

**PERSEPSI PENGUNJUNG OBJEK WISATA KOLAM RENANG IDAMAN  
DI KOTA BANJARBARU PROVINSI KALIMANTAN SELATAN**

**VISITOR PERCEPTION AND IDAMAN SWIMMING POOL TOURISM OBJECT'S  
MARKETING STRATEGY IN BANJARBARU CITY, SOUTH KALIMANTAN  
PROVINCE.**

Syadzwina<sup>1)</sup>, Emmy Sri Mahreda<sup>2)</sup>, Emmy Lili Mantik<sup>3)</sup>, Eko Rini Indrayatie<sup>4)</sup>

*<sup>1)</sup>Jurusan Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan.*

*Universitas Lambung Mangkurat*

*e-mail: syadzwina.hamidi@gmail.com*

**Abstract**

Attractions selected community based on the wishes and the needs of the individual. Society simply adjust to what is offered by tourist attractions. The presence of competition of several swimming pools means that each manager needs to consider the development strategy so that Visitor will never leave their swimming pool. It is important to know what visitors want for a tourist attraction prior to carrying out development. Visitor perception is necessary, it is the first step in the strategy of tourism development. The purpose of this research was to analyze the Visitor perceptions of the Idaman swimming pool tourist attraction. This research is descriptive quantitative. The method used is the Likert scale using 5 scales. Visitors' perception of the existence of a tourist attraction for swimming pools is generally positive. Visitors' perception strongly agree (SS) in terms of environmental hygiene, environmental safety, water quality is good, accessibility accessible, convenient parking, ticket rates are very affordable compared with the acquired facilities, hospitality officer to serve visitors during this and the existence of a tourist attraction that is beneficial to the local society.

*Keywords : Community, likert scale, perception, tourists*

**PENDAHULUAN**

Kolam renang merupakan tempat berupa konstruksi kolam berisikan air bersih yang telah diolah dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas pengamanan dan kenyamanan dalam berekreasi, berenang maupun olahraga lainnya (Permenkeu, 2017).

Di Kota Banjarbaru terdapat beberapa kolam renang yang biasanya dikunjungi orang di waktu luang mereka. Masing-masing kolam renang ini memiliki perbedaan harga, fasilitas dan lokasi yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan setiap orang.

Objek Wisata tentu dipilih masyarakat berdasarkan keinginan dan kebutuhan per individu. Masing-masing objek wisata memiliki kelebihan-nya tersendiri. Masyarakat tinggal menyesuaikan dengan apa yang ditawarkan oleh objek tempat wisata namun adanya saingan beberapa kolam renang ini membuat masing-masing pengelola kolam renang seharusnya mengetahui strategi pengembangan agar kolam renangnya tidak ditinggalkan pengunjung. Sebelum melakukan pengembangan perlu diketahui apa saja keinginan wisatawan terhadap suatu objek wisata tersebut. Persepsi dari para pengunjung sangat penting dilakukan karena merupakan langkah awal

dari strategi pengembangan objek wisata tersebut.

Tempat penelitian ini berada di Kolam Renang Idaman Kota Banjarbaru. Kolam renang ini berdiri pada tahun 1990 dan dikelola oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda & Olahraga. Objek wisata ini merupakan kolam renang pertama di Kota Banjarbaru sehingga memungkinkan untuk semua orang pasti mengetahui objek wisata ini. Selain itu tempatnya yang mudah dijangkau dan berada di tengah kota membuat objek wisata ini selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan terutama pada hari libur dan dapat terus bertahan meskipun ada beberapa saingan kolam renang lain di Kota Banjarbaru.

Kolam renang idaman ini terus berbenah agar lebih baik lagi dan tidak ketinggalan dari saingan lainnya. Setiap tahun terus dilakukan perbaikan fasilitas secara bertahap. Berdasarkan hal tersebut untuk sementara dapat ditarik kesimpulan bahwa pengunjung tertarik dan menyukai objek wisata ini sebagai tujuan berwisata mereka terutama dengan harganya yang murah dan dengan fasilitas yang baik. Hal ini tentu masih perlu dilakukan kajian lebih jauh lagi dan perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana keadaan objek wisata ini dalam persepsi masyarakat dan analisis pemasarannya sehingga dapat terus bertahan dan tidak ketinggalan dari beberapa saingannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan objek wisata kolam renang idaman. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat dijadikan bahan dalam rangka pengembangan objek wisata bagi pemilik, masyarakat, pemerintah daerah maupun instansi terkait di kawasan tersebut.

