019). Untuk menciptakan kesempatan kerja dapat melalui pertumbuhan ekonomi dan industri olahraga. Pertumbuhan industri olahraga dapat dicapai dengan mengembangkan inovasi atau penemuan baru, meningkatkan daya saing, dan kerjasama antara industri olahraga kecil menengah dan industri olahraga besar. Harapannya dapat menjadi kebijakan penciptaan lapangan pekerjaan dan daya saing ekonomi (Kusumawardhana, 2017).

Menurut (Fransinata, 2011) olahraga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas manusia. Karena kegiatan olahraga dapat memelihara tubuh dengan upaya manusia menuju kehidupan yang sehat jasmani dan rohani, untuk menunjang segala aktivitas sehari-hari. Selain itu, maksud dan tujuan olahraga dapat dijadikan sebagai pembinaan prestasi dan rekreasi. Perkembangan zaman menjadikan olahraga dimanfaatkan sebagai kepentingan ekonomi, tidak hanya untuk meraih prestasi dan menjaga kesehatan. Budaya olahraga adalah hal penting bagi pembangunan olahraga nasional dan dasar untuk menguatkan prestasi olahraga (Ratu, C & Adikampana, I, M, 2016). Inti dari budaya olahraga ialah partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga. Pengembangan olahraga meliputi olahraga pendidikan olahraga prestasi, dan olahraga rekreasi. Ketiga ruang lingkup olahraga ini direncanakan dilaksanakan melalui pembinaan dan pengembangan olahraga secara terencana, sistematis, bertingkat, dan berkelanjutan (Sadi, 2018).

Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga pada Kementerian negara Pemuda dan Olahraga mempresentasikan gagasan pengembangan industri olahraga menjadi industri kreatif berdaya saing tinggi di pentas global melalui perwakilan industri olahraga dan kewirausahaan pemuda sebagai badan pengembangan industri olahraga Indonesia (Karinda et al., 2018). Langkah-langkah koordinasi telah dilakukan berbagai pemangku kepentingan dan saat ini Kementerian Pemuda dan Olahraga melalui Wakil Menteri Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga sedang berupaya untuk lebih mengembangkan industri olahraga Indonesia (Sirait & Puddin,

2018). Salah satu langkah penting yang perlu segera dilaksanakan adalah mengidentifikasi dan mengembangkan sentra industri olahraga yang ada dan mengembangkan sentra peralatan olahraga yang dapat diakses oleh semua kalangan (Priyono, 2012).

Dengan berkembangnya sektor industri olahraga diharapkan akan adanya kaitan ke depan dan ke belakang karena sektor industri olahraga lebih stabil dan lebih mudah dikendalikan (tidak tergantung musim), diharapkan memiliki pengganda yang lebih tinggi. Di Indonesia industri olahraga masih relatif mengkhawatirkan, namun keberadaan globalisasi telah membuka peluang seluas-luasnya bagi pasar khususnya pasar bebas.

Menurut (Prayoga, 2018), olahraga rekreasi adalah kegiatan wisata yang banyak diminati saat ini. Tujuan utamanya untuk berolahraga tetapi juga akan menimbulkan perasaan senang atau gembira. Oleh karena itu, saat ini banyak objek wisata yang menyediakan permainan atau wahana yang mencakup kegiatan olahraga. Menurut Ilyas, F (2021) olahraga rekreasi dilakukan oleh orang, lembaga pendidikan, lembaga kelompok, dan organisasi olahraga sebagai bagian dari proses memulihkan kesehatan dan kebugaran untuk memperoleh kesehatan, kebugaran dan kegembiraan. Hal inilah yang membuat olahraga rekreasi lebih menarik bagi masyarakat umum.

Salah satu olahraga rekreasi yang digemari banyak orang adalah renang (Makmur, S., 2015). Hal ini karena olahraga renang mempunyai banyak manfaat bagi pelakunya. Olahraga renang adalah salah satu dari cabang olahraga yang diakui banyak diminati masyarakat Indonesia, telah dibuktikan dengan mengikutsertakan cabang olahraga renang dalam berbagai kejuaraan (Ikhsan Alimuddin, 2020).

