

Strategi Pengembangan Objek Wisata Graha Melati Sebagai Wisata Tirta di Kota Bandung

Musafa¹, Ogie Martua Irwansyah²

¹STP ARS Internasional, musafa@ars.ac.id

²STP ARS Internasional, ogiemarir49@gmail.com

Article Info	ABSTRAK
<p>Article history: Received Feb 3, 2022 Revised Apr 17, 2022 Accepted Apr 28, 2022</p> <p>Kata Kunci: <i>Strategy Development; Tourism Object; Swimming Pool.</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Objek Wisata Kolam Renang Graha Melati di Cikadut, Kelurahan Karangpamulang, Kecamatan Mandalajati, Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu analisa yang digunakan untuk menggambarkan maupun memecahkan suatu masalah yang diteliti secara sistematis, dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya Kondisi Sapta Pesona yang mendukung namun kurangnya dari segi keindahan, serta fasilitas yang dimiliki Graha Melati dapat menunjang kegiatan wisat dan mengetahui faktor internal dan eksternal bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengembangan objek wisata kolam renang Graha Melati. Berdasarkan hasil IFAS dan EFAS dan berdasarkan hasil posisi diagram SWOT, kolam renang Graha Melati berada di kuadran I yang dimana artinya objek wisata tersebut memiliki kekuatan yang besar dengan memanfaatkan peluang yang ada. Sehingga strategi yang pengembangan yang tepat adalah strategi S-O diantaranya: 1). Meningkatkan atau menambahkan fasilitas yang baru dan menarik untuk dikunjungi guna meningkatkan kunjungan wisatawan; 2). Mengembangkan dan Meningkatkan akses lokasi serta melengkapi prasarana yang ada; 3). Meningkatkan hubungan kerja sama baik itu kerjasama kemitraan, Pemerintah daerah maupun Masyarakat guna lebih mengoptimalkan pengembangan kolam renang Graha Melati; 4). Memperbaiki dan meningkatkan kondisi sapta pesona yang ada guna menarik dan memberikan rasa kenyamanan bagi pengunjung wisatawan</p> <p><i>The purpose of this research to find out the strategy for developing the Graha Melati swimming pool attraction in Cikadut, Karang Pamulang Village, Mandalajati District, Bandung City. This research uses type descriptive qualitative research is an analysis that is used to describe or solve a problem that is researched systematically, by used data collection methods through observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that there is a Sapta Pesona condition that supports but lacks in terms of beauty, as well as the facilities owned by Graha Melati can support tourism activities and knowing internal and external</i></p>



	<p><i>factors aims to determine the extent of the development of the Graha Melati swimming pool attraction. Based on the results of IFAS and EFAS and based on the results of the position of the SWOT diagram, the Graha Melati swimming pool is in quadrant I, which means that the tourist attraction has great power by taking advantage of existing opportunities. So that the right development strategy is the S-O strategy including: 1). Improve or add new and interesting facilities to visit in order to increase tourist visits; 2). Develop and improve location access and complement existing infrastructure; 3). Improve cooperative relations, both partnerships, local governments and the community in order to further optimize the development of the Graha Melati swimming pool; 4). repair and improve the existing conditions of Sapta Pesona in order to attract and provide a sense of comfort for tourists.</i></p>
<p>Penulis Korespondensi: Musafa Program studi Manajemen STP ARS Internasional Jalan Sekolah Internasional 1-2, Kota Bandung, Indonesia Email: musafa.mus@ars.ac.id</p>	

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mampu mengelola sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri (Asriandy, 2016). Kemenparekraf mengatakan sektor pariwisata dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja dengan mempromosikan pengembangan pariwisata (Kemenparekraf, 2019). Oleh karena itu untuk perkembangan dan kemajuan sektor ini pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai kebijakan yang mendukung. Salah satu kebijakan tersebut adalah menggali, menginventarisir dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Hal tersebut sama dengan tujuan pengembangan pariwisata yaitu untuk memanfaatkan daya tarik objek wisata yang berupa kekayaan alam, keragaman flora, fauna, dan seni budaya (Siti Hanila, 2020).