## METODE PENELITIAN

Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja atau *purposive sampling*.

Pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan beberapa alasan yaitu :

1. Objek wisata yang terdaftar di Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Banjarbaru dari *database* tahun terakhir.
2. Objek wisata ini juga satu-satunya objek wisata yang menyeter data pengunjung dan penjualan tiket ke Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Banjarbaru.

Penelitian dimulai dan dilakukan sebelum pandemi *covid 19* yaitu pada bulan januari 2020. Data pada pengolahan tesis ini hanya berdasarkan keadaan pada Januari 2020.

Sejak bulan Maret 2020 objek wisata kolam renang tutup total. Ada beberapa wacana bahwa kolam renang akan dibuka kembali namun karena Kota Banjarbaru masih tinggi angka penyebaran covid maka pembukaan kolam renang pun ditunda sampai waktu yang belum bisa dipastikan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Teknik *Non-Probability Sampling*. Teknik ini merupakan teknik yang cocok digunakan di penelitian yang jumlah populasinya tidak diketahui. Teknik ini dilakukan secara random yang artinya tidak semua anggota populasi mendapatkan kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Jenis teknik yang digunakan adalah Teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan dimana siapa saja dapat menjadi sampel penelitian apabila secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap sesuai dengan sumber data yang diinginkan (Supardi, 1993).

Supardi (1993) dalam jurnalnya yang berjudul Populasi dan sampel penelitian menyebutkan bahwa apabila anggota populasi bersifat homogen maka pemilihan sampel dalam jumlah yang kecil sudah dapat digunakan di dalam penelitian. Menurut Tienneke (2013) tidak ada aturan tertentu yang mutlak dalam menentukan jumlah sampel dalam sebuah populasi.

Validnya suatu sampel tergantung pada karakteristik dan sifat yang mendekati populasi namun dalam teori sampling dikatakan bahwa sampel terkecil 30 orang sudah dapat mewakili suatu populasi penelitian.

Sampel dalam penelitian ini adalah para wisatawan yang sedang berkunjung ke objek wisata tersebut. Pengambilan sampel dilakukan pada hari libur atau tanggal merah dengan pertimbangan bahwa pada hari itu objek wisata ramai oleh pengunjung sehingga akan memudahkan proses pelaksanaan penelitian. Sampel pada penelitian ini berjumlah 30 orang. Total penetapan sampel sebanyak 30 orang ini sudah dianggap cukup mewakili dalam menjawab tujuan penelitian karena sesuai dengan jumlah batas minimal sampel dalam suatu penelitian. Penelitian jumlah sampel ini juga berdasarkan pada sifat sampel yang homogen yaitu memiliki kesamaan dari segi pengunjung dan juga tempat objek wisata sehingga untuk penentuan sampel berapapun hasilnya akan relative sama dan sudah mewakili dari semua populasi yang ada.

### *Analysis Data*

Untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap objek wisata kolam renang idaman dilakukan dengan cara deskriptif kuantitatif. Analisis yang digunakan menggunakan skala *Likert*. Skala *likert* yang digunakan terdiri dari 5 skala yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RR), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Skala *likert* adalah metode pengukuran yang dilakukan guna mengukur persepsi, pendapat dan sikap seseorang maupun sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Responden tinggal memberi *checklist* pada jawaban yang dipilih sesuai dengan pendapat si responden kemudian dari hasil kuesioner tersebut diolah dan diberi bobot nilai (Sugiono, 2013).

Tabel skala *likert* dan bobot nilainya dapat dilihat pada Tabel dibawah ini.