Saat ini bisnis kolam renang atau wisata air merupakan salah satu bisnis yang sangat diminati karena keuntungannya yang menjanjikan dari bisnis tersebut (Kurniawan, P., 2017). Oleh karena itu, bisnis ini sangat kompetitif. Pada dasarnya bisnis kolam renang atau wisata air diklasifikasikan sebagai kategori persewaan berupa kolam renang. Bisnis kolam renang ini memiliki biaya operasional yang cukup rendah sehingga pengelola bisnis ini mendapatkan manfaat yang cukup tinggi.

Dibandingkan dengan bisnis lain, bisnis ini tidak sulit untuk mencari pelanggan. Selain itu dalam pengelolaan bisnis kolam renang, pengelola atau pemiliknya dapat melakukan bisnis sampingan seperti bisnis makanan di sekitar kolam renang (Taufik & Ayuningtyas, 2020).

Destinasi wisata di Kabupaten Magelang telah berkembang pesat dari segi kualitas maupun kuantitas. Setiap objek wisata memiliki daya tarik tersendiri mulai dari rafting, air terjun, serta kolam renang (Wangko, M, 2013). Kabupaten Magelang merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak potensi wisata di bidang olahraga rekreasi seperti watersport dan outbond. Salah satu objek wisata olahraga rekreasi di Kabupaten Magelang yaitu Kolam Renang Lembah Manah Girikulon, yang beralamat di Dusun Tempuran, Desa Girikulon, Kecamatan Secang, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, Kode Pos 56195. Berdiri pada tahun 2017, yang didesain untuk wahana olahraga rekreasi dan olahraga prestasi. Kolam renang ini memiliki air dari sumber mata air Kalimas yang jernih dan alami.

Kolam Renang Lembah Manah Girikulon merupakan salah satu destinasi wisata di Kabupaten Magelang yang ditunjang dengan pemandangan alam yang asri dan suasana yang sejuk. Terdapat 3 (tiga) kolam, diantaranya 1 (satu) kolam renang anak, 1 (satu) kolam pemansan 25 meter, dan 1 (satu) kolam prestasi 50 meter. Selama pandemi *Covid-19*, Kolam Renang Lembah Manah Girikulon tetap beroperasi setiap hari dengan tetap mematuhi protokol kesehatan, buka pada pukul 06.30 – 17.00 WIB, harga tiket masuk sangat murah dan terjangkau yaitu Rp10.000,00

METODE

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif, dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu. Peneliti kualitatif percaya bahwa kebenaran adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang melalui interaksinya dengan situasi sosial mereka.

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian akan dilaksanakan. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon, Kec. Secang, Kabupaten Magelang. Sasaran dalam penelitian ini adalah pengelola kolam renang, karyawan kolam renang, dan pengunjung di kolam renang Lembah Manah Girikulon, Kabupaten Magelang. Teknik pengumpulan data dalam metode penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, yaitu : observasi (pengamatan), wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data adalah yang paling penting kualitatif, karena merupakan jaminan yang dapat diandalkan untuk memecahkan masalah penelitian. Pemeriksaan keabsahan data didasarkan atas kriteria tertentu. Kriteria itu terdiri dari atas derajat kepercayaan (kredibilitas), keteralihan, kebergantungan, dan kepastian. Masing-masing kriteria tersebut menggunakan teknik pemeriksaan sendiri-sendiri. Kriteria derajat kepercayaan pemeriksaan datanya dilakukan dengan teknik perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan anggota. Kriteria kebergantungan dan kepastian pemeriksaan dilakukan dengan teknik auditing. Masing-masing teknik tersebut diuraikan prinsip dan cara pemanfaatannya. Teknik analisis data ialah proses sistematis dalam meneliti dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga dapat dengan mudah mengatur, memahami data yang diperoleh dan hasil temuannya dapat dikomunikasikan kepada orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang analisis strategi pemasaran pada masa pandemi *Covid-19* di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang. Terdapat 4 (empat) kolam renang dengan beragam ukuran di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang, yaitu dua kolam anak-anak, satu kolam profesional/*event*, satu kolam dewasa/profesional. Suasana di sekitar Kolam Renang Lembah Manah Girikulon masih asri khas pedesaan dengan udara yang sejuk, sehingga pengunjung tidak merasa

bosan berada di sekitar lingkungan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang.

Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang, bagaimana fungsi strategi pemasaran dengan bauran pemasaran 7P produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), lingkungan fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*) yang dilaksanakan di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang.

Hasil Analisis SWOT pada Strategi Pemasaran di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang

Strenght (Kekuatan) Produk (Product)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada narasumber diantaranya yaitu direktur, pengelola, karyawan, dan pengunjung Kolam Renang Lembah Manah Girikulon bahwa Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang merupakan kolam renang yang baik dan bagus di wilayah Kota dan Kabupaten Magelang. Hal tersebut dilihat dari beberapa keunggulan yang dimiliki Kolam Renang Lembah Manah Girikulon. Lingkungan dan suasana kolam renang menyatu dengan alam, asri, sejuk, dan terdapat pemandangan sawah yang membuat pengunjung tidak bosan berada di lingkungan sekitar kolam renang. Lokasi strategis terletak di Dusun Tempuran, Desa Girikulon, Kecamatan Secang, Kabupaten Magelang, berada di antara persawahan dan perkebunan yang sejuk dan asri, seerta muda dijangkau dari pusat Kota Magelang dan Kabupaten Magelang. Air kolam renang yang jernih bersumber dari mata air asli berasal dari Mata Air Kali Mas yang berada di Desa Lebak, Kecamatan Grabag yang tidak jauh dari lokasi Kolam Renang Lembah Manah Girikulon. Terdapat beberapa kolam renang yang tertata rapi dengan berbagai ukuran dan kegunaan, 1 (satu) kolam renang kecil untuk anak-anak, 1 (satu) kolam renang manak-anak yang berukuran 27 meter x 12 meter dengan kedalaman 0,75 meter sampau 1 meter, 1 (satu) kolam renang event/profesional berukuran 25 meter x 12,5 meter dengan kedalaman 1,5 meter,

dan 1 (satu) kolam renang dewasa/professional berukuran 50 meter x 10 meter dengan kedalaman 2,5 meter hingga 3 meter. Terdapat kantin di sekitar kolam renang yang menyediakan perlengkapan mandi dan berbagai menu makanan dan minuman yang terjaga kebersihannya.

Strenght (Kekuatan) Harga (Price)

Harga tiket masuk yang harus dibayarkan oleh pengunjung yaitu Rp10.000,00 per orang. Anak-anak dibawah 5 tahun tidak dikenakan biaya tiket masuk. Kolam Renang Lembah Manah Girikulon memiliki cara yang berbeda yaitu setiap hari Sabtu dan Minggu pengunjung yang masuk kolam renang akan mendapatkan souvenir gantungan kunci. Gantungan kunci tersebut merupakan hasil kerajinan tangan dari warga Desa Girikulon yang dibeli oleh BUMDes kemudian digunakan sebagai souvenir yang diberikan kepada pengunjung Kolam Renang Lembah Manah Girikulon.

Pada masa awal pandemi *Covid-19* Kolam Renang Lembah Manah Girikulon tutup pada bulan Maret sampai bulan Juli 2020. Pada bulan Agustus 2020 Kolam Renang Lembah Manah Girikulon beroperasi kembali dengan jam operasi kembali karena telah mendapat izin dari Koramil, Polsek, dan camat Secang dengan syarat tetap mematuhi protokol kesehatan dan membatasi jumlah pengunjung yaitu 50% dari kapasitas normal. Jam operasional Kolam Renang Lembah Manah Girikulon yaitu pukul 06.30 – 17.00 WIB. Pada kenyataannya pengunjung yang datang melebihi kuota yang diberikan. Kemudian pihak manajemen mengambil langkah untuk menaikkan harga tiket masuk yang sebelumnya Rp8.000,00 menjadi Rp12.000,00 yang mana akan dapat mengurangi minat pengunjung untuk berkunjung dan berenang ke Kolam Renang Lembah Manah Girikulon. Pada bulan Januari 2021 sampai saat ini harga tiket masuk yang ditetapkan yaitu sebesar Rp10.000,00. Pihak manajemen Kolam Renang Lembah Manah Girikulon menetapkan diskon sebesar 10% bagi pengunjung yang sudah melakukan vaksin. Diskon/potongan harga tersebut berlaku pada bulan Juni sampai Juli 2021 saja.

