

## BAB 3 Rencana Pemasaran

### A . Riset Pasar

#### a. Segmentasi pasar

Customer segment dari industry permainan outdoor playground yaitu ini terbuka untuk berbagai kalangan, dengan menyusun VPC berdasarkan konsep pada buku "*business Model Generation*" karya Alexander Osterwalder. Yang mana berdasarkan sosial media terkait pada industry tersebut terdapat komunitas terkait yang tergolong ke dalam pasar tersebut yang dapat diraih melalui grup sosial mediana dan sesuai dengan *Customer Journey Map* Sebagai berikut

Aneka Relawan	Awareness	Consideration	Decision	Delivery	Loyalty
Customer Activity	Mendapatkan informasi melalui media sosial seperti Facebook & Instagram melihat informasi iklan melalui billboard yang ada di kawasan Cikole Mendapatkan informasi dari komunitas terkait sebagai anggota komunitas	membandingkan kegiatan dengan daya tarik wisata permainan lainya melihat biaya dengan apa yang didapatkan	1. mencari informasi mengenai Family Fun Frontier 2. menghubungi Grafika Cikole & Family Fun Frontier 3. melakukan reservasi akomodasi pada grafika cikole yang menggunakan paket bundling dengan kegiatan permainan	1. mengunjungi permainan Family Fun Frontier 2. merasakan kegiatan family bonding melalui permainan	1. membagikan dokumentasi selama melakukan permainan bersama keluarga 2. mengajak anggota komunitas untuk mengunjungi Family Fun Frontier 4. mengunjungi kembali Family Fun Frontier
Customer Goals	Menginginkan aktivitas yang dapat meningkatkan hubungan kekeluargaan	ingin melakukan kegiatan bersama anggota keluarganya ingin membuat program untuk anggota komunitas melaksanakan permainan bersama keluarga di saat liburan	menganalisa manfaat dari permainan yang ada pada Family Fun Frontier	mendapatkan experience bermain bersama keluarga mendapatkan pengalaman dan meningkatnya bonding dengan anggota keluarga mendapatkan program aktivitas yang dapat dilakukan untuk acara komunitas	merasakan pengalaman family bonding yang kuat memberikan review dan rekomendasi di google dan media social
Touch Point	Media Sosial Grafika Cikole dan Family Fun Frontier Website resmi Grafika Cikole Word of Mouth	melihat informasi melalui konten pada sosial media Grafika Cikole dan Family Fun Frontier Melihat paket pada website resmi Grafika Cikole mendapatkan informasi dari anggota komunitas	Admin Media sosial Grafika Cikole dan Family Fun Frontier Reservasi online pada website resmi Family Fun Frontier mengunjungi langsung ke Family Fun Frontier pada Grafika Cikole	lokasi Family Fun Frontier pada Grafika Cikole media sosial Family Fun Frontier dan GrafikaCikole	google review memposting pengalaman berwisata di Media sosial word of mouth kepada anggota komunitas
Experience	0 1 2 3 4				
Business Goals	Menjadi salah satu daya tarik wisata permainan yang menjadi unggulan untuk keluarga Meningkatkan insight media sosial dan website resmi	meningkatkan pembelian paket bundling dan terpuas pada bisnis Family Fun Frontier	meningkatkan kualitas pelayanan	merasakan pengalaman bermain bersama keluarga dengan suka dan senang meningkatkan pengalaman family bonding untuk pengunjung melalui permainan meningkatkan hubungan kekeluargaan	membuat pengunjung merasa puas dan teringat moment saat bermain membuat pengunjung datang kembali

- **Bandung Main Yuk Club** - Komunitas yang berkumpul untuk berbagi pengetahuan dan suka merancang kegiatan permainan sebagai fasilitator ( **8.431 Pengikut Instagram** ) <https://www.instagram.com/bdgmmainyuk/>
- **OANC komunitas alam ( kawasan jawa Barat )** - Komunitas yang mengadakan berbagai paket sebagai jenis permainan outdoor ( **2 Juta pengikut yang menjadi bagian komunitas** ) Kaskus.id
- **Adventure Seekers Jakarta** - Komunitas yang berkumpul untuk melakukan aktivitas petualangan. ( **2.426 Pengikut di Instagram** ) <https://www.instagram.com/adventureseekerid/>
- **Komunitas Parenting** - Komunitas yang berkumpul belajar bagaimana menjadi orang tua yang baik bersama anak - anak mereka ( **978.000 pengikut instagram** ) [https://www.instagram.com/komunitas\\_parenting/](https://www.instagram.com/komunitas_parenting/)
- **Indonesian Orienteering Club** - Komunitas yang fokus pada orienteering atau belajar menggunakan memahami lingkungan sekitar ( **10.600 orang yang terdapat pada komunitas tersebut** ) [www.instagram.com/orienteering.id](http://www.instagram.com/orienteering.id)

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Customer Profile	Demografi	Geografi	Psikografi	Behavioral
Bandung Main yuk Club	Milenial Gen Z Keluarga	Bandung	Menyukai permainan dan hal hal menyenangk an	Suka merancang dan mengadakan kegiatan permainan dan mereka bergerak sebagai fasilitator
OANC Jawa Barat	Semua Usia Keluarga Komunitas	Indonesia Bandung Jabodetab ek	Menyukai alam dan aktivitas alam	Suka mengadakan kegiatan di alam dan event Rekreasi di alam
Adventure Seekers Jakarta	Semua Usia komunitas menengah keatas	Jakarta	Menyukai aktivitas petualangan	Suka melakukan kegiatan berpetualan g bersama di alam
Komunitas Parenting	Orang Tua Anak Keluarga menengah keatas	Bandung Jabodeta bek	Menyukai aktivitas untuk keluarga mereka agar lebih erat	Suka melakukan kegiatan bersama keluarga mereka untuk meningkatkan hubungan kekeluargaan mereka

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Customer Profile	Demografi	Geografi	Psikografi	Behavioral
Indonesia Orienteering Club	Milenial Orang Tua anak Gen Z Keluarga	Jakarta	Menyukai pembelajaran dan eksplorasi alam	suka mengikuti kegiatan di alam seperti camping dan hiking

Tabel 6 Segmentasi

### b Targeting

Keterangan	Kode	%	Jumlah	Profile Segment
<b>Total Adressable Market</b>	<b>TAM</b>	<b>100%</b>	<b>2.999.457</b>	<b>Seluruh Komunitas Terkait</b>
<b>Segmented Adressable Market</b>	<b>SAM</b>	<b>66%</b>	<b>2.000.000</b>	<b>Total yang dimiliki market leader</b>
<b>Service Of Market</b>	<b>SOM</b>	<b>13%</b>	<b>260.000</b>	<b>Total yang kemungkinan dapat diraih untuk rencana bisnis permainan yang akan dibuat ini</b>

Tabel 7 Tam, Sam, Som "The Lean Startup" oleh Eric Ries

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi total adresable market adalah total dari semua pengguna dari komunitas terkait yang sudah ditentukan sebelumnya yaitu berjumlah 2.999.457 atau 100% dari total market yang ada, lalu untuk Segmented Adressable Market sebesar 2.000.000 atau 66% dari market dan pada komunitas terkait yaitu market leader yang ada yaitu komunitas OANC Jawa barat sebagai market leader dan untuk SOM ( Service Of Market ) adalah sebesar 260.000 service yang pasti dapat diambil oleh ide bisnis atau 13% kemampuan yang ditarget kan oleh ide bisnis "Family Fun Frontier

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Dalam mencapai target yang sudah ditentukan rencananya tim marketing dari bisnis "Family Fun Frontier menggunakan strategi ***Differentiated Marketing*** yaitu menyesuaikan program pemasaran yang akan dibuat sesuai dengan komunitas - komunitas terkait yang sudah ditentukan pada proses TAM, SAM, SOM sebelumnya oleh karena itu program yang akan ditawarkan akan lebih tepat sasaran dan efisien, hal ini dilakukan dengan cara menentukan apa yang menjadi keinginan serta preferensi dari komunitas tersebut dan membuat program pemasaran yang menjadi solusi untuk menjawab keinginan dan preferensi dari komunitas yang sudah ditentukan tersebut dengan rincian jumlah SOM 260.000 di bagi kedalam 3 tahun yaitu sebagai berikut :

**30%** di tahun pertama sebesar : 78.000 target kunjungan yang ada pada market

**30%** di tahun kedua sebesar : 78.000 Kunjungan dari target market

**40%** ditahun ketiga sebesar : 104.000 kunjungan

sehingga dari rincian diatas dapat terpenuhi SOM yang sudah ditentukan yaitu total market sebesar 260.000 kunjungan dalam 3 tahun.

### c. Positioning

Berdasarkan segmentasi dan targetting yang sudah dibuat, Ide bisnis "Family Fun Frontier" berhasil menentukan positioning terhadap ide bisnis permainan yang sudah dibuat melalui sebuah positioning statement berdasarkan tabel positioning berikut

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Target	Brand Name	Frame Of References	Point Of Differentiation
Bandung Main Yuk Club	Family Fun Frontier	Kegiatan Rekreasi dan Permainan di Alam untuk melepas penat dan mempererat hubungan kekeluargaan	Terdapat wisata edukasi dan Petualangan yang ditujukan Untuk keluarga. Dalam 1 tema kegiatan
OANC Jawa Barat			Dekorasi dan equipment yang digunakan berkonsep 3 R
Adventure Seekers Jakarta			Difasilitatori oleh tenaga profesional pada bidang permainan
Komunitas Parenting			Terdapat wisata edukasi dan Petualangan yang ditujukan Untuk keluarga. Dalam 1 tema kegiatan

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Target	Brand Name	Frame Of References	Point Of Diferentiation
Indonesia Orienteering Club	Family Fun Frontier	Kegiatan Rekreasi dan Permainan di Alam untuk melepas penat dan mempererat hubungan kekeluargaan	"Family Fun Frontier" terletak di Grafika Cikole yang membuatnya menjadi aktivitas permainan yang disediakan untuk akomodasi yang ada pada Grafika Cikole

Tabel 8 Positioning

- **Positioning Statement : AdFunture Awaits You at Grafika Forest**

### Marketing Goals :

- Menargetkan Bandung Main Yuk Club, ONAC, Adventure Seekers Indonesia, Komunitas Parenting & Kids dan Indonesia Orienteering Club kedalam Program permainan & alam di Daya tarik wisata Grafka Cikole.

### Strategy

- Menciptakan program pemasaran dengan konsep permainan di alam yang menarik yang di buat sesuai dengan preferensi wisata para anggota komunitas yang terkait tersebut.
- Membuat promosi saat *Grand Opening* dan memberikan voucher bermain yang ditujukan pada anggota komunitas terkait tersebut.

### responsdsibility

- Supervisor Operasional
- Marketing Communication Staff

## BAB 3 Rencana Pemasaran

### B. Validasi produk ( Market Fit )

Berdasarkan konsep pada buku "business Model Generation" 2010 Karya Alexander Osterwalder dan hasil dari olahan data preferensi customer yang sudah didapatkan, Bisnis permainan yang akan dibuat akan menyesuaikan dengan konsep Product Market Fit karena melihat dapat membantu dalam mengembangkan bisnis yang berkelanjutan dan menghasilkan keuntungan. Dengan menggunakan konsep ini, pengembang bisnis dapat memastikan bahwa model bisnis yang digunakan sesuai dengan karakteristik pasar dan pengguna yang dituju,

Berdasarkan survei untuk mengetahui minat pasar terhadap permainan outdoor playground melalui pendekatan segmenting dan targeting melalui wawancara ke beberapa anggota komunitas terkait dan wawancara kepada admin dan pimpinan komunitas terkait, adapun hasil wawancara yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Berdasarkan proses wawancara terkait market test Sebanyak 90% responddden menyukai ide dari permainan outdoor "Family Fun Frontier" dan tertarik untuk membawa keluarganya terutama yang memiliki anak untuk bermain pada permainan yang ada di Family Fun frontier dan menginap di Grafika cikole, sebanyak 40% menyukai permainan outdoor dengan range pengeluaran Rp.350.000 - Rp.400.000 perpaketnya.

Berdasarkan wawancara dengan expert yaitu manager recreation Plataran Bromo mengatakan lebih baik pada tiap paket nya sudah include untuk 4 orang agar harga dan apa yang diberikan worth it dan dapat dijual, selain itu untuk ide bisnis tersebut sebaiknya dibuat untuk alternative apabila terdapat cuaca yang tidak mendukung, dan harapan beliau ide bisnis ini dapat terus berkembang melalui proses development dengan berinovasi dengan produk baru. untuk penerapan javelin board ide bisnis "Family Fun Frontier adalah sebagai berikut

## BAB 3 Rencana Pemasaran



### Experiment Board

Project Name: \_\_\_\_\_

Team Leader Name: \_\_\_\_\_

	Experiments	1	2	3	4	5
<p><b>Start here. Brainstorm with stickies, pull it over to the right to start your experiment.</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; padding: 5px;"> <p><b>(Expert )Recreation Manager Plataran Bromo</b></p> <p><b>Komunitas parenting &amp; Kids yang suka bermain dengan anaknya</b></p> </div> <div style="width: 50%; padding: 5px;"> <p><b>Customer</b></p> <p><b>( Expert ) Manager Recreation Plataran Bromo</b></p> <p><b>Komunitas parenting &amp; Kids yang suka bermain dengan anaknya</b></p> </div> </div>						
<p><b>Define the problem</b></p> <p>Dalam membentuk rencana permainan biasanya pengunjung akan tertarik di awal namun yang menjadi tantangan utama adalah bagaimana cara agar permainan yang akan diselenggarakan tidak monoton dan memiliki perbedaan serta dapat menghindari kebosanan dari pengunjung yang bermain</p>	<p><b>Problem</b></p> <p><b>Kegiatan jangan sampai membuat bosan</b></p> <p>membutuhkan aktivitas saat menunggu anaknya bermain membuat permainan yang dapat dilakukan bersama dengan keluarga</p>					
<p><b>Define the solution</b></p> <p>Buat aktivitas petualangannya mungkin bisa kamu kasih permainan yang agak di levelkan untuk anak anak sampai dewasa gitu biar orang dewasa juga tertarik buat main</p> <p>Buat aktivitas intermediate seperti tracking and cycling apabila ada space</p> <p>bagian edukasinya itu kamu kasih tema yang beda beda perumus biar pengunjung tidak bosan dan dapat dilakukan bersama keluarga</p>	<p><b>Solution</b></p> <p>Pengunjung akan lebih tertarik apabila terdapat tema yang selalu update pada tiap bulanya di dalam permainannya</p> <p>Pengunjung akan lebih tertarik apabila terdapat pilihan permainan untuk semua kalangan</p> <p>Pengunjung yang hanya menemani kerabatnya bermain harus ikut memiliki kegiatannya sendiri agar tidak bosan</p>					
<p><b>List the assumptions that must hold true, for your hypothesis to be true.</b></p> <p>Pengunjung akan lebih tertarik apabila terdapat tema yang selalu update pada tiap bulanya di dalam permainannya</p> <p>Pengunjung yang hanya menemani kerabatnya bermain harus ikut memiliki kegiatannya sendiri agar tidak bosan</p> <p>Pengunjung akan lebih tertarik apabila terdapat event musiman pada arena permainan</p>	<p><b>Riskiest Assumption</b></p> <p>Pengunjung akan lebih tertarik apabila terdapat tema yang selalu update pada tiap bulanya di dalam permainannya</p> <p>Pengunjung yang hanya menemani kerabatnya bermain harus ikut memiliki kegiatannya sendiri agar tidak bosan</p>					
<p><b>Need help? Use these sentences to help construct your experiment.</b></p> <p>To form a Customer/Problem Hypothesis: <b>I believe my customer has a problem achieving this goal.</b></p> <p>To form your Assumptions: <b>In order for hypothesis to be true, assumption needs to be true.</b></p> <p>Determine how you will test it: <b>The least expensive way to test my assumption is...</b></p>	<p><b>Method &amp; Success Criterion</b></p> <p><b>1/1 Expert validation</b></p> <p><b>Interview 7/10</b></p>					
<p><b>GET OUT OF THE BUILDING!</b></p>						
<p>To form a Problem/Solution Hypothesis: <b>I believe this solution will result in quantifiable outcome.</b></p> <p>To identify your Riskiest Assumption: <b>The assumption with the least amount of data, and core to the viability of my hypothesis is...</b></p>	<p><b>Result &amp; Decision</b></p> <p><b>1/1 Perseve</b></p> <p><b>7/10 Preserve</b></p>					
<p>Determine what success looks like: <b>I will run experiment with # of customers and expect a strong signal from # of customers.</b></p>	<p><b>Learning</b></p> <p>Menurut expert pada bidang Rekreasi pengunjung permainan membutuhkan aktivitas yang unik dan mempunyai value</p> <p>pengunjung akan tertarik apabila terdapat pilihan permainan untuk semua kalangan</p>					

Download Flipchart: Board and watch case studies at [www.javelin.com](http://www.javelin.com) © 2014 Javelin. You are free to use it and earn money with it as an entrepreneur, consultant, or executive, as long as you are not a software company (the latter need to license it from us).

Gambar 14 Javelin Board

### C. Analisa Kompetitor

Dalam membangun ide bisnis "Family Fun Frontier" melihat kompetitor berdasarkan 2 aspek yaitu aspek kesamaan pasar dan aktivitas pada daya tarik wisatanya, Daya tarik wisata yang paling identik dari segi aspek pasar dan aktivitas pada daya tarik wisatanya dengan ide bisnis "Family Fun Frontier" adalah daya tarik wisata "Jendela Alam" dan "Farm House Lembang" dan berdasarkan diferensiasi terhadap kedua komunitas tersebut terdapat 3 aspek perbedaan yang menjadikan keunggulan terhadap bisnis "Family Fun Frontier" yaitu dalam aspek produk, harga, equipment & facilities serta terdapat 3 persamaan dengan kompetitor terkait yaitu pada aspek pasar, promosi, dan tempat/lokasi dan tabel nya adalah sebagai berikut :

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Competitive Advantage	Family Fun Frontier	Jendela Alam	Farmhouse Lembang
<b>Point Of Difference</b>			
<i>Product</i> Rekreasi	<b>Kegiatan permainan yang dirancang untuk meningkatkan hubungan kekeluargaan melalui wahana permainan edukasi dan petualangan</b>	Tempat bermain dan belajar khusus anak yang berisi edukasi, permainan, workshop dan seni	Tempat bermain keluarga dengan konsep ala eropa yang aktivitasnya berfoto, serta meminjam kostum ala eropa
<i>Price</i>	<b>Harga yang ditawarkan adalah menggunakan konsep utama harga Bundling namun tetap menjual tiket terpisah dengan harga kompetitif pada Rp.400.000 untuk 1 keluarga 4-5 orang untuk seluruh permainan</b>	Harga yang ditawarkan berbeda - beda sesuai dengan kegiatan yang dipilih dan terdapat tiket masuk yaitu dimulai dari Rp.20.000 - Rp.115.000 per orang	Harga yang ditawarkan berbeda - beda sesuai dengan kegiatan dan penyewaan yang dipilih harga yang di tawarkan dimulai dari Rp.30.000 sampai Rp.100.000 per orang

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Competitive Advantage	Family Fun Frontier	Jendela Alam	Farmhouse Lembang
<b>Point Of Difference</b>			
Equipment, Facilities & Human resources	<p><b>Dekorasi dan equipment yang digunakan berkonsep 3 R yaitu recycle, reduce, reuse dan semua aktivitasnya dirancang dan difasilitasi dengan tujuan untuk mempererat hubungan keluarga</b></p>	<p>Segala aktivitas pendukung digunakan untuk mengakomodir aktivitas anak – anak dan fasilitas pendukung untuk orang tua yang menunggu anaknya bermain</p>	<p>Terdapat banyak fasilitas yang di design bergaya eropa untuk menunjang kebutuhan aktivitas di Farmhouse lembang dan terdapat ciri khas pada cup susu yang diberikan kepada pengunjung</p>
<b>Point Of Parity</b>			
Place	<p><b>Berlokasi di Daya tarik wisata Grafika Cikole Cikole Kab, Bandung Barat Jl. Raya Tangkuban Parahu No.Km.8 Kabupaten Bandung Barat</b></p>	<p>Terletak pada Jl. Sersan Bajuri No.KM, RW.5, Cihideung, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat,</p>	<p>Berlokasi pada Jl. Raya Lembang No.108, Gudangkahuripan, Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat</p>

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Competitive Advantage	Family Fun Frontier	Jendela Alam	Farmhouse Lembang
Promotion	<b>Menggunakan Meta Ads, Billboard, Social Media Ads kepada komunitas dan rombongan sekolah</b>	Promosi pada Media sosial, Billboard dan Flyer kepada sekolah	Promosi pada Media sosial, Billboard dan Flyer
Pasar/Market	<b>Market utamanya adalah keluarga dan komunitas terkait pada kawasan Jawa Barat dan Jabodetabek yang ingin mengabdikan waktu bersama keluarganya maupun komunitasnya</b>	Anak – anak dan rombongan outing sekolah pada kawasan Jawa Barat dan JABODETABEK untuk bermain dan belajar	Keluarga dan pasangan pada kawasan Jawa Barat dan JABODETABEK yang menginginkan suasana berbeda dengan konsep wisata unik

Tabel 9 POD &amp; POP

Berdasarkan Tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari 2 kompetitor bisnis permainan identik dari segi pasar maupun aktivitas yang ditawarkan yaitu Jendela Alam dan Farmhouse Lembang, Terdapat beberapa point kesamaan dan perbedaan yang terhadap ide bisnis "Family Fun Frontier" yang menjadi keunikan tersendiri bagi ide bisnis "Family Fun Frontier".

## BAB 3 Rencana Pemasaran

### D. Program Pemasaran

#### a. Marketing Mix

##### Product Mix

Core Benefit	Service You Promote For Adoption	Additional Product Elements
Meningkatkan hubungan kekeluargaan dan pertemanan melalui aktivitas permainan	Berbagai Aktivitas permainan yang dirancang kedalam 1 rututan kegiatan yang dilakukan sehari-hari berkonsep edukasi dan petualangan berlatar hutan cikole yang asri	Paket Outdoor Private picnic yang disetup outdoor bekerja sama dengan restoran di Grafika Cikole

Tabel 10 Product Mix

##### Place Mix

Strategi	Place		
Direct	Where people hang out	Kegiatan diselenggarakan pada daya tarik wisata Grafika Cikole kawasan lembang Kabupaten Bandung barat pada empat yang biasanya menjadi tujuan wisata orang – orang saat ke Bandung	
		Lokasi	Grafika Cikole
		Waktu	Start 09:00 – 16:30

Tabel 11 Place Mix

## BAB 3 Rencana Pemasaran

### Price Mix

Strategi	Harga	Rasional
Harga Paket	<p>Penetapan harga Rp.350.000 per paket yang didapatkan per paket kegiatan terpisah</p>	<p>Rp.350.000 adalah harga yang harus dibayar untuk pemesanan paket untuk seluruh kegiatan permainan 4-5 orang dalam 1 paket</p>
	<p>Rp.50.000 yang didapatkan "Family Fun Frontier" pada satu set paket private picnic</p>	<p>Memfaatkan harga satu set Family menu dari restoran yang di setup kan pada picnic yang mana akan ada tambahan Rp.50.000 untuk biaya menu satu set Family meal yang disiapkan untuk private picnic dan akan masuk ke revenue "Family Fun Frontier"</p>
Harga Bundling	<p>Penetapan Harga Rp.325.000 untuk harga bundling akomodasi</p>	<p>Penetapan harga Rp.325.000 untuk setiap paket permainan yang bundling dipesan dengan akomodasi pada Grafika Cikole yang sudah termasuk kedalam paket permainan untuk 4-5 orang anggota keluarga"</p>

Tabel 12 Price Mix

## BAB 3 Rencana Pemasaran

### Promotion Mix

Strategi	Detail	Target
Advertising	Mempromosikan kegiatan baru "Family Fun Frontier" melalui billboard Grafika Cikole yang sudah tersedia di sepanjang jalan disekitar Lembang Bandung dan jalan Orchid Forest Cikole Kabupaten Bandung Barat	Pengunjung yang ingin berwisata ke Lembang Bandung dan Cikole melalui jalan utama
Public Relation	Memanfaatkan Website Grafika cikole sebagai salah satu kegiatan yang tersedia di Grafika Cikole untuk dimainkan	Pengunjung Grafika Cikole yang membooking penginapan via Website resminya
Social Media	Menggunakan social resmi Grafika Cikole, media sosial Family Fun Frontier di instagram dan memanfaatkan META Ads sebagai sarananya	wisatawan Bandung yang suka mencari informasi mengenai aktivitas dari sosial media
Comunity Marketing	Bekerja sama dengan sosial media komunitas bermain seperti Bandung Main yuk Club	Masyarakat yang tergabung dengan komunitas terkait yang suka melihat postingan menarik

Tabel 13 Promotion Mix

## BAB 3 Rencana Pemasaran

### b. Marketing Implementation

Hasil dari *marketing mix* yang terdiri dari *product, place, price, promotion* tersebut akan menghasilkan beberapa rencana aksi yang tepat dan efisien sebagai berikut :

**Rencana Aksi :** Mendesign Rencana Kegiatan Permainan di alam yang menjadi konsep Family Fun Frontier agar sesuai dengan target pasar

**Hasil :** Mendapatkan aktivitas yang sesuai untuk target market yang sudah ditentukan agar mereka tertarik untuk datang dan bermain di Family Fun Frontier

**Penanggung jawab :**

- Founder Family Fun Frontier
- Marketing Communication Staff

**Kebutuhan Anggaran : Rp.3.000.000**

**waktu : 01 Agustus – 30 Agustus 2023**

**Rencana Aksi :** Membuat Content Iklan

**Hasil :** semakin banyak masyarakat yang melihat content tersebut dan tertarik untuk datang mencoba aktivitas baru yaitu "Family Fun Frontier" Di Dusun Bambu

**Penanggung jawab :**

- Marketing Communication Staff

**Kebutuhan Anggaran : Rp. 4.500.000**

**waktu : 01 Agustus – 30 Agustus 2023**

**Rencana Aksi :** Mengaplikasikan Content ke Meta Ads

**Hasil :** Semakin banyak orang yang melihat iklan dan tertarik untuk datang terutama target pasar yang dituju

**Penanggung jawab :**

- Marketing Communication Staff

**Kebutuhan Anggaran : Rp.4.500.000**

## BAB 3 Rencana Pemasaran

### E Media Pemasaran

Media Pemasaran mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan strategi dan taktik dalam mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada target audiens. Media pemasaran yang digunakan dalam membuat program pemasaran pada ide bisnis "Family Fun Frontier" adalah sebagai berikut. "Marketing Communications: A Brand Narrative Approach" oleh Micael Dahlen dan Fredrik Lange (2010 )

#### Media Cetak

- Media cetak yang digunakan sebagai sarana pemasaran ide bisnis "Family Fun Frontier" adalah berupa brosur selebaran dan pamflet yang dibuat bekejera sama dengan Grafika Cikole yang akan disebarakan sebagai promosi aktivitas baru pada saat pre opening dan grand opening, melalui media cetak dapat mencapai audiens tertentu melalui publikasi yang sesuai dengan demografi atau minat target pasar.