1. **Rerata Skor** :  $\frac{\sum(\text{skor pertanyaan} \times \text{frekuensi skor})}{N}$
2. **Rentang Skala** :  $R_s = \frac{(5-1)}{4} = 0,80$

Tabel 1. Skor Rerata Penilaian Persepsi Masyarakat

| Skor        | Keterangan                |
|-------------|---------------------------|
| 1,00 - 1,79 | Sangat Tidak Setuju (STS) |
| 1,80 – 2,59 | Tidak Setuju (TS)         |
| 2,60 – 3,39 | Ragu-Ragu (RR)            |
| 3,40 – 4,19 | Setuju (S)                |
| 4,20 – 5,00 | Sangat Setuju (SS)        |

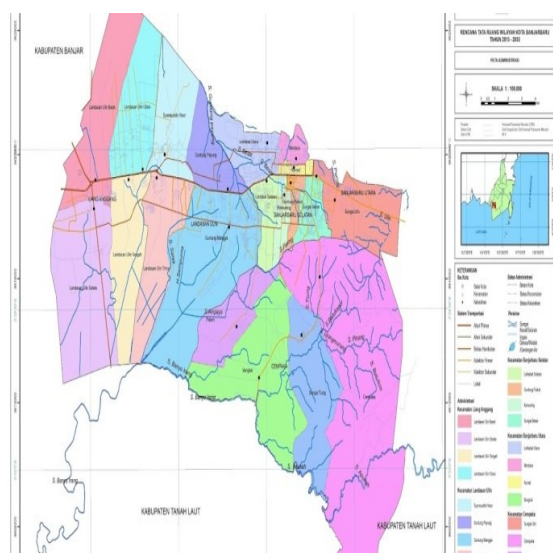
Sumber : Data Sekunder Penelitian, 2020

Uji Hipotesis :

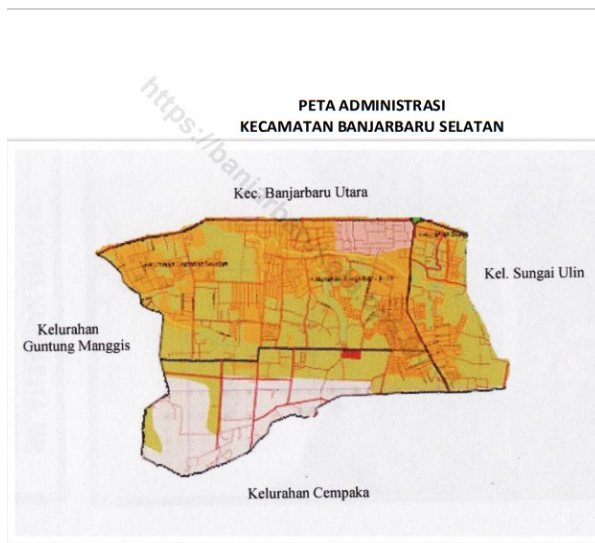
H0 = diterima apabila pengunjung tidak mendukung objek wisata kolam renang idaman

H1 = diterima apabila pengunjung mendukung objek wisata kolam renang idaman objek wisata kolam renang idaman

## HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 4.1. Peta Administrasi Kota Banjarbaru



Gambar 2. Peta Administrasi Kecamatan Banjarbaru Selatan

Gambaran umum wisatawan kolam renang idaman berdasarkan jenis kelamin sebesar 14 orang adalah laki-laki dan 16 orang adalah perempuan. Rentang umur responden dari 17 tahun sampai dengan 50 tahun. Jenjang pendidikan terakhir tertinggi adalah SMA. Mahasiswa dan ibu rumah tangga merupakan pengunjung terbesar dimana biasanya mahasiswa datang bersama teman-temannya dan ibu rumah tangga beserta keluarganya. Kota Banjarmasin merupakan daerah asal wisatawan terbanyak sedua yaitu sebesar 23 persen. Di Kota Banjarmasin juga terdapat beberapa objek wisata kolam renang namun mereka tetap rela untuk berkunjung ke objek wisata ini, hal ini menunjukkan bahwa objek wisata kolam renang ini dikenal dan diminati oleh masyarakat umum sampai keluar kota.