Strenght (Kekuatan) Tempat (Place)

Lokasi Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang terletak di Dusun Tempuran Desa Girikulon, Kecamatan Secang, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah 56195. Kolam Renang Lembah Manah Girikulon berada di tengah persawahan dan perkebunan yang masih asri menjadikan suasana sekitar kolam menjadi sejuk. Kolam Renang Lembah Manah Girikulon merupakan objek wisata olahraga rekreasi yang dikelola oleh BUMDes Ngudi Rahardjo Desa Girikulon Kecamatan Secang yang berdiri pada tahun 2017. Latar belakang didirikannya Kolam Renang Lembah Manah Girikulon yaitu terdapat sumber mata air yang berasal dari Mata Air Kali Mas yang terletak tidak jauh dari didirikannya Kolam Renang Lembah Manah Girikulon. Selain itu juga untuk menyalurkan potensi prestasi anak-anak di Desa Girikulon yang memiliki potensi khususnya cabang olahraga renang.

Strenght (Kekuatan) Orang (People)

Karyawan yang bekerja di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon berjumlah 7 orang. Setiap karyawan sudah memiliki tugas dan kewajiban masing-masing sesuai dengan pembagian yang telah disepakati. Semua karyawan merupakan warga Desa Girikulon yang berdomisili di sekitar wilayah Desa Girikulon. Perekrutan karyawan dilakukan oleh BUMDes Ngudi Rahardjo Girikulon dengan prosedur dan persyaratan yang telah ditetapkan. Salah satu keunggulan dari karyawan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon yaitu semua karyawan telah mengikuti pelatihan dan telah memiliki sertifikat pelatihan mengenai *Basic Water Rescue* yang diadakan oleh SAR Kota Magelang dan sebagian karyawan telah mengikuti pelatihan mengenai pengembangan pelayanan. Karyawan di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon juga sudah memiliki seragam khusus yang dikenakan saat bekerja di kolam renang.

Strenght (Kekuatan) Promosi (Promotion)

Strategi pemasaran dengan cara promosi yang dilakukan oleh pihak manajemen Kolam Renang Lembah Manah Girikulon adalah dengan memanfaatkan teknologi yang ada yaitu menggunakan teknologi digital media elektronik

seperti *Instagram, Facebook, Youtube, Google*, dan berita informasi televisi serta media cetak seperti koran, brosur, baliho, dan spanduk. Kolam Renang Lembah Manah Girikulon memiliki media partner televisi yaitu iNewsTv dan MetroTv serta media cetak Kompas. Warga sekitar kolam renang khususnya warga Desa Girikulon termasuk pihak manajemen terlibat dalam promosi atau periklanan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon. Promosi yang dilakukan yaitu dengan membagikan dokumentasi mengenai Kolam Renang Lembah Manah Girikulon berupa foto atau video momentum di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon dengan memberikan keterangan promosi di media sosial pribadi masing-masing seperti *Instagram, Facebook*, maupun *Whatsapp*.

Strenght (Kekuatan) Lingkungan Fisik (Pyhsical Evidence)

Kolam Renang Lembah Manah Girikulon merupakan objek wisata olahraga rekreasi yang bernuansa alami. Lingkungan sekitar kolam renang didukung oleh lokasi yang terletak di tengah persawahan dan perkebunan terdapat banyak tanaman dan pepohonan yang ditanam dan tertata rapi di sekitar kolam renang sehingga menambah nuansa alami yang sejuk dan asri. Di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon terdapat 4 (empat) kolam renang yang tertata dan diatur jaraknya dengan rapi diantara ke empat kolam renang tersebut.

Strenght (Kekuatan) Proses (Process)

Kolam Renang Lembah Manah Girikulon beroperasi pada pukul 06.30 – 17.00 WIB. Pengunjung dapat leluasa saat berenang dan bermain di kolam renang karena jam operasional kolam renang yang panjang dan lama sehingga pengunjung merasa puas. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pengunjung juga baik. Karyawan yang bekerja sesuai tugas dan kewajibannya masing-masing. Setiap kolam terdapat 1 karyawan yang berjaga dan menyediakan *Life Guard*.

