

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan disajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian serta teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data-data diperoleh ketika peneliti melakukan pengamatan atau obeservasi terkait Studi Kelayakan Wisata guna Meningkatkan Kunjungan di Waterpark Singapore Desa Karang Sari Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung, kemudian peneliti melakukan wawancara dengan pengelola (owner) objek wisata, karyawan, pengunjung. Berikut uraian tujuan yang akan dikembangkan dalam penelitian ini, yaitu:

A. Potensi yang dimiliki Waterpark Singapore Desa Karang Sari

Kecamatan Rejotangan

Potensi wisata merupakan syarat penting yang dimiliki suatu kawasan wisata, karena potensi yang terdapat dalam kawasan wisata dapat berbeda disetiap tempat, semakin unik dan indah potensi disuatu kawasan wisata maka wisatawan akan tertarik menjadikan tempat tersebut sebagai suatu destinasi wisata. Dari hasil penelitian ini potensi yang terdapat dalam Objek wisata Waterpark Singapore yaitu:

1. Daya Tarik

- a. Waterpark Singapore menonjolkan kolam renang sebagai tujuan utama.

- b. Pelatih untuk wisatawan yang ingin belajar berenang.
- c. Tempat terapi ikan yang biasanya di gunakan ibu-ibu untuk bersantai sambil menemani anaknya yang sedang berenang.
- d. Spot foto yang disajikan untuk pengunjung supaya lebih tertarik apalagi di era sekarang ini banyak sekali wisata yang bersaing untuk membuat konsep semenarik mungkin agar pengunjung tertarik dan tidak merasa bosan.
- e. Panggung hiburan, hal menarik lain yang dimiliki waterpark Singapore yaitu panggung hiburan yang setiap malam Minggu menyuguhkan live music akustik dan elektone setiap Minggu pagi.
- f. Wisata malam yang disebut dengan Singapore Night Paradise, hal yang membedakan Waterpark Singapore dengan wisata lain yaitu adanya wisata malam. Wisata malam ini memiliki konsep lampu-lampu yang sebenarnya dirancang seperti BNS tetapi untuk versi kecil dan murah. Selain itu, wisata malam ini juga ada Coffe yang biasanya dijadikan tempat kunjungan wisatawan terutama golongan anak muda. Banyak sekali di era sekarang ini diberbagai daerah yang bersaing mengunggulkan coffe ataupun angkringan sebagai tongkrongan anak muda. Selain menikmati Coffe pengunjung juga bisa berenang di malam hari.

g. Objek Wisata Waterpark Singapore yang sangat memperharikan kebersihan dan kenyamanan pengunjung.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah segenap fasilitas yang memungkinkan dan memudahkan serta membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Berdasarkan fakta dan pengamatan yang ditemukan oleh peneliti ketika dilapangan, diketahui bahwa jarak tempuh dari pusat Tulungagung lokasi wisata berjarak sekitar 22 km dengan jarak tempuh 38 menit. Kondisi jalan menuju Waterpark Singapore masih perlu sedikit untuk diperbaiki supaya menambah kenyamanan pengunjung dalam perjalanan karena meskipun jalan menuju Waterpark Singapore sendiri sudah diaspal tetapi masih ada beberapa aspal yang sedikit rusak dan ada sedikit jalan yang masih menggunakan paving. Letak Waterpark singapore juga kurang setrategis karena terletak dipedesaan yang jauh dari keramaian maka dari itu untuk beberapa akses masih ada yang perlu untuk diperluas.

3. Sarana dan Prasarana Penunjang

Sarana dan prasarana di sekitar kawasan wisata merupakan salah satu faktor daya tarik yang penting dalam suatu objek wisata. Menurut teori yang ditemukan oleh Pendit bahwa sarana merupakan semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu didaerah tujuan wisata (DTW) yang

dikunjunginya, termasuk toko souvenir, bar, rumah makan, cofe dan lain-lain.⁸³ Berdasarkan hasil penelitian lapangan, diketahui bahwa fasilitas di Objek wisata Waterpark Singapore hanya menyediakan tempat parkir yang memadai, rumah makan, coffe.

Prasarana memiliki arti semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan. Berdasarkan penelitian lapangan, diketahui bahwa fasilitas yang ada di Objekwisata Waterpark Singapore seperti Kamar mandi dengan air yang bersih, Ruang ganti, Musholla sebagai sarana beribadah.

Dengan adanya potensi yang dimiliki objek wisata Waterpark Singapore, diharapkan hal ini dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang berkunjung. Hasil dari penelitian diatas selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Maryani dengan judul Analisis Kelayakan Potensi Eko Wisata Air Terjun Riam Jito di Kecamatan Kembayam, Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat, dimana dalam peneliti terdahulu menggunakan kriteria penilaian menurut pedoman Analisis (ODTWA) Objek dan Daya Tarik Wisata Alam yang dibuat oleh departemen kehutanan Direktorat Jendral Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam (PHKA) tahun 2003. Penelitian ini menggunakan ODTWA yaitu: kriteria daya tarik, aksesibilitas, sarana dan prasarana penunjang dan

⁸³Nyoman S Pedit, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, (Jakarta: PT Pradya Paramita, 2003),hml.56

kriteria tersebut dapat digunakan dan dimodifikasi disesuaikan dengan tipe objek wisata atau disebut *modified ADO-ODTWA (Operational Area Analysis – Nature based Tourism Objek and Attraction)*.⁸⁴

B. Perencanaan Pengembangan wisata dalam meningkatkan minat para pengunjung Waterpark Singapore

Pengembangan suatu wisata sangat penting untuk menunjang daya tarik wisatawan. Dalam hal ini pihak wisata harus bisa meningkatkan upaya dalam pengembangan suatu wisata agar mampu bersaing dengan wisata-wisata yang lain di era sekarang ini. Upaya Waterpark Singapore dalam meningkatkan pengembangan wisata yaitu dengan melakukan:

a. Pemasaran.

Salah satu pemasaran yang dilakukan objek wisata Waterpark Singapore yaitu dengan melakukan promosi. Promosi ditujukan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk konsumen agar mereka dapat mengenal dan tertarik dengan produk yang ditawarkan objek wisata Waterpark Singapore. Konsep promosi yang telah dilakukan waterpark singapore untuk menarik minat pengunjung yaitu dengan memasarkan objek wisata melalui *websites, facebook, instagram*, sesuai dengan perkembangan zaman

⁸⁴Dian Charity Hidayat dan Retno Maryani, "Analisis Kelayakan Potensi Ekowisata Air Terjun Riam Jito di Kecamatan Kembayan, Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat", Jurnal penelitian pengelolaan daerah air sungai, Vol. 3 No. 1, April 2019, hml 73

diera sekarang ini bahwa hampir semua kalangan mengenal media sosial. Selain itu, waterpark singapore juga memasang papan promosi dan menyebarkan sejumlah brosur di beberapa tempat. Waterpark Singapore juga menghubungi beberapa chanel yang memiliki komunitas, mendatangi sekolah-sekolah dan kantor-kantor, bekerjasama dengan stasiun Tv daerah seperti Madu TV. Promosi yang dilakukan masih perlu ditingkatkan agar objek wisata Waterpark Singapore bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas seperti dengan mengadakan sosialisasi ke lembaga-lembaga masyarakat desa yang ada di Tulungagung.

Hasil dari penelitian diatas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ahmad Subagyo yaitu:

1. Aspek Pasar.

Aspek pasar yang dikemukakan oleh Ahmad Subagyo membahas akan besarnya permintaan, penawaran, serta harga. ⁸⁵Pada Objek wisata Waterpark Singapore penawaran fasilitas yang dilakukan dengan menyeimbangkan antara harga serta permintaan pengunjung. Sehingga dengan memberikan fasilitas disesuaikan dengan harga yang ditawarkan.

⁸⁵ A Subagyo, *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*, (Jakarta:PT.Elex Media Komputido, 2007).hal.101

2. Aspek Teknologi.

Pada aspek teknologi yang dilakukan oleh objek wisata waterpark singapore menggunakan strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi masakini sehingga proses pemasaran lebih mudah dan tidak membutuhkan biaya serta waktu yang banyak.

Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Husain Umar dimana adanya teknologi yang sangat pesat dapat mempermudah mekanisme penentuan strategi usaha. Dimana tujuan dari teknologi itu sendiri adalah untuk meningkatkan efektifitas, efisiensi, dan ekonomi sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing dipasaran.⁸⁶

Hasil peneliti ini didukung oleh teori yang dikemukakan Feri⁸⁷ bahwa untuk memperkenalkan produk pariwisata memerlukan promosi untuk memperkenalkan objek wisata keseluruhan dunia juga di Indonesia, tanpa promosi yang efektif maka objek wisata tidak dapat dikenal, sehingga tingkat kunjungan wisatawan pasti rendah. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk

⁸⁶ Husain Umar, *Strategi Manajemen In Action*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008),hal.316

⁸⁷Feri Fera Ch. Waolah, “*Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupten Poso*”,e-Journal “Acna Diurna”, Volume V. No 2, Tahun 2016,Hml. 52

mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara.

b. Menambah Fasilitas.

Penambahan fasilitas yang dilakukan objek wisata waterpark singapore yaitu dengan menambahkan fasilitas wisata yang nantinya akan menjadi wisata edukasi yang 80% hampir selesai. Selain itu perencanaan dalam melengkapi fasilitas yaitu dengan menambahkan fasilitas berupa prosotan pada kolam renang.

c. Peningkatan Pengawasan.

Setiap objek wisata khususnya waterpark harus bisa memperhatikan keamanan dan keselamatan pengunjung, dalam hal ini upaya perencanaan yang harus diperhatikan dalam standarisasi waterpark salah satunya dengan melakukan peningkatan pengawasan. Tujuan dari peningkatan pengawasan yaitu untuk memberikan keamanan khususnya kepada anak yang masih dibawah umur yang biasanya kurang pengawasan dari orang tua, salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan memberikan pengawas kolam selain itu pihak waterpark juga bisa memasang CCTV. Tindakan pencegahan ini dilakukan untuk mencegah

ataupun meminimalisir kemungkinan yang parah yaitu kematian karena tenggelam karena juga ada beberapa kasus yang menggambarkan kejadian tenggelam akibat pengawasan yang lemah, fasilitas yang kurang memadai serta yang paling penting karena kegagalan kasus darurat dalam kecelakaan didalam air oleh karena itu Manajemen Resiko patut diterapkan dan dikembangkan.

Hasil ini didukung oleh penelitian dari Wati, Rapini dan Riawan dengan judul Analisis Kelayakan pengembangan Wisata Kampung Durian , dimana untuk mengetahui pengembangan kampung durian ponorogo layak dijalankan atau tidak dapat dilihat dari tiga aspek:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran.

Dilihat dari perhitungan estimasi pendapatan penjualan durian di Wisata Kampung Durian Ponorogo ini, dari tahun ketahun semakin meningkat dan bisa dikatakan memiliki peningkatan yang signifikan. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh adanya daerah pemasaran yang luas, juga dipengaruhi oleh beberapa promosi yang telah dilakukan.

b. Aspek Teknis.

Berdasarkan rencana pengembangan aspek teknis yang dilakukan termasuk peralatan, perawatan, serta fasilitas pada wisata ini sesuai dengan standar yang telah ada.

c. Aspek Manajemen.

Proses perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan dan Pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.⁸⁸

C. Bagaimana Studi Kelayakan Waterpark Singapore Sebagai Tempat Tujuan Wisata di Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung

Studi kelayakan Waterpark Singapore jika dijadikan sebagai objek wisata di Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung, peneliti melakukan menggali informasi terhadap pengunjung dan karyawan Waterpark Singapore. Dalam hal tersebut peneliti menemukan pendapat yang berbeda seperti berikut ini.

Menurut pengunjung, Waterpark Singapore layak dijadikan tempat tujuan wisata karena Waterpark Singapore sendiri merupakan satu-satunya wisata yang berada di Kecamatan Rejotangan. Selain itu dengan harga yang murah pengunjung bisa menikmati fasilitas yang tersedia di Waterpark Singapore, apalagi sekarang ini banyak sekali wisata-wisata baru yang sedang bersaing dengan keunggulan masing-masing. Daya tarik yang dimiliki Waterpark Singapore sendiri tidak kalah menarik dengan yang lain jadi tanpa jauh-jauh ke Kota Wisatawan bisa bersantai bersama

⁸⁸ Anggun Pajar Wati, Titi Rinjani dan Riawan, “Analisis kelayakan pengembangan wisata kampung durian”, *journal of digital bussines and entrepreneurshipe*, Vol. 1, Issue. 1, juli 2020, hml 12.

keluarga dan teman-teman mereka dan bisa menikmati elektone dihari Minggu pagi.

Hal yang membedakan Waterpark Singapore dengan wisata yang lain yaitu wisata malam yang disebut dengan Singapore Night Paradise, pada Singapore Night Paradise ini mengunggulkan wisata dengan konsep lampu-lampu yang terinspirasi dari wisata BNS kota Malang akan tetapi pada Singapore Night Paradise ini dibuat untuk versi kecil dan murah nya. Selain itu pada Singapore Night Paradise ini juga menyuguhkan Coffe yang biasanya dijadikan tujuan utama para pengunjung, selain itu pengunjung juga bisa berenang dimalam hari dan bisa menikmati live musik akustik.

Selain itu, dari segi pemasaran Waterpark Singapore dalam mengoptimalkan peningkatan kunjungan sudah memanfaatkan media telekomunikasi sebagai media promosi serta menyebarkan sejumlah brosur di beberapa tempat. Waterpark Singapore juga menghubungi beberapa chanel yang memiliki komunitas, mendatangi sekolah-sekolah dan kantor-kantor, bekerjasama dengan stasiun Tv daerah seperti Madu TV.

Sedangkan menurut karyawan, Waterpark masih belum layak karena akses menuju waterpark sendiri masih perlu diperluas dan masih ada beberapa aspal yang rusak dan harus diperbaiki, karena lokasi Waterpark Singapore sendiri kurang strategis. Selain pada Akses menuju wisata Waterpak juga harus meningkatkan standarisasi salah satunya dengan meningkatkan pengawasan misalnya memberikan pengawas

terutama untuk mengawasi anak dibawah umur yang terkadang diluar kendali orang tua selain itu, pihak waterpark juga bisa memasang CCTV. Tindakan pencegahan yang dilakukan ini bertujuan untuk meminimalisir kemungkinan yang parah yaitu kematian karena tenggelam.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arofah dan Alamsyah dimana ekowisata dibagi dari tujuh aspek:⁸⁹

1. Daya tarik.

Unsur-unsur yang menjadi daya tarik diantara keindahan alam, keunikan kawasan, banyaknya sumber daya yang menonjol, keutuhan sumber daya alam, kepekaan sumberdaya alam, pilihan kegiatan rekreasi, kalangan flora dan fauna, serta kerawanan kawasan.

Waterpark Singapore dinilai layak untuk dijadikan ekowisata karena mengandung unsur-unsur yang telah disebutkan diatas diantaranya:

- a. Kolam renang yang bersih sebagai tujuan utama.
- b. Fasilitas yang memadai anatar lain, spot foto, tempat terapi ikan, panggung hiburan.
- c. Wisata malam yang disebut dengan Singapore Night Paradise.

⁸⁹ Intan Maharani, *Analisis Kelayakan Potensi Ekowisata Pada Kawasan Wisata Alam Bungi Kecamatan Kokalukuna Kota Baubau*, Skripsi,(Universitas Holu Oleo:Belum diterbitkan.2016),hml.17

2. Akseibilitas

Pada aspek akseibilitas pada wisata Waterpark Singapore ini kurang sesuai dengan teori yang disebutkan oleh Arifah dan Alamsyah dimana akses untuk menuju waterpark singapore kurang memadai serta letak wisata kurang strategis untuk dijangkau pengunjung.

3. Sarana dan Prasarana Penunjang.

Pada aspek sarana dan prasarana layak untuk dijadikan ekowisata karena memiliki sarana prasarana yang memadai dan banyak dibutuhkan oleh pengunjung seperti rumah makan, musholla, toilet, ruang ganti, coffe dan tempat parkir yang luas dan teduh.

4. Keamanan.

Pada aspek keamanan objek wisata waterpark singapore sudah cukup memadai akan tetapi masih kurang maksimal karena untuk pengawasan pada kolam masih perlu diperhatikan.