### Persepsi Wisatawan Objek Wisata Kolam Renang Idaman

Tabel 2. Persepsi wisatawan berdasarkan komponen kondisi objek wisata

| No. | Pernyataan              | Rerata Skor |
|-----|-------------------------|-------------|
| 1.  | Kenyamanan Lingkungan   | 4,13        |
| 2.  | Kebersihan Lingkungan   | 3,63        |
| 3.  | Keamanan Lingkungan     | 3,76        |
| 4.  | Kualitas Air Kolam Baik | 3,76        |

Sumber : Pengolahan Data Primer Penelitian, 2020

Keterangan :

- 1 % – 1,79 % = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,80 – 2,59 % = Tidak Setuju (TS)
- 2,60 % - 3,39 % = Ragu-Ragu (RR)
- 3,40 % - 4,19 % = Setuju (S)
- 4,20 % - 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden setuju (S) dalam menilai kondisi objek wisata dalam keadaan baik. Kenyaman lingkungan disini memiliki arti bahwa responden senang berada dan beraktifitas di objek wisata ini serta tidak kapok untuk datang lagi di kemudian harinya. Dari sisi kebersihan, keamanan dan kualitas air kolam juga menunjukkan sikap setuju (S). Dari hasil observasi kondisi objek wisata sering penuh oleh pengunjung oleh karena itu pihak objek wisata memang mempersiapkan agar tempat wisata ini selalu menarik dan bersih. Pemeliharaan kebersihan dan tampilan visual objek wisata selalu diperhatikan sehingga pengunjung pun akan betah dan senang untuk kembali lagi kesini di waktu yang akan datang.

Tabel 3. Persepsi wisatawan berdasarkan komponen akseibilitas objek wisata

| No. | Pernyataan                         | Rerata Skor (%) |
|-----|------------------------------------|-----------------|
| 1.  | Kualitas Jalan menuju Objek Wisata | 4,43            |
| 2.  | Keterjangkauan angkutan umum mudah | 4,50            |
| 3.  | Penunjuk Jalan Menuju Objek wisata | 4,26            |

Sumber : Pengolahan Data Primer Penelitian, 2020

Keterangan :

- 1 % – 1,79 % = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,80 – 2,59 % = Tidak Setuju (TS)
- 2,60 % - 3,39 % = Ragu-Ragu (RR)
- 3,40 % - 4,19 % = Setuju (S)
- 4,20 % - 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Tabel diatas menunjukkan bahwa sikap responden dalam akseibilitas objek wisata adalah sangat setuju (SS). Salah satu nilai plus objek wisata ini adalah berada di tengah-tengah kota dan berada di pemukiman penduduk sehingga akseibilitas jalan menuju objek wisata pun nyaman dan

kualitas aspalnya pun bagus tidak ada yang rusak dan sangat mudah dilalui siapapun. Angkutan umum adalah penunjang dari pengembangan suatu objek wisata. Angkutan umum mudah ditemui disekitar lokasi karena posisinya yang tidak jauh dari jalan utama. Lokasinya yang dekat dengan tempat pemberhentian bis pun memudahkan siapapun terutama wisatawan yang berasal dari luar kota dapat dengan mudahnya mendatangi objek wisata ini. Penunjuk jalan sebenarnya tidak ditemui di jalanan namun di depan objek wisata memang ada petunjuk bahwa ada kolam renang disitu. Tempatnya yang sudah sangat lama berdiri menjadikan tempat ini tidak memerlukan penunjuk jalan karena orang – orang dianggap sudah mengetahui bahwa ada objek wisata kolam renang di daerah tersebut.

Tabel 4. Persepsi wisatawan berdasarkan komponen fasilitas objek wisata

| No. | Pernyataan                                  | Rerata Skor (%) |
|-----|---------------------------------------------|-----------------|
| 1.  | Tempat parkir mudah                         | 4,16            |
| 2.  | Toilet dan airnya bersih                    | 3,26            |
| 3.  | Kamar mandi bersih                          | 3,23            |
| 4.  | Ruang ganti nyaman                          | 3,46            |
| 5.  | Tempat ibadah bersih                        | 3,70            |
| 6.  | Tempat istirahat atau berkumpul yang nyaman | 3,86            |
| 7.  | Sarana kesehatan memadai                    | 3,20            |
| 8.  | Tempat makan / kantin layak                 | 3,70            |
| 9.  | Tarif tiket masuk terjangkau                | 4,56            |
| 10. | Tarif sesuai dengan fasilitas yang didapat  | 4,46            |