#### Media Luar Ruangan

- Media luar ruangan yang digunakan adalah Billboard dari grafika cikole untuk mempromosikan kegiatan aktiivitas baru pada daya tarik wisata tersebut memanfaatkan Billboard Grafika Cikole yang sudah ada

#### Media Sosial

- Media sosial yang digunakan sebagai media promosi adalah sosial media resmi grafika cikole dan Family Fun Frontier yang akan menampilkan konten terkait aktivitas baru yang akan diselenggarakan pada daya tarik wisata Grafika Cikole serta memanfaatkan META ads dan Goggle ads untuk meraih target pasar lebih luas lagi

#### Website

- Memanfaatkan website resmi dari Grafika Cikole untuk mempromosikan ide bisnis "Family Fun Frontier" serta paket bundling akomodasi yang tersedia selain itu bekerja sama dengan blogger untuk membuat blog mengenai aktivitas baru yaitu "Family Fun Frontier" pada daya tarik wisata Grafika Cikole

## BAB 3 Rencana Pemasaran

### F. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan digunakan menggunakan 3 skema yaitu Optimis, Moderate, dan Pesimis untuk memperkirakan jumlah produk atau jasa yang akan dijual oleh perusahaan dalam periode waktu tertentu. Ini melibatkan analisis dan perkiraan berdasarkan data historis, tren pasar, strategi pemasaran, perkiraan permintaan pelanggan, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penjualan. "Sales Forecasting: A New Approach" oleh Leonard J. Parsons

Revenue Break Down  
"Family Fun Frontier"

Deskripsi	Tahun 1					Tahun 2	Tahun 3
	Occupancy	Kuantitas Optimum	Kuantitas (pax)	Harga	Pendapatan	Pendapatan	Pendapatan
Penjualan Tiket Bundling Weekend	60%	1.575	945	Rp 325.000	Rp 307.125.000	Rp 322.481.250	Rp 338.605.313
Penjualan Tiket Bundling Weekday	40%	3.900	1.560	Rp 325.000	Rp 507.000.000	Rp 532.350.000	Rp 558.967.500
Penjualan Tiket Satuan Weekend	40%	1.575	630	Rp 350.000	Rp 220.500.000	Rp 231.525.000	Rp 243.101.250
Penjualan Tiket Satuan Weekdays	10%	3.900	390	Rp 350.000	Rp 136.500.000	Rp 143.325.000	Rp 150.491.250
Pembelian paket picnic	50%	2.920	1.460	Rp 50.000	Rp 73.000.000	Rp 76.650.000	Rp 80.482.500
<b>Total</b>					<b>Rp 1.244.125.000</b>	<b>Rp 1.306.331.250</b>	<b>Rp 1.371.647.813</b>

Tabel 14 Proyeksi Penjualan Skema Optimis

Dalam tabel tersebut terdapat angka yang menunjukkan jumlah paket penjualan yang diharapkan untuk setiap kuartal pada masing - masing tahun dimulai dari tahun pertama sampai tahun ke tiga pada skenario **optimis**.

Proyeksi ini dihitung berdasarkan kapasitas maksimum arena permainan dalam 1 hari yaitu dapat menampung 15 paket permainan sehingga dalam 1 tahun untuk weekend dapat menampung sekitar 1575 paket maksimalnya dan untuk weekdays dapat menampung 3900 paket maksimalnya namun berdasarkan targeting pada komunitas dan pasar *actual* untuk pertahunnya perkiraan kuantitas yang dapat dijual adalah total paket yang dapat dijual adalah sebesar **4985** paket yang terdiri dari paket bundling, satuan dan juga paket picnic

Revenue Break Down  
"Family Fun Frontier"

Deskripsi	Tahun 1					Tahun 2	Tahun 3
	Occupancy	Kuantitas Optimum	Kuantitas (pax)	Harga	Pendapatan	Pendapatan	Pendapatan
Penjualan Tiket Bundling Weekend	50%	1.575	788	Rp 325.000	Rp 255.937.500	Rp 268.734.375	Rp 282.171.094
Penjualan Tiket Bundling Weekday	31%	3.900	1.209	Rp 325.000	Rp 392.925.000	Rp 412.571.250	Rp 433.199.813
Penjualan Tiket Satuan Weekend	35%	1.575	551	Rp 350.000	Rp 192.937.500	Rp 202.584.375	Rp 212.713.594
Penjualan Tiket Satuan Weekdays	10%	3.900	390	Rp 350.000	Rp 136.500.000	Rp 143.325.000	Rp 150.491.250
Pembelian paket picnic	32%	2.920	934	Rp 50.000	Rp 46.720.000	Rp 49.056.000	Rp 51.508.800
<b>Total</b>					<b>Rp 1.025.020.000</b>	<b>Rp 1.076.271.000</b>	<b>Rp 1.130.084.550</b>

Tabel 15 Proyeksi Penjualan Skema Moderate

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Dalam tabel tersebut terdapat angka yang menunjukkan jumlah paket penjualan yang diharapkan untuk setiap kuartal pada masing - masing tahun dimulai dari tahun pertama sampai tahun ke tiga pada skenario **Moderate**.

Proyeksi ini dihitung berdasarkan kapasitas maksimum arena permainan dalam 1 hari yaitu dapat menampung 15 paket permainan sehingga dalam 1 tahun untuk weekend dapat menampung sekitar 1575 paket maksimalnya dan untuk weekdays dapat menampung 3900 paket maksimalnya namun berdasarkan targetting pada komunitas dan pasar actual untuk pertahunnya perkiraan kuantitas yang dapat dijual adalah sebesar **3872** paket yang terdiri dari paket bundling, satuan dan juga paket picnic

Revenue Break Down  
"Family Fun Frontier"

Deskripsi	Tahun 1					Tahun 2	Tahun 3
	Occupancy	Kuantitas Optimum	Kuantitas (pax)	Harga	Pendapatan	Pendapatan	Pendapatan
Penjualan Tiket Bundling Weekend	35%	1.575	551	Rp 325.000	Rp 179.156.250	Rp 188.114.063	Rp 197.519.766
Penjualan Tiket Bundling Weekday	31%	3.900	1.209	Rp 325.000	Rp 392.925.000	Rp 412.571.250	Rp 433.199.813
Penjualan Tiket Satuan Weekend	26%	1.575	410	Rp 350.000	Rp 143.325.000	Rp 150.491.250	Rp 158.015.813
Penjualan Tiket Satuan Weekdays	10%	3.900	390	Rp 350.000	Rp 136.500.000	Rp 143.325.000	Rp 150.491.250
Pembelian paket picnic	25%	2.920	730	Rp 50.000	Rp 36.500.000	Rp 38.325.000	Rp 40.241.250
				<b>Total</b>	<b>Rp 888.406.250</b>	<b>Rp 932.826.563</b>	<b>Rp 979.467.891</b>

Tabel 16 Proyeksi Penjualan Skema Pesimis

Dalam tabel tersebut terdapat angka yang menunjukkan jumlah paket penjualan yang diharapkan untuk setiap kuartal pada masing - masing tahun dimulai dari tahun pertama sampai tahun ke tiga pada skenario **Pesimis**.

Proyeksi ini dihitung berdasarkan kapasitas maksimum arena permainan dalam 1 hari yaitu dapat menampung 15 paket permainan sehingga dalam 1 tahun untuk weekend dapat menampung sekitar 1575 paket maksimalnya dan untuk weekdays dapat menampung 3900 paket maksimalnya namun berdasarkan targetting pada komunitas dan pasar actual untuk pertahunnya perkiraan kuantitas yang dapat dijual adalah sebesar **3290** paket yang terdiri dari paket bundling, satuan dan juga paket picnic.

## BAB 3 Rencana Pemasaran

Untuk rincian penetapan harga adalah sebagai berikut:

Tabel 17 Penentuan Harga

Nama Barang	Kuantitas/Pax	Cost / Pax
Tanah Liat Lempung 1 Kg	4	Rp,30.000
Boneka Horta	2	Rp.32.000
Manik - Manik Mata	4	Rp.800
Lem Stik	1	Rp.2.800
Snack Hadiah Treasure Hunt (Optional )	10 pcs	Rp.45.000
Benefit Bermain pada arena petualangan	1	Rp.100.000
Total		Rp.210.000

Dengan Pengeluaran Rp.210.000 per paket nya maka dari perhitungan benefit dan cost yang sudah ada ide bisnis Family Fun Frontier akan mengambil margin sebesar 67 persen dari benefit dan cost yang diberikan kepada pengunjung pada paket terpisah dan keuntungan 57 Persen dalam paket bundling karena untuk mendapatkan keuntungan maksimal dalam operasional serta perhitungan biaya diluar cost dan benefit tersebut sehingga harga yang ditetapkan adalah **Rp.350.000** untuk paket terpisah dan **Rp.325.000** untuk paket bundling serta additional paket Private picnic yang tidak membutuhkan cost dari pihak "Family Fun Frontier" sebesar **Rp.50.000** per setup paket private picnic yang bekerja sama dengan restoran terkait pada daya tarik wisata Grafika Cikole