Dari penjelasan berbagai pendapat diatas maka peneliti mengklasifikasikannya kedalam 3 bentuk pendapat, diantaranya adalah:

1. Waterpark Singapore layak dijadikan dijadikan objek wisata di Desa Karang Sari Kecamatan Rejotangan.

Hal ini dikarenakan potensi yang dimiliki waterpark Singapore menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung dan waterpark Singapore merupakan satu-satunya wisata yang berada di Kecamatan Rejotangan. Selain itu dengan harga yang relatif murah untuk semua kalangan pengunjung bisa bersantai sambil menikmati fasilitas yang telah disediakan. Waterpark Singapore juga sudah melakukan pemasaran dengan menggunakan media elektronik dan menyebarkan brosur di beberapa tempat.

2. Waterpark Singapore layak dijadikan objek wisata di Desa Karang Sari Kecamatan Rejotangan dengan syarat.

Sesuai dengan namanya Waterpark yang artinya mengunggulkan wisata air dengan tujuan utama yaitu harus memperhatikan standarisasi wisata salah satunya dengan meningkatkan pengawasan misalnya memberikan pengawas di setiap kolam dan memasang CCTV.

3. Waterpark Singapore tidak layak dijadikan objek wisata di Desa Karang Sari Kecamatan Rejotangan.

Hal ini dikarenakan letak Waterpark Singapore kurang strategis yaitu di desa yang sedikit terpencil dengan akses yang kurang memadai.

Sehingga dalam hal ini, peneliti lebih cenderung setuju bahwa dalam meningkatkan kunjungan Objek Wisata Waterpark Singapore dikatakan layak dengan syarat. Hal ini dikarenakan dengan adanya potensi-potensi dan sarana prasarana penunjang yang dimiliki Waterpark Singapore maka secara otomatis wisata ini telah memiliki modal utama sebagai daerah kunjungan wisata dan sangat disayangkan apabila modal ini tidak dikembangkan.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rudi dan Jemi dengan judul studi kelayakan peluang pengembangan wisata religi candi purwo di taman nasional alas purwo dimana dalam peningkatan kunjungan wisatawan yang sangat signifikan setiap tahunnya terjadi di beberapa daya tarik wisata alam yang sudah terkenal di Banyuwangi. Selain itu untuk menambah daya tarik yang tidak dimiliki wisata-wisata lain yaitu dengan mengunggulkan Candi Purwo. Dengan melihat tingginya potensi wisata tersebut, maka sebagai kegiatan ekonomi yang tak kunjung padam, kegiatan sektor pariwisata dipastika akan selalu tumbuh dan berkembang. Selanjutnya pertumbuhan dan perkembangan tersebut

sebaiknya dapat dikelola dengan baik melalui manajemen yang baik.⁹⁰

Hasil dari penelitian diatas juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh kasim dengan judul strategi pengembangan objek wisata dalam upaya peningkatan kunjungan dinama berdasarkan *Matrik Grand Strategy* diperoleh fakta bahwa strategi yang tepat diterapkan dalam pengembangan Objek Wisata Oetune adalah Strategi Agresif (*Growth Oriented Strategy*), dimana strategi ini dinilai tepat untuk objek wisata baru seperti pantai oetune dengan berkiblat pada perumusan strategi objek wisata berdasarkan pada berbagai aspek seperti sarana transportasi, daya tarik objek wisata yang dimiliki, sarana dan prasarana penunjang dilingkungan objek wisata pemanfaatan telekomunikasi sebagai media promosi, serta dukungan dengan dana dan SDM yang berkualitas merupakan srategi pengembangan yang dilakukan sebagai upaya dalam peningkatan kunjungan Objek Wisata Pantai Oetune setiap tahunnya.⁹¹

⁹⁰Rudi Tri Handoko dan Jemi Cahya Adi Wijaya, "Studi Kelayakan Peluang Pengembangan Wisata Religi Candi Purwo Di Taman Nasioal Alas Purwo", *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademis Komunitas Majanejen Perhotelan Indonesia*, vol. 3, no. 1, juni 2019, hml 5

⁹¹Abas Kasim, "Strategi Pengembangan Objek Wisata Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan", *Jurnal of Management*, Vol 6, No. 1, Tahun 2018, hml.18