Sumber : Pengolahan Data Primer Penelitian, 2020

Keterangan :

|                 |                             |
|-----------------|-----------------------------|
| 1 % – 1,79 %    | = Sangat Tidak Setuju (STS) |
| 1,80 – 2,59 %   | = Tidak Setuju (TS)         |
| 2,60 % - 3,39 % | = Ragu-Ragu (RR)            |
| 3,40 % - 4,19 % | = Setuju (S)                |
| 4,20 % - 5,00   | = Sangat Setuju (SS)        |

Tabel diatas menunjukkan bahwa sikap responden dalam komponen fasilitas objek wisata berbeda-beda disetiap kategorinya. Dalam pernyataan tentang tempat parkir yang mudah sebenarnya tidak disediakan tempat khusus misalnya dibuatkan lapangan untuk parkir pengunjung namun disini wisatawan hanya

parkir di sekelilingnya. Hal ini sepertinya memudahkan pengunjung karena cukup memarkirkan kendaraan roda 2 atau kendaraan roda 4 nya di sekeliling objek wisata dan tidak perlu jauh berjalan dari parkir menuju ke tempat. Hal ini yang memungkinkan sikap responden menunjukkan setuju (S).

Observasi di lapangan menunjukkan toilet laki-laki dan perempuan dipisah dan berjauhan. Fasilitas toilet objek wisata manapun sering kali dikeluhkan tak terkecuali juga di objek wisata ini. Kadaan toilet terkadang kotor misalnya karena bekas tanah dari sandal pengunjung atau belum bersih dalam pemakaian toilet. Hal semacam ini memang lebih kepada cara penggunaan wisatawan dalam memakai toilet karena tentunya petugas kebersihan dari pihak objek wisata selalu membersihkannya terlebih dahulu sebelum objek wisata ini dibuka. Kondisi toilet yang masih belum terlalu bagus karena masih standar toilet di objek wisata air kebanyakan seperti masih menggunakan ember sebagai pengganti bak mandi juga menjadi kekurangan yang dirasakan pengunjung. Dari sisi kesediaan air sudah cukup baik dan bersih dimana air keluar dengan lancar. Air disini menggunakan sumber PDAM yang bersih. Ini yang menyebabkan sikap responden menunjukkan sikap ragu-ragu (RR) karena meskipun syaratnya sudah terpenuhi namun masih belum sempurna.

Pernyataan bahwa keadaan kamar mandi bersih di kawasan objek wisata ditunjukkan responden dalam sikap ragu-ragu (RR). Kamar mandi digunakan sekaligus sebagai ruang bilas. Kamar mandi yang masih sederhana mungkin masih bisa diperbaiki dan kondisi kamar mandi yang terkadang kotor karena pemakaian pengunjung lain menjadi alasan responden memilih jawaban tersebut.

Ruang ganti letaknya berdekatan dengan kamar mandi atau ruang bilas. Tempat ini sudah sesuai dengan fungsinya dan tempatnya yang tertutup serta terjaga privasi sehingga membuat responden memilih sikap setuju (S).

Di kawasan objek wisata ini juga dilengkapi dengan mushola untuk beribadah bagi umat muslim. Dari hasil observasi tempatnya cukup bagus dan tersedia peralatan untuk shalat. Sikap responden mengenai tempat ibadah yang bersih adalah setuju (S).

Halaman yang luas dan banyak tempat duduk serta adanya tribun disekitar tempat wisata membuat sikap responden terhadap tempat istirahat atau berkumpul yang nyaman adalah setuju (S). Responden bisa leluasa beraktifitas dan bersantai terutama bagi para orang tua yang datang untuk mengajak anak-anaknya agar tidak bosan.

Sikap responden terhadap pernyataan bahwa sarana kesehatan memadai adalah ragu-ragu (RR). Objek wisata tentu sudah menyiapkan segala p3k dan pelampung demi keamanan dan kenyamanan semua pihak namun karena tidak terlihat secara langsung maka responden berpendapat secara demikian.