Weakness (Kelemahan) Produk (Product)

Di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon terdapat 4 (empat) kolam renang yaitu antara lain kolam renang kecil untuk anak-anak, kolam renang anak-anak berukuran 27 meter x 12

meter dengan kedalaman 0,75 meter sampai 1 meter, kolam renang event/professional berukuran 25 meter x 12,5 meter dengan kedalaman 1,5 meter, dan kolam renang dewasa/professional yang berukuran 50 meter x 10 meter dengan kedalaman 2,5 – 3 meter. Dari awal konsep pembangunan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon adalah untuk olahraga rekreasi yang mana akan diprioritaskan sebagai tempat olahraga aquatic sehingga di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon tidak terdapat kolam renang dengan wahana bermain anak. Namun seiring berjalannya waktu banyak pengunjung yang memberi saran dan masukan kepada karyawan maupun pihak manajemen Kolam Renang Lembah Manah Girikulon mengenai ditambahkan fasilitas bermain anak, seperti kolam dengan wahana bermain anak, ayunan, jungkat-jungkit, prosotan, dll. Pengunjung beranggapan bahwa jika di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon terdapat wahana bermain anak maka pengunjung terutama anak-anak akan merasa puas dan menikmati waktu bermainnya di kolam renang tersebut. Selain itu juga karena suasana kolam yang sejuk dan asri sehingga nyaman untuk berkunjung di tempat tersebut.

Weakness (Kelemahan) Harga (Price)

Metode pembayaran tiket masuk yang dilakukan di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon yaitu menggunakan sistem pembayaran tunai. Menurut pandangan pengelola bahwa jika menggunakan pembayaran tunai akan lebih efektif karena mudah dan dapat mengurangi antrian pengunjung yang akan masuk agar tidak berdesak-desakan. Pada masa pandemi *Covid-19* lebih baik untuk membayar tiket masuk kolam renang dengan e-money agar dapat mengurangi kontak langsung dengan orang lain sehingga dapat mencegah rantai penularan *Covid-19*. Namun banyak pengunjung kolam renang yang tidak paham terhadap pembayaran melalui e-money.

Weakness (Kelemahan) Tempat (Place)

Lokasi Kolam Renang Lembah Manah Girikulon terletak di bagian utara Kabupaten Magelang. Belum banyak masyarakat Kabupaten dan Kota Magelang yang mengetahui keberadaan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon karena

lokasinya yang berada di dalam pedesaan di tengah persawahan dan perkebunan.

Weakness (Kelemahan) Orang (People)

Tidak banyak orang yang mengetahui keberadaan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon karena tempatnya yang terletak di bagian ujung utara Kabupaten Magelang, berada di tengah persawahan dan perkebunan di Desa Girikulon Kecamatan Secang.

Weakness (Kelemahan) Promosi (Promotion)

Pada era *New Normal Life* seperti saat ini Kolam Renang Lembah Manah Girikulon melakukan promosi dengan memanfaatkan teknologi digital melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*. Namun dengan cara tersebut tidak semua orang dapat mengetahui informasi yang telah disampaikan melalui media sosial tersebut. Pada dasarnya promosi yang paling efektif yaitu dengan cara menginformasikan dari mulut ke mulut, namun pada masa pandemi *Covid-19* cara tersebut kurang efektif karena dapat menimbulkan kontak langsung dengan orang lain yang dapat menyebarkan mata rantai penularan *Covid-19*.

Weakness (Kelemahan) Lingkungan Fisik (Physical Evidence)

Di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang masih terdapat beberapa fasilitas yang kurang bahkan belum diadakan. Fasilitas tersebut antara lain loker atau penitipan barang, tempat duduk pengunjung sebagai tempat tunggu pengunjung kurang memadai. Saat ini masih terdapat pengunjung yang duduk dan meletakkan barang-barang bawaannya di pinggir kolam renang bahkan sampai jalan untuk akses pengunjung yang lewat. Hal tersebut dapat mengganggu pengunjung lain yang sedang berjalan. Fasilitas lain yang masih kurang yaitu kamar bilas yang tidak ada sekat pembatasnya antar shower di kamar bilas sehingga pengunjung tidak nyaman untuk bilas atau mandi di tempat tersebut. Tempat parkir roda dua terlalu jauh dengan lokasi kolam renang dan tidak diberikan atap sehingga kendaraan dapat kepanasan ataupun kehujanan. Tempat parkir roda empat kurang memadai, yaitu di pinggir jalan sepanjang jalan di sekitaran kolam renang sehingga sering terjadi macet.

Weakness (Kelemahan) Proses (Process)

Tidak ada tata tertib bagi pengunjung untuk berenang menggunakan pakaian khusus renang dan dilarang untuk memakai pakaian yang mudah luntur seperti pakaian berbahan jeans dan pakaian yang bersablon. Hal tersebut dikhawatirkan akan berdampak pada keselamatan bagi pengunjung yang berenang dan juga akan mengurangi kualitas air kolam renang.

Di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon pada masa pandemi *Covid-19* memberikan tata tertib atau aturan yang harus dipatuhi yaitu untuk selalu mematuhi protokol kesehatan seperti mencuci tangan, memakai masker di luar kolam renang, menjaga jarak, menghindari kerumunan, dan mengurangi mobilitas. Namun masih tetap terdapat pengunjung yang tidak mematuhi aturan protokol kesehatan tersebut. Sebaiknya karyawan selalu memonitor dan mengingatkan atau menegur pengunjung agar selalu mematuhi protokol kesehatan.

Opportunity (Peluang) Produk (Product)

Kolam Renang Lembah Manah Girikulon menggunakan mata air alami yang bersumber dari Mata Air Kali Mas untuk mengisi kolam renang. Air yang digunakan untuk mengisi kolam renang juga minim dari obat-obatan sehingga airnya bersih dan segar. Mata Air Kali Mas terletak tidak jauh dari lokasi Kolam Renang Lembah Manah Girikulon yang akan berpeluang untuk menambah kolam baru. Kolam yang akan dibangun adalah kolam VIP air hangat dan berada di dalam ruangan (*indoor*).

Opportunity (Peluang) Harga (Price)

Salah satu keunggulan yang terdapat di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon yaitu tarif/harga tiket masuk yang terjangkau. Salah teknik penentuan harga di bawah harga standar yaitu penentuan harga dengan diskon atau potongan harga. Kolam Renang Lembah Manah Girikulon menentukan potongan harga di bawah standar khusus pengunjung yang telah divaksin, yaitu sebesar 10% dari Rp10.000,00 menjadi Rp9.000,00 pada bulan Juni hingga bulan Juli 2021.

Opportunity (Peluang) Tempat (Place)

Kolam Renang Lembah Manah Girikulon berbeda dengan objek kolam renang yang lain di

Kabupaten Magelang maupun Kota Magelang karena tempatnya yang luas. Selain itu yang membedakan dengan objek kolam renang lain yaitu Kolam Renang Lembah Manah Girikulon terletak di pedesaan berada di tengah persawahan dan perkebunan di Desa Girikulon, Kecamatan Secang. Karena tempatnya yang luas dan terletak di tengah persawahan tersebut menjadikan suasana yang sejuk, asri, dan nyaman.

Opportunity (Peluang) Orang (People)

Karyawan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon direkrut oleh BUMDes Ngudi Raharjo Girikulon. Karyawan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon memiliki syarat dan kualifikasi yaitu, domisili di Desa Girikulon, lulusan minimal SMP, yang terpenting adalah kesungguhan dalam bekerja, rajin, dan jujur. Hal tersebut berdampak positif terhadap masyarakat sekitar kolam renang untuk dapat dijadikan lapangan pekerjaan.

Opportunity (Peluang) Promosi (Promotion)

Pada masa pandemi *Covid-19* pihak manajemen Kolam Renang Lembah Manah Girikulon menetapkan diskon/potongan harga bagi pengunjung yang sudah melaksanakan vaksin minimal 1 kali berlaku pada bulan Juni sampai bulan Juli 2021 dengan menunjukkan kartu vaksin atau sertifikat vaksin. Diskon yang berhak didapatkan oleh pengunjung yang sudah melakukan vaksin yaitu sebesar 10% dari harga normal. Pengunjung dapat membayarkan tiket masuk kolam renang dengan harga Rp9.000,00

Opportunity (Peluang) Lingkungan Fisik (Physical Evidence)

Di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon memiliki lahan yang kosong dan belum terpakai. Lahan tersebut antara lain terletak di belakang kolam renang dan samping kolam renang. Lahan yang berada di belakang kolam renang akan dibangun kolam renang VIP yaitu kolam renang air hangat *indoor*. Lahan yang berada di samping kolam akan dibangun resto/rumah makan yang bernuansa alam dan didirikan beberapa gazebo. Langkah tersebut dapat menambah daya tarik pengunjung untuk berkunjung ke Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang.

Opportunity (Peluang) Proses (Process)

Pada masa pandemi *Covid-19* Kolam Renang Lembah Manah Girikulon tetap beroperasi namun pengunjung dibatasi 50% dari kapasitas normal dengan tetap melaksanakan protokol kesehatan. Pelaksanaan operasional Kolam Renang Lembah Manah Girikulon atas izin dari Kantor Kecamatan Secang, Polsek Secang, Koramil Secang, dan Kepala Desa Girikulon. Pihak manajemen Kolam Renang Lembah Manah Girikulon mengantisipasi kedatangan pengunjung dengan sistem registrasi online melalui form kunjungan online yang terintegrasi dengan pendataan sesuai protokol kesehatan (5M) dan hanya melayani pengunjung yang sudah registrasi online. Pengunjung yang datang akan di cek suhu badan, mencuci tangan atau memakai handsanitizer, selalu memakai masker saat di luar kolam renang, dan selalu menjaga jarak.

Threat (Ancaman) Produk (Product)

Terdapat beberapa kolam renang yang terletak di sekitar lokasi Kolam Renang Lembah Manah Girikulon yang dapat menjadi ancaman bagi keberadaan serta kepopuleran Kolam Renang Lembah Manah, yaitu Kolam Renang Cetokan, Kolam Renang Kleteran, Kolam Renang Kalibening, dan Kolam Renang Soekotjo. Pengelola dan manajemen Kolam Renang Lembah Manah Girikulon harus mempertimbangkan kemungkinan dari Kolam Renang Lembah Manah Girikulon itu sendiri dan bersaing dengan tindakan untuk mempertahankan keunggulan serta menarik minat pengunjung.

Threat (Ancaman) Harga (Price)

Harga tiket masuk Kolam Renang Lembah Manah Girikulon lebih mahal dengan kolam renang lain sehingga pengunjung memilih berkunjung ke kolam renang lain dengan harga tiket masuk yang lebih murah dibandingkan di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon. Pada masa pandemi *Covid-19* karena adanya pembatasan jumlah pengunjung mengakibatkan pengunjung yang berkunjung ke Kolam Renang Lembah Manah Girikulon berkurang tidak seperti pada kondisi normal sehingga untuk biaya operasional kolam renang dan untuk menggaji karyawan juga berkurang.

Threat (Ancaman) Tempat (Place)

Kolam Renang Lembah Manah Girikulon terletak di dalam pedesaan yang tidak banyak orang mengetahui keberadaan tempat ini. Dapat dikhawatirkan pengunjung memilih objek kolam renang yang tempatnya lebih strategis dari Kolam Renang Lembah Manah Girikulon.

Threat (Ancaman) Orang (People)

Pelayanan karyawan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon merupakan kunci dari kepuasan pengunjung atau pelanggan. Seperti membiasakan senyum, sapa, salam kepada pengunjung. Sikap karyawan yang komunikatif dan cekatan juga akan menambah kepuasan dan bisa dinilai baik oleh pelanggan dalam berkunjung.

Threat (Ancaman) Promosi (Promotion)

Seiring perkembangan zaman maka teknologi juga mengikuti perkembangan zaman. Promosi yang dilakukan oleh manajemen Kolam Renang Lembah Manah Girikulon menggunakan media sosial *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*. Maka dari itu pihak manajemen, pengelola, dan karyawan juga harus mengikuti perkembangan zaman mengenai model dan metode promosi yang *up to date* yang harus dilakukan.

Threat (Ancaman) Lingkungan Fisik (Physical Evidence)

Kolam Renang Lembah Manah Girikulon memiliki kondisi lahan tanah lereng/tebing yang dulunya adalah perkebunan. Kondisi seperti itu menyebabkan rawan longsor. Namun pihak pengelola dan manajemen Kolam Renang Lembah Manah Girikulon sudah berupaya untuk mencegah terjadinya longsor di kawasan tersebut dengan menanam pepohonan di sekitar kolam renang.

Threat (Ancaman) Proses (Process)

Karyawan Kolam Renang Lembah Manah Girikulon selalu melakukan pengawasan terhadap pengunjung yang sedang berenang. Setiap kolam terdapat 1 (satu) karyawan yang mengawasi di pinggir kolam. Beberapa titik di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon juga terdapat kamera CCTV pemantau yang selalu diawasi setiap saat melalui monitor yang diletakkan di loket dan diawasi oleh karyawan yang bertugas. Karyawan yang bertugas harus siap siaga dengan kejadian

yang kemungkinan dapat terjadi. Karyawan yang bertugas melayani pengunjung juga harus tetap ramah dengan melakukan senyum, sapa, salam. Hal tersebut akan dinilai baik oleh pengunjung sehingga pengunjung akan merasa puas dan akan berkunjung kembali di lain waktu.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pemasaran 7P pada masa pandemic *Covid-19* di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang Tahun 2021, maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran (7P) yang terdiri dari produk, harga, tempat, sumber daya manusia, promosi, lingkungan fisik, dan proses strategi pemasaran pada masa pandemi *Covid-19* di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon Kabupaten Magelang Tahun 2021 dilakukan dengan baik. Pemasaran yang dilakukan oleh pihak manajemen, pengelola, dan karyawan di Kolam Renang Lembah Manah Girikulon sudah baik.

REFERENSI

- Astuti, M. T. (2015). Potensi Wisata Olahraga Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 10(1), 31–40.
- Dabella Yunia, Gandakusumah, N. S. S., Zahra, N. S., Musdalifah, Fajrianti, F., Putra, H. D., Ashri, F., & Qunnisa, I. (2021). Meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap *Covid-19* pada masa PPKM di Kelurahan Cibodasari. *Panrannuangku Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 44–50.
- Erdiana, A. E., & Farida, S. N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Di Tengah Pandemi *Covid-19* Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Restu Bakery Bojonegoro. *Journal Publicuho*, 4(1).
- Fransinata, A. (2011). Analisis Minat Mahasiswa Dalam Mengikuti Kegiatan UKM Renang Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Keolahragaan UNESA*, 1(1), 1–5.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1)
- Ikhsan Alimuddin, F. (2020). *Analisis Minat Olahraga Renang Pada Pengunjung Objek Wisata Ere Borong Lompoa Kabupaten Bantaeng* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).

- Ilyas, F. (2021). Analisis Swot Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (Psb) Dan Pemberlakuan Pembatasan Kebijakan Masyarakat (Ppkm) Terhadap Dampak Ekonomi Di Tengah Upaya Menekan Laju Pandemi Covid-19. *Jurnal AKRAB JUARA Volume 6 Nomor 3 Edisi Agustus 2021 (190-198)*.
- Karinda, M. V. A., Mananeke, L., Roring, F., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome Pt.Telkom Area Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1568–1577.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Jurnal Kompetensi*, 11(2), 217-225.
- Kusumawardhana, B. (2017). Sport Industry Untuk Menghadapi Tantangan Global. *Journal Nasional KeIndonesiaan II Tahun 2017*, 179–186.
- Makmur, S. (2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56.
- Nurchayyo, Fandry. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan pada Restoran McDonald's Delta Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol V-No 4*, Hal 1-17
- Prayoga, A. S. (2018). Memajukan olahraga rekreasi dan industri olahraga sebagai bentuk pembangunan bangsa. *Prosiding SNIKU (Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA)*, 1(1), 83–90.
- Priyono, B. (2012). Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga. *Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga*, 2(2).
- Ratu, C., & Adikampana, I. M. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(1), 60.
- Sadi. (2018). Peran Pemerintah Terhadap Pengembangan Olahraga Pariwisata Untuk Peningkatan Perekonomian Masyarakat. *Seminar Nasional IPTEK Olahraga*, 1–8.
- Sirait, H., & Puddin, K. (2018). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal PLANS: Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1).
- Taufik, & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(1), 21-32
- Wangko, M. (2013). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada Pt Astra Internasional “Izuzu Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 541–549.