Indonesia memiliki beragam potensi pariwisata yang memiliki daya tarik tersendiri di setiap daerah, dengan adanya potensi ini dapat dijadikan penghasil pendapatan seperti pendapatan nasional maupun pendapatan daerah guna meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Destinasi manapun, memiliki tujuan yang sama yaitu bagaimana bisa menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya, dengan harapan bisa memberikan peningkatan kesejahteraan kepada pemilik destinasi, pegawai bahkan kepada masyarakat sekitar (Syarifuddin, 2017).

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak objek wisata di setiap daerah yang tidak kalah menarik dari provinsi lainnya. Bandung salah satunya, merupakan Ibu kota dari Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi dalam bidang pariwisata yang menawarkan berbagai macam objek wisata alam maupun buatan yang menarik untuk dikunjungi wisatawan mancanegara maupun nusantara. Hal inilah yang menjadikan Kota Bandung sebagai kota tujuan wisata. Bandung memiliki beragam jenis objek wisatanya seperti wisata sejarah, wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, dan masih banyak lagi yang berpotensi dapat dikembangkan.

Salah satu jenis wisata yang dapat dikembangkan yaitu wisata tirta yang ada di Kota Bandung. Objek wisata Graha Melati salah satu yang menarik untuk dikunjungi, objek wisata

tersebut merupakan kolam renang yang memiliki potensi dapat dikembangkan lebih baik. Pembangunan pariwisata pedesaan diharapkan menjadi suatu model pembangunan pariwisata berkelanjutan yang mana berusaha memenuhi kebutuhan hari ini tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka sesuai dengan kebijakan pemerintah di bidang pariwisata (Atmoko, 2014) Pembangunan Objek wisata kolam renang Graha Melati terletak di Cikadut, Kelurahan Karangpamulang, Kecamatan Mandalajati, Kota Bandung. Berjarak kurang lebih 7 kilometer ke arah timur dari pusat kota dengan akses jalan yang cukup baik untuk dilewati dengan kondisi jalan sudah beraspal serta lokasinya yang strategis dan mudah di jangkau.

Potensi yang dimiliki objek wisata kolam renang Graha Melati diantaranya; banyaknya beragam fasilitas kolam renang yang disediakan, kualitas sumber air yang jernih, fasilitas pendukung yang memadai seperti parkir kendaraan, stand jajanan, lesehan di atas kolam ikan, kamar ganti, kamar bilas, toilet, masjid, koperasi yang menjual alat perlengkapan renang, wahana permainan dan tersedianya akomodasi bagi rombongan keluarga yang ingin menginap dengan nuansa alami, yang masih belum diketahui oleh masyarakat luas jika dibandingkan dengan objek wisata tirta lainnya seperti Karang Setra, Cipaku, Bika Soga dan lain sebagainya.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Aan Sudiana selaku pengelola wisata, objek wisata Graha Melati memiliki daya tarik tersendiri yaitu setiap tahunnya kolam renang Graha Melati membangun fasilitas baru seperti fasilitas kolam renang dan melakukan perawatan fasilitas yang ada seperti salah satunya memperbaiki fasilitas yang rusak. Kolam renang Graha Melati memiliki 9 fasilitas kolam renang, di tahun 2021 Bapak Aan Sudiana selaku pengelola, membangun fasilitas kolam renang yang ke- 10 yaitu membangun kolam renang air panas yang masih dalam tahap pengembangan yang nantinya dapat dinikmati oleh pengunjung wisatawan.

Dari hasil pengamatan ke lapangan, objek wisata kolam renang Graha Melati terdapat masalah yang ditemukan dalam mengembangkan objek wisata tersebut diantaranya; kurangnya dukungan sarana dan prasarana penunjang. Sarana dan Prasarana yang dimaksud seperti belum memiliki plang atau papan yang menunjukkan identitas objek wisata tersebut, hanya ada beberapa petunjuk jalan menuju ke objek wisata tersebut dengan berukuran kecil disepanjang jalan, dan masih kurangnya sarana yang mendukung kegiatan berenang. Selain itu, promosi yang dilakukan belum maksimal.

Promosi yang dilakukan biasanya melalui website dan promosi mulut ke mulut yang artinya dari pengunjung wisatawan yang pernah berkunjung ke kolam renang Graha Melati dengan tidak sengaja memberikan informasi serta pengalaman ketika berada di objek wisata tersebut kepada orang-orang disekitarnya maupun dalam bentuk ulasan atau komentar melalui website. Pada hari Sabtu dan Minggu biasanya kolam renang Graha Melati ini ramai dikunjungi oleh wisatawan. Pengunjung wisatawan rata-rata adalah warga sekitar dan anak-anak sekolah mulai dari SD sampai SMA, bahkan sering dijadikan sebagai tempat proses belajar mengajar renang untuk siswa-siswi sekolah. Selain itu bisa sebagai tempat latihan renang guna persiapan pertandingan, seperti Olimpiade Olahraga Siswa Nasional (O2SN) dalam hal cabang renang maupun kejuaraan renang kelompok umur.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk memberikan strategi pengembangan yang diharapkan dapat membantu perkembangan dan kemajuan objek wisata kolam renang Graha Melati agar dapat bersaing dalam menarik kunjungan wisatawan. Adapun tujuan yang ingin diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu mengidentifikasi keadaan atau kondisi Sapta Pesona (Keamanan, Ketertiban, Kebersihan, Kesejukan, Keindahan, Keramahtamahan, dan Kenangan) yang ada di objek wisata kolam renang Graha Melati

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di Kolam Renang Graha Melati yang terletak di Cikadut 251 Kelurahan Karang Pamulang, Kecamatan Mandalajati, Kota Bandung

yang berjarak kurang lebih 7 Kilo Meter dari pusat Kota. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif.”

3. HASIL DAN DISKUSI

Fasilitas Objek Wisata Kolam Renang Graha Melati

1. Fasilitas Utama

Fasilitas utama Graha Melati yaitu fasilitas kolam sampai 9 (Sembilan) yang beragam dan memiliki masing-masing kedalaman kolam. Berikut fasilitas kolam renang Graha Melati diantaranya;

A. Kolam terbuka (Outdoor)

Graha Melati menyediakan kolam terbuka (*Outdoor*) yang terdiri dari;

1. Kolam Anak

Graha Melati menyediakan fasilitas kolam renang outdoor khusus anak-anak dengan kedalaman masing

2. Kolam Dewasa

Kolam renang dewasa memiliki kedalaman 150 cm sampai 200 cm. Di ujung kolam terdapat pos petugas untuk mengantisipasi terjadinya kecelakaan berupa salah satunya tenggelam.

3. Kolam Semi Dewasa

Kolam renang terbuka (Outdoor) Semi Dewasa memiliki kedalaman kolam 140 cm sampai dengan 160 cm.

B. Kolam Tertutup (Indoor)

Graha Melati memiliki fasilitas kolam renang tertutup (Indoor) karena kolam renang ini berada didalam ruangan sehingga tidak terpengaruh oleh suhusing maupun malam. Dengan kedalaman masing masing kolam 50 cm, 100 cm dan 140 cm, dibuka untuk umum.

C. Kolam Semi Indoor

Kolam Renang Semi Indoor merupakan kolam renang semi terbuka yang di bangun pada tahun 2017 dengan kedalaman kolam 120 cm.

D. Kolam Waterboom

Graha Melati memiliki fasilitas kolam renang Waterboom yang dibangun pada tahun 2010. Kolam renang Waterboom memiliki kedalaman kolam 60 cm dan 80 cm, dilengkapi permainan seluncuran yang berbentuk spiral dan seluncuran lurus ekstrim. Dilengkapi permainan ember tumpah, toko mini gm, kamar mandi, dan kamar bilas.

2. Sumber Air

Kolam renang Graha Melati memiliki dua sumber air yang digunakan, dengan kualitas airnya yang jernih dan terawat. Sumber pertama airnya di ambil dari pegunungan yang berjarak 800 meter dari objek wisata tersebut. Sumber kedua, seperti mata air yang terus mengalir tidak ada habisnya dengan kedalaman sekitar 9 meter.

3. Wahana Permainan

Kolam Renang Graha Melati memiliki wahan permainan sebagai berikut;

a. Ember Tumpah

Kolam renang Graha Melati memiliki ember tumpah yang setiap 5 menit akan menumpahkan air, sehingga pengunjung dapat merasakan hempasan air dari tong tumpah tersebut.

b. Flying Fox

Wahana Flyingfox memiliki ketinggian 12 meter dengan bentang kawat 50 meter. Permainan flying fox ini dikenakan biaya Rp. 10.000 (Sepuluh ribu rupiah) untuk sekali

meluncur. Sehingga wisatawan dapat merasakan sensasi meluncur dari ketinggian 12 meter. Namun sayangnya, semenjak wabah penyakit covid-19 wahana permainan flying fox ini tutup sementara.

c. Kereta Mini

Kolam renang Graha Melati menyediakan permainan Kereta Mini yang dikhususkan untuk anak-anak dengan dikenakan biaya Rp.10.000/orang.

4. Fasilitas Pendukung

Kolam Renang Graha Melati memiliki fasilitas pendukung, sebagai berikut;

a. Penginapan

kolam renang Graha Melati memiliki penginapan yang bernama Griya Bani El Yahya, dengan terdiri dari dua lantai yang dilengkapi fasilitas 5 kamar tidur dan kamar mandi. Penginapan ini dipergunakan bagi rombongan keluarga yang ingin menginap dengan suasana yang sejuk.

b. Ruang Guru Griya Asuh

Ruang Guru Griya Asuh dipergunakan bagi para Guru olahraga untuk dapat lebih nyaman atau leluasa berada di ruangan, karena terpisah dengan kegiatan belajar mengajar.

c. Lesehan dan Pendopo

Kolam renang Graha Melati menyediakan tempat Lesehan dan Pendopo untuk para pengunjung wisatawan yang senang berkumpul, menunggu anggota keluarganya yang berenang maupun bersantai atau beristirahat.

d. Panggung Serba guna

Panggung Serbaguna di objek wisata kolam renang Graha Melati ini berfungsi sebagai tempat acara kegiatan rapat, pesta pernikahan, pentas seni, senam maupun acara sunatan.

e. Lahan Parkir

Lahan Parkir di kawasan objek wisata kolam renang Graha Melati ini cukup luas, bisa menampung kendaraan baik itu kendaraan roda dua maupun roda empat.

f. Masjid

Kolam renang Graha Melati telah membangun sebuah Masjid Baitul Yahya pada tanggal 16 September, 2016. Pengunjung wisatawan bisa melaksanakan sholat 5 waktu dan sholat jum'at.

g. Stand Jajanan

Pengunjung wisatawan dapat membeli jajanan yang disediakan Kolam Renang Graha Melati karena di kawasan objek wisata tersebut terdapat stand jajanan yang menjual beragam macam makanan seperti Batagor, Lumpiah, Bakso, Pisang goreng, makanan ringan dan minuman segar dengan harga yang terjangkau.

Sapta Pesona

Sapta Pesona bertujuan untuk menarik wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau suatu wilayah. Dengan mewujudkan kondisi maupun suasana yang nyaman, wisatawan akan merasa betah berlama-lama berada di suatu daerah atau suatu wilayah yang dikunjunginya. Sapta Pesona terdiri dari tujuh unsur di Kolam Renang Graha Melati, sebagai berikut;

a. Aman

Kolam renang Graha Melati memberikan suatu kondisi aman bagi pengunjung wisatawan. Dimana telah dilengkapi keamanan seperti; petugas kolam di setiap kolam, kamera pengintai, keamanan sekitar dan adanya penjaga parkir kendaraan di objek wisata tersebut.

b. Tertib

Kolam renang Graha Melati mencerminkan suasana tertib dan teratur seperti diwajibkan

membayar tiket masuk, himbauan peraturan yang ada di sekitar kawasan dan tidak berdesakan menunggu antrian, membeli tiket masuk maupun membeli makanan di stand jajanan.

c. Bersih

Kolam renang Graha Melati mencerminkan kondisi bersih baik itu lingkungan sekitar maupun air kolamnya yang dirawat dan dibersihkan. Sehingga dengan kondisi bersih lingkungan sekitar maupun kolam-nya maka pengunjung wisatawan akan merasa nyaman berada di lingkungan yang bersih dan sehat.

d. Sejuk

Di kawasan kolam renang Graha Melati mencerminkan kondisi atau suasana sejuk, karena objek wisata tersebut dikelilingi penghijauan seperti pepohonan dan tanaman sekitar. Sehingga pengunjung wisatawan merasa sejuk berada di kawasan objek wisata kolam renang Graha Melati.

e. Indah

Kolam renang Graha Melati memperlihatkan suasana indah seperti penataan kolam renang nya teratur maupun fasilitas pendukung lainnya. Namun semenjak wabah *covid-19* dari segi keindahan kurang seperti beberapa permainan seluncuran yang mulai pudar warnanya, dinding sekitar kawasan yang retak, dan terdapat banyak sampah di bawah pendopo. Sehingga mengurangi keindahan objek wisata kolam renang Graha Melati.

f. Ramah-tamah

Kolam renang Graha Melati memberikan ramah tamah seperti Pengelola objek wisata, Karyawan, maupun perilaku Masyarakat sekitar memperlihatkan sikap ramah-tamahnya kepada pengunjung wisatawan seperti memberi senyuman dan sapaan yang sopan santun dan saling membantu wisatawan yang kesulitan.

g. Kenangan

Kolam renang Graha Melati memiliki kenangan yang diperoleh diantaranya; kolam renang-nya yang banyak dan beragam, air nya yang jernih, makanan maupun minuman yang dijual di stand jajanan yang relatif terjangkau. Dan tempat penginapan yang nyaman dan sejuk dengan kualitas pelayanan-nya yang baik.

Faktor Internal dan Faktor Eksternal Kolam Renang Graha Melati.

Untuk menentukan strategi pengembangan kolam renang Graha Melati maka perlu diidentifikasi faktor Internal dan Eksternal sebagai berikut;

A. Faktor Internal

1. Kekuatan (*Strenghts*)

a. Fasilitas Kolam renang banyak

Graha Melati menyediakan fasilitas kolam sampai 9 (Sembilan) kolam renang yang beragam, sehingga pengunjung wisatawan dapat sepenuhnya berenang di kawasan tersebut dengan kedalaman kolam yang beragam.

b. Sumber Air yang jernih

Terdapat dua sumber air yang digunakan, ke- 2 (dua) sumber air yang kualitas jernih ini digunakan untuk kolam renang, kamar mandi, kamar bilas dan Masjid yang sudah memakai kaporit.

c. Suasana yang masih alami

Graha Melati dikelilingi pepohonan dan tanaman atau penghijauan di sekitar kawasan objek wisata tersebut. Sehingga pengunjung wisatawan merasakan kesejukan dan kenyamanan menghirup udara segar.

d. Tersedianya Akomodasi

Kolam renang Graha Melati memiliki Akomodasi yang berupa tempat penginapan (*homestay*) dipergunakan untuk para rombongan keluarga yang ingin menginap dengan pelayanan yang ramah dan sopan.

- e. Harga yang relatif terjangkau
Biaya tiket masuk Kolam renang Graha Melati yang terjangkau, harga makanan dan minuman yang dijual di stand jajanan, penyewaan loker, penyewaan ban renang, dan permainan *flying fox* dan kereta mini dengan harga yang relatif terjangkau.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- a. Kurangnya Promosi yang dilakukan
Seperti menyebarluaskan atraksi maupun fasilitas yang ada di objek wisata kolam renang Graha Melati. Biasanya hanya melalui google bisnis atau *website*, maupun promosi dari mulut ke mulut yang artinya melalui wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata tersebut.
- b. Kurangnya sistem penandaan atau petunjuk rambu-rambu.
Kolam renang Graha Melati memiliki kekurangan sistem penandaan atau indikator petunjuk seperti rambu-rambu informasi kepada pengunjung wisatawan. Seperti indikator kedalaman masing-masing kolam, petunjuk kawasan parkir, dan lain sebagainya.
- c. Kurangnya Prasarana
Kolam renang Graha Melati memang memiliki Prasarana yang memadai tetapi masih kurang, prasarana yang dimaksud adalah kurangnya plang atau papan identitas keberadaan objek wisata kolam renang Graha Melati. Hanya terdapat papan petunjuk jalan menuju ke lokasi objek wisata tersebut dengan ukuran kecil di sepanjang jalan.
- d. Wahana permainan yang masih kurang
Kolam renang Graha Melati memiliki wahana permainan yang memadai, namun wahana permainan ini masih sedikit. Sehingga pengunjung wisatawan merasa kurang puas dengan wahana permainan yang disediakan.

B. Faktor Eksternal

1. Peluang (*Opportunities*)

- a. Adanya kerjasama Kemitraan (HIPKOR)
Yakni kerjasama kemitraan yang bisa disebut organisasi HIPKOR (Himpunan Pengusaha Kolam Renang), dengan adanya organisasi kemitraan ini dapat menjalin hubungan kerjasama antar pengusaha kolam renang, dan dapat saling membantu jika ada permasalahan.
- b. Lokasi objek yang strategis
Graha Melati berada di lokasi yang strategis karena memiliki banyak akses jalan menuju ke lokasi tersebut, dapat dilalui dari Cikadut, melalui jalan utama Pasir Impun, dan alternatif jalan perkampungan tepatnya depan Rumah Sakit Hermina Jalan. A.H Nasution, yang hanya dilalui kendaraan khusus roda dua yang berjarak kurang lebih 1 km menuju lokasi objek wisata kolam renang Graha Melati.
- c. Adanya peran Masyarakat sekitar Masyarakat sekitar ikut dalam mengembangkan objek wisata kolam renang Graha Melati seperti mengatur lalu lintas terutama pada musim anak-anak sekolahan. dan mengadakan senam bersama di kawasan objek wisata kolam renang Graha Melati.
- d. Transportasi antar jemput anak-anak sekolahan.
Kolam renang Graha Melati menyediakan alat transportasi antar- jemput, biasanya dipergunakan untuk menjemput anak-anak sekolahan baik itu kalangan SD sampai SMA yang ingin menyewa alat transportasi tersebut.
- e. Adanya Kondisi Sapta Pesona yang mendukung.
Kondisi sapta pesona di objek wisata kolam renang Graha Melati sudah baik yang diantaranya; aman, tertib, bersih, indah, sejuk, ramah-tamah, dan kenangan. Sehingga

pengunjung wisatawan merasa betah berlama-lama berada di objek wisata tersebut.

2. Ancaman (*Threats*)

a. Persaingan objek wisata serupa

Kolam renang Graha Melati memiliki saingan dengan objek wisata yang serupa.

b. Perilaku wisatawan

Dalam hal ini yang dimaksud perilaku wisatawan adalah tingkah laku wisatawan yang dapat merusak maupun mengotori fasilitas yang ada di objek wisata tersebut.

c. Minat Wisatawan berkunjung

Dalam hal ini pengelola objek wisata mengkhawatirkan minat wisatawan berkunjung ke kolam renang Graha Melati.

d. Pungutan Liar

Pengelola objek wisata mengkhawatirkan tindak pungutan liar karena dapat mengurangi kualitas objek wisata kolam renang Graha Melati.

Matriks IFAS dan EFAS

Setelah diidentifikasi faktor internal dan eksternal, langkah selanjutnya adalah menghitung bobot dan rating guna menentukan posisi pengembangan objek tersebut.

Analisis Faktor Internal bertujuan untuk mengetahui faktor kekuatan yang ada dan faktor kelemahan untuk diperbaiki. Maka dari itu perlu dievaluasi menggunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) sebagai berikut;

Tabel 1. Matriks IFAS Kolam Renang Graha Melati.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN			
1. Fasilitas Kolam banyak	0,14	4	0,56
2. Sumber air yang jernih	0,11	3	0,33
3. Suasana alami	0,12	3	0,36
4. Akomodasi	0,10	2	0,20
5. Harga relatif terjangkau	0,10	3	0,30
Jumlah Skor Kekuatan	0,57		1,75
KELEMAHAN			
1. Kurangnya Promosi	0,12	3	0,36
2. Kurangnya Sistem penandaan atau rambu-rambu	0,11	2	0,22
3. Kurangnya Prasarana	0,10	3	0,30
4. Wahana Permainan	0,10	4	0,40
Jumlah Skor Kelemahan	0,43		1,28
TOTAL	1,00		3,03

Selanjutnya menentukan faktor eksternal yang meliputi faktor Peluang yang ada dan faktor Ancaman untuk diantisipasi. Maka dari itu perlu dievaluasi dengan menggunakan matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Berikut tabel matriks EFAS Kolam Renang Graha Melati di bawah ini.

Tabel 2. Matriks EFAS Kolam Renang Graha Melati.

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG			
1. Kerja sama Kemitraan	0,14	2	0,28
2. Lokasi Objek Strtaegis	0,12	3	0,36
3. Peran Masyarakat Sekitar	0,10	3	0,30
4. Transportasi antar-jemput Anak-anak Sekolah	0,10	1	0,10
5. Kondisi Sapta Pesona	0,12	4	0,48
Jumlah Skor Kekuatan	0,58		1,52
ANCAMAN			
1. Persainga Objek Wisata	0,12	2	0,24
2. Perilaku Wisatawan	0,10	3	0,30
3. Minat Wisatan	0,10	3	0,30
4. Pungutan Liar	0,10	3	0,30
Jumlah Skor Ancaman	0,42		1,14
TOTAL	1,00		2,66

Berdasarkan Matriks IFAS dan EFAS diatas, diketahui untuk posisi sumbu X dan posisi sumbu Y yang dimana dapat menentukan posisi kuadran SWOT dengan rumus sebagai berikut;

$$X = \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan}$$

$$= 1,75 - 1,28 = 0,47$$

$$Y = \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman}$$

$$= 1,52 - 1,14 = 0,38$$

Diketahui hasil IFAS atau sumbu X pada titik 0,47 sedangkan hasil EFAS atau sumbu Y pada titik 0,38. Berikut di bawah ini gambar yang menunjukkan posisi pengembangan .Objek wisata Kolam Renang Graha Melati

Strategi Pengembangan Kolam Renang Graha Melati

Berdasarkan hasil akhir IFAS dengan skor 0,47 dan hasil akhir EFAS dengan skor 0,38. Diketahui posisi pengembangan objek wisata kolam renang Graha Melati berada di Kuadran I (Satu) yang artinya kolam renang Graha Melati memiliki kekuatan besar yang dimiliki, dengan memanfaatkan peluang yang ada. Maka dari itu objek wisata tersebut berada di kuadran I dengan Strategi Agresif yang bisa disebut Strategi (S-O) pada matriks SWOT.

Berikut Strategi S-O yang dapat dilakukan guna pengembangan objek wisata kolam renang Graha Melati Kota Bandung:

1. Meningkatkan atau menambahkan Fasilitas baru dan menarik untuk dikunjungi guna meningkatkan kunjungan wisatawan.
2. Mengembangkan dan meningkatkan akses lokasi serta melengkapi prasarana yang ada.
3. Meningkatkan hubungan kerjasama baik itu kerja sama Kemitraan, Pemerintah Daerah maupun Masyarakat guna lebih mengoptimalkan pengembangan kolam renang Graha Melati.
4. Memperbaiki dan meningkatkan Kondisi Sapta Pesona yang ada guna menarik dan memberikan rasa kenyamanan bagi pengunjung wisatawan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan objek wisata Kolam Renang Graha Melati di Kelurahan Karang Pamulang, Kecamatan Mandalajati dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Fasilitas yang dimiliki Kolam Renang Graha Melati dapat mendukung atau menunjang kegiatan wisata di objek wisata tersebut diantaranya; Fasilitas utama yang berupa fasilitas kolam yang banyak, kualitas sumber air yang jernih, fasilitas pendukung lainnya, dan wahana permainan. Sehingga wisatawan dapat menikmati fasilitas yang disediakan objek wisata kolam renang Graha Melati.
2. Kondisi Sapta Pesona di objek wisata kolam renang Graha Melati ini dilihat dari pengamatan sudah baik, namun ada beberapa masalah yang timbul yaitu dari segi keindahan yang kurang dikarenakan akibat wabah *covid-19* berdampak pada anggaran atau biaya yang diperlukan untuk memperbaiki kerusakan-kerusakan yang ada untuk meningkatkan keindahan objek wisata tersebut.
3. Berdasarkan hasil faktor internal dan eksternal kolam renang Graha Melati dapat diketahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Selanjutnya menghitung bobot dan rating yang dimana dapat menentukan posisi pengembangan kolam renang Graha Melati dengan hasil IFAS dengan total skor akhir 0,47 dan total akhir EFAS adalah 0,38. Selanjutnya dimasukkan ke dalam diagram matriks SWOT.
4. Berdasarkan hasil IFAS dan EFAS dan hasil posisi pada diagram SWOT, objek wisata kolam renang Graha Melati berada di kuadran I artinya objek wisata tersebut memiliki kekuatan yang besar dengan memanfaatkan peluang yang ada. Sehingga strategi yang pengembangan yang tepat adalah strategi S-O diantaranya: 1). Meningkatkan atau menambahkan fasilitas yang baru dan menarik untuk dikunjungi guna meningkatkan kunjungan wisatawan; 2). Mengembangkan dan Meningkatkan akses lokasi serta melengkapi prasarana yang ada; 3). Meningkatkan hubungan kerja sama baik itu kerjasama kemitraan, Pemerintah daerah maupun Masyarakat guna lebih mengoptimalkan pengembangan kolam renang Graha Melati; 4). Memperbaiki dan meningkatkan kondisi sapta pesona yang ada guna menarik dan memberikan rasa kenyamanan bagi pengunjung wisatawan.

SARAN

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut;

1. Melakukan promosi ke media sosial seperti Instagram, Facebook maupun Youtube. dengan melengkapi informasi mengenai objek wisata kolam renang Graha Melati yang lebih update atau lebih lengkap dan baru. Untuk mempermudah mendapatkan informasi mengenai objek wisata kolam renang Graha Melati.
 2. Lebih ditingkatkan kualitas pelayanandi objek wisata kolam renang Graha Melati.
 3. Pemerintah Daerah lebih mengupayakan lagi pengembangan objek wisata kolam renang Graha Melati, sehingga dapat mengoptimalkan pengembangan objek wisata kolam renang Graha Melati lebih baik lagi dimasa yang akan datang.
- Melengkapi sistem penandaan atau rambu-rambu disekitar kawasan.

UCAPAN TERIMA KASIH

5. REFERENSI (10 PT)

- Atmoko, T. P. H. (2014). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Jurnal Media Wisata*, 12(2), 146–154. <https://amptajurnal.ac.id/index.php/MWS/article/view/87>
- Elistia. (2020). Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid- 19. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177, 1–16.
- Erwin Suryatama. (2014). Analisis SWOT. Surabaya : Kata Pena.
- Fandeli,C.(2000). *Pengusahaan Ekowisata*.
- Ida Bagus Gede Paramita, I. G. G. P. A. P. (2020). New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa PandemiCovid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata AgamaDan Budaya*, EISSN 2614, ISSN 2527-9734. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Gramedia Widarsana Indonesia.
- Kemenparekraf. (2019). *KAJIAN DAMPAK SEKTOR PARIWISATA TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA*.
- Koen Meyers. (2009). *Pengertian Pariwisata*. Unesco Office.
- Kusuma, R. E., & Moch. Arifien. (2020). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Waduk Jatibarang, Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *Geo-Image*, 9(2), 131– 138. <https://doi.org/10.15294/geoimage.v9i2.39683>
- Pendit, N. S. (1994). *Ilmu Pengantar Pariwisata*. PT Pradnya Paramita.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. PT Pradnya Paramita.
- Ramly, N. (2007). *PariwisataBerwawasan Lingkungan*. Grafindo.
- Siti Hanila, Z. I. F. (2020). Strategi pengembangan objek wisata cemoro sewu di kabupaten seluma. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), 74–84.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syarifuddin, D. (2017). Nilai Wisata Budaya Seni Pertunjukan Saung Angklung Udjo Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(2), 53–60. <https://doi.org/10.17509/JUREL.V13I2.4979>
- Triton. (2007). *Manajemen Strategis : Terapan Perusahaan Dan Bisnis*. Tugu Publisher.
- Wiryokusumo, I. (2011). *Dasar-dasar Pengembangan Kurikulum*. Bumi Aksara.