Pernyataan tempat makan/kantin layak dinilai responden dengan setuju (S). Warung makan yang berada di lingkungan objek wisata masih sederhana sehingga harganya masih terjangkau di kalangan para wisatawan terutama wisatawan yang kebanyakan adalah anak sekolah. Hal ini tentunya adalah nilai plus karena kebanyakan tempat makan di objek wisata lain harganya jauh lebih mahal dibanding dengan di luar objek wisata.

Pernyataan bahwa tarif tiket terjangkau dinilai responden dengan sangat setuju (SS). Hal ini dikarenakan dibandingkan dengan kolam renang di tempat lain ditempat ini harganya masih sangat murah. Hal ini adalah salah satu nilai

plus sehingga membuatnya nyaman dan sangat cocok digunakan oleh rombongan keluarga atau teman untuk sekedar berwisata karena tidak membutuhkan dana yang besar untuk sekedar berwisata. Hal inilah yang membuat objek wisata ini selalu diminati oleh semua kalangan dan selalu penuh terutama di hari libur.

Sikap responden terhadap pernyataan tarif sesuai dengan fasilitas yang didapat adalah sangat setuju (SS). Harga yang sangat terjangkau dengan kualitas yang didapat kurang lebih sama dengan tempat wisata kolam renang lain yang harganya malah lebih mahal. Fasilitas yang memadai sangat mendukung suatu objek wisata dan tentunya saling berkaitan. Hal ini juga dipermudah dengan adanya dukungan dari pemerintah daerah. Kerusakan yang terjadi atau ada barang yang perlu diganti biasa dapat diusulkan dan dari hasil observasi terlihat ada renovasi dan pembangunan baru yang tentunya kalau sudah selesai akan menambah nilai plus dari fasilitas objek wisata kolam ini.

Tabel 5. Persepsi wisatawan berdasarkan komponen pelayanan objek wisata

| No. | Pernyataan                                  | Rerata Skor (%) |
|-----|---------------------------------------------|-----------------|
| 1.  | Ketanggapan petugas dalam melayani keluhan  | 4,03            |
| 2.  | Keramahan petugas dalam melayani pengunjung | 4,30            |

Sumber : Pengolahan Data Primer Penelitian, 2020

Keterangan :

- 1 % – 1,79 % = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,80 – 2,59 % = Tidak Setuju (TS)
- 2,60 % - 3,39 % = Ragu-Ragu (RR)
- 3,40 % - 4,19 % = Setuju (S)
- 4,20 % - 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Sikap responden terhadap ketanggapan petugas dalam melayani keluhan adalah setuju (S). Salah satu faktor pendukungnya adalah tersedianya petugas di lapangan sehingga memudahkan wisatawan yang ingin bertanya agar bisa cepat ditangani.

Keramahan petugas dalam melayani pengunjung dinilai sangat setuju (SS) oleh responden. Terbukti dari hasil observasi bahwa petugas di lapangan semua ramah-ramah terutama ketika berinteraksi dengan para pengunjung. Hal ini menjadi salah satu penyebab objek wisata ini selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan yang nyaman dengan pelayanan di objek wisata ini.

Tabel 6. Persepsi wisatawan berdasarkan komponen keberadaan objek wisata

| No. | Pernyataan                                   | Rerata Skor (%) |
|-----|----------------------------------------------|-----------------|
| 1.  | Keberadaan objek wisata kolam renang         | 4,53            |
| 2.  | manfaat objek wisata kolam renang selama ini | 4,50            |

Sumber : Pengolahan Data Primer Penelitian, 2020

Keterangan :

- 1 % – 1,79 % = Sangat Tidak Setuju (STS)  
 1,80 – 2,59 % = Tidak Setuju (TS)  
 2,60 % - 3,39 % = Ragu-Ragu (RR)  
 3,40 % - 4,19 % = Setuju (S)  
 4,20 % - 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Tabel diatas menyatakan bahwa sikap responden dari kedua item tersebut adalah sangat setuju (SS). Keberadaannya disenangi oleh para responden terutama dengan lokasi yang berada di tengah – tengah kota dan dan tentunya banyak manfaat objek wisata kolam renang yang sudah didapat dari para responden maupun wisatawan lain. Beberapa sekolah dan perkuliahan memakai tempat ini untuk menunjang kegiatan belajar mereka. Orang umum juga menggunakannya untuk berbagai keperluan mereka seperti melatih kemampuan renang, menjaga kesehatan ataupun hanya sekedar berwisata.

Tabel 7. Persepsi wisatawan berdasarkan komponen pengembangan objek wisata

| No. | Pernyataan                                       | Rerata Skor (%) |
|-----|--------------------------------------------------|-----------------|
| 1.  | Perlu promosi berkala dengan semua media         | 4,20            |
| 2.  | Pengembangan fasilitas objek wisata kolam renang | 4,53            |

Sumber : Pengolahan Data Primer Penelitian, 2020

Keterangan :

- 1 % – 1,79 % = Sangat Tidak Setuju (STS)  
 1,80 – 2,59 % = Tidak Setuju (TS)  
 2,60 % - 3,39 % = Ragu-Ragu (RR)  
 3,40 % - 4,19 % = Setuju (S)  
 4,20 % - 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Disini pihak responden menyatakan bahwa kedua pernyataan komponen pengembangan objek wisata ini adalah sangat setuju (SS) baik dari sisi promosi maupun pengembangan fasilitas objek wisata. Pada saat wawancara di lapangan disebutkan bahwa tidak pernah dilakukan promosi kolam renang. Hal ini dikarenakan kolam renang idaman merupakan kolam renang yang sudah lama berdiri. Ekskul berenang untuk sekolah-sekolah maupun kuliah biasa juga menggunakan kolam renang ini sehingga semua orang di segala usia pun sudah mengenali tempat wisata ini. Dari hasil pengolahan data ini dikatakan bahwa pengunjung sudah cukup puas dengan fasilitas yang didapat di objek wisata ini namun mereka juga mendukung apabila ada rencana promosi dan pengembangan fasilitas lagi agar tidak kalah bersaing dengan objek wisata kolam renang yang lain dan dapat lebih maju lagi. Pengembangan fasilitas sendiri terus dibenahi agar lebih baik lagi. Kolam renang yang dinaungi oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda & Olahraga Kota Banjarbaru ini memang ada anggaran sendiri untuk perbaikan dan penambahan sarana dan prasarana yang dibutuhkan.

## KESIMPULAN

Dari hasil persepsi pengunjung yang telah dijabarkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung terhadap keberadaan objek wisata kolam renang adalah positif. Pengunjung juga mendukung objek wisata ini. Salah satu buktinya adalah dimana hampir setiap hari terutama hari libur selalu dipadati oleh pengunjung. Pengunjung yang datang bermacam-macam dari segala usia dan kalangan. Tempat dan suasana yang baik dan nyaman tentu memberikan kepuasan bagi pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata ini kembali baik sendiri maupun dengan keluarga atau teman. Persepsi wisatawan sangat setuju (SS) dalam hal kebersihan lingkungan, keamanan lingkungan, kualitas air yang baik,

aksebilitas yang mudah dijangkau, tempat parkir yang nyaman, tarif tiket sangat terjangkau dibanding dengan fasilitas yang didapat bahkan tidak kalah dengan objek wisata kolam renang lain yang menawarkan tarif tiket dengan harga lebih mahal, keramahan petugas dalam melayani pengunjung selama ini dan keberadaan objek wisata yang bermanfaat terhadap masyarakat sekitar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia. (2017). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2017 tentang Standar Baku Mutu Kesehatan Lingkungan dan Persyaratan Kesehatan Air Untuk Keperluan Higiene Sanitasi, Kolam Renang, Solus Per Aqua, dan Pemandian Umum*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Supardi. (1993). *Populasi dan sampel penelitian*. UNISIA. No. 17 Tahun XIII Triwulanvi-1993.
- Tienneke, S. (2013). *Karakteristik Daya Tarik Wisata dan Wisatawan di Kabupaten Belitung*. Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu.