

BAB III RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar

Riset pasar merupakan aktivitas pengumpulan informasi mengenai permasalahan pasar yang dihadapi perusahaan. Informasi yang diperoleh dari riset pasar bertujuan untuk membantu perusahaan menganalisis dan memanfaatkan data guna menghasilkan wawasan tentang pelanggan, membuat keputusan pemasaran yang tepat, dan mengelola hubungan dengan pelanggan (Kotler, Philip; Armstrong, 2017).

1. Analisa Survey

Water Splash Games telah melakukan survei untuk mengetahui tingkat ketertarikan terhadap program wisata berbasis petualangan dan aktivitas di luar ruangan, menggunakan pendekatan segmentasi pasar dan penargetan pasar melalui penyebaran kuesioner kepada berbagai kalangan. Kuesioner tersebut berhasil dikirimkan kepada 55 responden dan mencakup variabel profil pengunjung, perilaku pengunjung, dan preferensi pengunjung. Berikut adalah hasil kuesioner dan penjelasan mengenai tingkat ketertarikan dan kebutuhan responden terhadap program aktivitas wisata Water Splash Games.

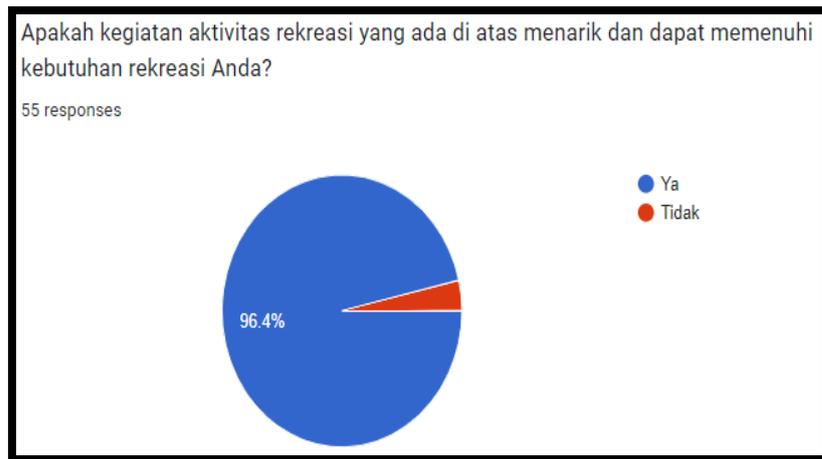


Gambar 3. 1 Hasil Kuesioner Minat Terhadap Outdoor Activity

Sumber: olah data (2024)

Berikut adalah hasil survei mengenai preferensi rekreasi di ruang terbuka atau outdoor area dari 55 responden. Hasilnya ditampilkan dalam bentuk diagram

lingkaran. Sebagian besar responden, yaitu 98,4%, menjawab "Ya" menunjukkan bahwa mereka suka berekreasi di ruang terbuka. Hanya sebagian kecil, yaitu 1,6%, yang menjawab "Tidak". Hal ini mengindikasikan bahwa hampir semua responden memiliki ketertarikan untuk melakukan kegiatan rekreasi di area outdoor.



Gambar 3. 2 Ketertarikan terhadap aktivitas

Sumber: olah data (2024)

Gambar di atas menunjukkan hasil survei dari 55 responden mengenai apakah kegiatan aktivitas rekreasi yang tersedia menarik dan dapat memenuhi kebutuhan rekreasi mereka. Dari survei tersebut, 96.4% responden menjawab "Ya," menunjukkan bahwa mayoritas besar responden merasa aktivitas rekreasi tersebut menarik dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Hanya 3.6% responden yang menjawab "Tidak," menunjukkan ketidakpuasan yang sangat kecil terhadap aktivitas yang ditawarkan. Data ini mengindikasikan bahwa kegiatan rekreasi yang ada berhasil menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan sebagian besar peserta survei.. Hal ini menunjukkan sangat besar peluang bagi Water Splash Games untuk hadir sebagai program aktivitas wisata yang mampu memberikan pengalaman wisata baru bagi para pengunjung.



Gambar 3. 3 Ketentuan harga aktivitas

Sumber: olah data (2024)

Gambar di atas menunjukkan hasil survei dari 55 responden mengenai biaya yang bersedia mereka keluarkan untuk paket aktivitas rekreasi. Dari hasil survei tersebut, 34.5% responden memilih kisaran biaya Rp.100.000 - Rp.200.000, sementara 36.4% responden memilih kisaran Rp.200.000 - Rp.300.000. Sebanyak 21.8% responden memilih kisaran biaya Rp.300.000 - Rp.400.000, dan 7.3% responden menyatakan kesediaan untuk membayar lebih dari Rp.500.000. Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden bersedia mengeluarkan antara Rp.100.000 hingga Rp.300.000 untuk paket aktivitas rekreasi.

Apa saran dan masukan anda untuk kegiatan aktivitas rekreasi yang sudah disebutkan diatas?

55 responsees

- ramah untuk difabel
- 0
- Lokasi yang dipilih aman dan harga terjangkau
- Seharusnya ada untuk anak anak juga
- Akses menuju tempat rekreasi yang mudah
- Belum ada
- Membuat per sesi waktu dan reservasi agar tidak over pengunjung dalam 1 waktu
- ide yabg sahat bagus

Wahananya fun tapi perlu ditekankan lagi dari aspek Safety and Security nya, bagi anak - anak terkhususnya mungkin ada desain yg perlu disesuaikan.
Sudah bagus
dapat menambahkan sejumlah wahana kreatif baru, memastikan fasilitas yang disediakan lengkap dan berkualitas, serta dapat memenuhi unsur something we can buy or take home baik dari cinderamata khas atau jasa photo & videograph.
Semoga dapat diminimalisir biaya masuk dan tiket
dikasih batasan pengunjung biar ga terlalu rame di area mainnya dan masih bisa bergerak bebas
Rekreasi water splash diatas harus mempunyai target usia
tidak ada
harus memperhatikan keselamatan bagi pengunjung

Gambar 3. 4 Saran terhadap aktivitas yang ditawarkan

Sumber: olah data (2024)

Gambar tersebut menunjukkan berbagai saran dan masukan dari responden mengenai kegiatan rekreasi di ruang terbuka. Beberapa saran yang diberikan antara lain adalah pentingnya lokasi yang ramah, lokasi yang dipilih harus aman dan terjangkau, serta menyediakan fasilitas untuk anak-anak. Responden juga menekankan perlunya akses yang mudah menuju tempat rekreasi. Selain itu, ada usulan untuk membuat sistem reservasi per sesi waktu guna menghindari kepadatan pengunjung. Meskipun ada beberapa responden yang belum memberikan saran spesifik, ada juga yang menyebut bahwa ide ini sangat bagus. Kemudian mengenai peningkatan kualitas kegiatan rekreasi di ruang terbuka. Beberapa responden menyoroti pentingnya aspek keamanan dan keselamatan, terutama untuk anak-anak, dan menyarankan penyesuaian desain wahana. Ada yang merasa bahwa fasilitas yang ada sudah bagus, tetapi beberapa menyarankan penambahan wahana kreatif baru dan memastikan fasilitas yang disediakan berkualitas. Selain itu, ada juga usulan untuk menambah elemen yang bisa dibawa pulang, seperti cinderamata atau layanan fotografi dan videografi. Beberapa responden berharap biaya masuk dan tiket bisa diminimalisir. Mereka juga menyarankan adanya pembatasan jumlah pengunjung untuk menghindari keramaian berlebihan dan agar pengunjung

bisa bergerak dengan bebas. Ada juga yang mengusulkan bahwa wahana air harus memiliki target usia yang jelas, serta penekanan pada perhatian terhadap keselamatan pengunjung secara umum.

2. Segmen, Target, *Positioning*

- Segmenting

Segmentasi pasar adalah proses mengidentifikasi sekelompok konsumen yang memiliki karakteristik sesuai dengan produk dan layanan yang akan ditawarkan (segmen pasar). Tahapan yang dilakukan dalam segmentasi pasar meliputi identifikasi segmen, penentuan kelompok pasar, evaluasi terhadap setiap segmen, seleksi sasaran pasar, desain strategi, dan implementasi pemasaran. Variabel segmentasi pasar mencakup demografis (usia, jenis kelamin, pekerjaan), geografis (daerah asal), psikografis (kelas sosial), dan perilaku (behavioral) (Stevens, 2012). Berikut adalah penjabaran terkait segmentasi pasar:

DEMOGRAFIS	
Usia	16 – 41 Tahun
Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelajar/Mahasiswa • Wiraswasta • Pegawai Swasta
GEOGRAFIS	
Asal Daerah	Masyarakat Bandung Raya
PSIKOGRAFIS	
Kelas Sosial	Kelas Menengah
BEHAVIOR	
Occasion	Pengunjung yang ingin menikmati wisata rekreasi <i>outdoor activity & outdoor activity</i>
Benefit	Aktivitas wisata berbasis <i>outdoor activity</i> yang unik dan yang dikemas dalam bentuk sebuah games dan wahana yang menarik

	serta view dari alam terbuka yang indah
--	---

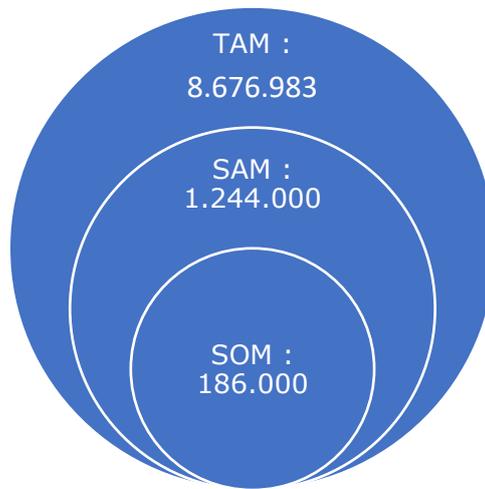
Tabel 3.1 Segmenting

Sumber: olah data (2024)

Berdasarkan tabel yang terlampir, segmentasi demografis dan geografis diperoleh dari hasil pencarian data melalui penyebaran kuesioner ke seluruh segmen pasar. Segmentasi psikografis mencakup kelompok sosial menengah ke atas, yang memiliki karakteristik mementingkan pengalaman unik dari produk yang dibeli dan memberikan kepuasan, sehingga mendorong mereka untuk mencoba produk baru. Hal ini dapat menjadi peluang bisnis dalam aktivitas rekreasi yang dapat menyesuaikan keseluruhan variabel segmentasi, agar target dapat tercapai dengan baik dan memberikan nilai jual yang tinggi.

- Targeting

Berdasarkan hasil analisis, penulis memutuskan untuk menggunakan pendekatan metode differentiated marketing, yaitu membuat produk dan layanan yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing segmen. Tujuannya adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada seluruh konsumen. Target pasar akan difokuskan pada wisatawan kelas menengah ke atas, yang dikategorikan sebagai Pelajar/Mahasiswa, Wiraswasta, Pegawai Swasta yang berusia 16-41 tahun. Kemudian untuk menghitung ukuran pasar, Water Splash Games menggunakan TAM (Total Addressable Market), SAM (Serviceable Addressable Market), dan SOM (Service Obtainable Market). Berikut adalah TAM SAM SOM dari Water Splash Games sebagai berikut:



Gambar 3. 5 TAM, SAM, SOM

Sumber: olah data (2024)

Jumlah TAM diambil dari data BPS, yaitu jumlah penduduk di Bandung Raya (Kota Bandung, Kab. Bandung, Kab. Bandung Barat, dan Kota Cimahi), Lalu jumlah SAM yang diambil dari data BPS yaitu jumlah generasi Millennial dan generasi Gen Z di Kota Bandung. Lalu, SOM diambil 10% dari total jumlah generasi Millennial dan Gen Z di Kota Bandung, dimana SOM tersebut menjadi jumlah ukuran pasar yang bisa diraih oleh Water Splash Games.

- Positioning

Water Splash Games memposisikan bisnisnya sebagai outdoor activity dengan konsep unique experience yang dilengkapi dengan aktivitas dan wahana-wahana yang menarik yang memberikan pengalaman yang baru, menyenangkan dan tidak terlupakan bagi pengunjung. Dalam hal diferensiasi, Water Splash Games menonjolkan keunikan dan keunggulan aktivitas outdoor yang tidak dapat ditemukan di tempat lain, seperti wahana air yang inovatif, disuguhkan dengan pemandangan atau view pengunungan dari Danau Situ Cileunca itu sendiri Untuk positioning, mereka fokus pada segmen pasar yang mencari

pengalaman wisata petualangan yang eksklusif dan tak terlupakan, dengan menekankan pada keselamatan dan pelayanan pelanggan yang prima. Branding mereka dibangun di atas citra petualangan seru dan unik, dengan tagline "*Water Splash Games: Discover the Thrill, Create Memories!*" yang mencerminkan komitmen mereka untuk memberikan pengalaman yang mendebarkan dan penuh kenangan. Melalui strategi ini, Water Splash Games bertujuan untuk menjadi destinasi utama bagi para pencari petualangan dan wisatawan yang mencari pengalaman yang berbeda dan unik.

B. Analisa Produk – *Market Fit*

Menurut Watt & Abrams (2019), product market fit adalah konsep yang bertujuan untuk membuktikan bahwa model bisnis perusahaan tidak hanya layak, tetapi juga terukur. Perusahaan harus menunjukkan bahwa permintaan pasar cocok dengan solusi yang ditawarkan. Dengan kata lain, Product-Market Fit menggambarkan kondisi di mana suatu produk atau layanan dapat secara efektif memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasarannya. Water Splash Games menggunakan data yang diperoleh dari survei online berupa kuesioner yang didistribusikan untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan sesuai dengan asumsi perusahaan tentang keinginan, kebutuhan, dan masalah yang dihadapi pelanggan.

Penulis menggunakan alat Javelin Board untuk memvalidasi ide bisnis Water Splash Games. Validasi Ide Bisnis Water Splash Games menggunakan metode ini dengan kriteria keberhasilan 80%, dengan asumsi 44 dari 55 responden tertarik dengan ide bisnis yang ditawarkan Water Splash Games. Hasil validasi menggunakan Javelin Board menunjukkan bahwa 53 dari 55 atau 96% responden tertarik dengan ide bisnis yang ditawarkan oleh Water Splash Games, serta menjawab kebutuhan segmen untuk melakukan kegiatan rekreasi yang menyenangkan di tempat yang menarik dan memberikan manfaat bagi kesehatan.

EXPERIMENT	IDEA VALIDATION	PROGRAM VALIDATION
Customer	<ul style="list-style-type: none"> • Generasi Milenial & Gen Z • Memiliki Minat pada Outdoor Activity & Unique Experience • Pelajar/Mahasiswa • Wiraswasta • Pegawai Swasta 	<ul style="list-style-type: none"> • Generasi Milenial & Gen Z • Memiliki Minat pada Activity & Unique Experience • Pelajar/Mahasiswa • Wiraswasta • Pegawai Swasta
Problem	<ul style="list-style-type: none"> • Sulit menemukan kegiatan wisata <i>Outdoor Activity</i> yang unik dan seru • Program aktivitas kurang unik • Konten yang membosankan • Fasilitas penunjang kurang lengkap dan proper • Infrastruktur tidak memadai 	<ul style="list-style-type: none"> • Sulit menemukan kegiatan wisata <i>Outdoor Activity</i> yang unik dan seru • Program aktivitas kurang unik • Konten yang membosankan • Fasilitas penunjang kurang lengkap dan proper • Infrastruktur tidak memadai
Solution	Membuat aktivitas rekreasi yang seru dengan tema <i>outdoor activity</i> yang unik	<i>Prototype</i> program aktivitas rekreasi Water Splash Games
Riskiest Assumption	Membutuhkan program aktivitas rekreasi baru bertemakan <i>outdoor activity</i> yang dapat memberikan pengalaman unik dan menarik.	Tertarik dan mau mengunjungi program aktivitas rekreasi yang ditawarkan.

Method & Success Criteria	Explorsi (Kuesioner) terkait kebutuhan <i>rekreasi outdoor activity</i>	Explorasi (Kuesioner) terkait program aktivitas wisata yang akan dijual
	Approval	53/55
GET OUT OF THE BUILDING		
Result & Decision	53/55 Milenial & Gen Z mengharapkan program aktivitas <i>rekreasi outdoor activity</i> yang unik dan menarik	53/55 tertarik dan mau membeli program aktivitas <i>rekreasi berbasis outdoor activity</i> dengan aktivitas yang unik & beragam
Learning	Responden mendapatkan pengalaman berwisata baru dan dapat memenuhi kebutuhan mereka	Responden menginginkan pengalaman yang unik dan aktivitas yang beragam.

Tabel 3. 2 Javelin Board

Sumber: olah data (2024)

C. Analisa Kompetitor

Berdasarkan konsep yang ditawarkan oleh Water Splash Games, yaitu menghadirkan aktivitas wahana di luar ruangan (*outdoor*) yang dikemas dalam bentuk sebuah wahana atau games balon karet raksasa di atas air/ *Inflatable Floating Baloon*, Water Splash Games melakukan riset terkait kompetitor yang memiliki produk serupa. Hasilnya menunjukkan bahwa ada salah satu kompetitor dengan produk yang sama persis seperti Water Splash Games.

Nama Usaha	Water Splash Games	Bogor Aqua Games	Lollipops Play Land
Product & Service	Wahana <i>Slide</i>	Slide	Slide
	Wahana <i>Climbing</i>	Climbing	Climbing
	Wahana <i>Trampoline</i>	<i>Trampoline</i>	<i>Trampoline</i>
	<i>Pillow Hitting</i>	-	<i>Tower Crane</i>
	<i>Spider Webs</i>	-	Hi-rope
	<i>Step and Jump</i>	<i>Step and Jump</i>	Mandi Bola
	<i>Cano</i>	-	-
Market	Millenial dan Gen Z	Millenial dan Gen Z	Millenial dan Gen Z
Price	Weekdays: - Rp. 150.000 – 160.000 Weekends: - Rp. 150.000 – 180.000	120.000 - 155.000 rupiah	100.000 – 125.000 rupiah
Place	Berada Di Danau Situ Cileunca, Pangalengan	Berada di Kota Bogor, Kec Bogor Timur	Berada di Kiara Arta Park, Kota Bandung
Differential Advantages	Aktivitas berada di luar ruangan dan terapung di atas air, dengan wilayah yang sejuk, serta menyuguhkan view pegunungan yang indah, dan ditawarkan dalam bentuk suatu paket bundling.	Aktivitas berada di luar ruangan dan diatas air	Aktivitas dilakukan di dalam ruangan, dekat dari pusat Kota Bandung

Tabel 3. 3 Analisis Kompetitor

Sumber: olah data (2024)

D. Program Pemasaran

Tujuan utama dari pemasaran Water Splash Games yaitu meningkatkan *Brand Awareness* calon wisatawan mengenai adanya kegiatan rekreasi Water Splash Games yang terletak di Situ Cileunca, sehingga dapat mendatangkan wisatawan ke Danau Situ Cileunca untuk melakukan kegiatan rekreasi di Water Splash Games.

Untuk segmentasi pasar, terdapat pada masyarakat yang berada di Kota Bandung sekitarnya. Water Splash Games sendiri memosisikan diri sebagai bisnis dengan tema *outdoor activity* dan *unique experience* yang memberikan pengunjung pengalaman yang menarik dan unik dengan paket yang ditawarkan, atau aktivitas lanjutannya, berbeda dari kompetitornya yaitu Bogor Aqua Games dan Lolipop's.

Dalam Menyusun Marketing Plan, Water Splash Games menggunakan metode Marketing Mix 4P, berikut penjelasan dari setiap strategi rencana pemasaran Water Splash Games;

1. Product

Dengan menggunakan metode 3 level of product, berikut penjelasan mengenai aktivitas di Water Splash Games;

- **Core Product;** manfaat yang dapat diterima oleh pengunjung berupa kegiatan rekreasi yang seru dan unik yang pastinya berbeda dari kegiatan rekreasi lainnya, dimana pengunjung akan disambut dengan Istana balon karet raksasa yang mengapung di atas air/ *Inflatable Floating Baloon* dengan berbagai macam wahana permainan yang menarik pengunjung dengan berbagai leveling wahana yang bisa dinikmati oleh pengunjung.
- **Actual Product;** Ada 7 aktivitas yang dapat dilakukan di water splash games, yaitu **Wahana Slide**, Pengunjung diajak untuk bermain menikmati berbagai macam jenis slide yang didesain dengan menarik dan unik, dilanjut dengan **Wahana Climbing**

dimana pengunjung bisa melakukan aktivitas climbing dengan leveling yang berbeda beda yaitu level easy, medium dan extreme tergantung keberanian dari pengunjung tersebut, kemudian ada **Wahana Trampoline** yaitu pengunjung dapat berloncat-loncat dengan seru diatas trampoline yang mengapung di atas air, **Pillow Hitting** kegiatan permainan ini biasanya dimainkan oleh 2 orang atau lebih, dimana pengunjung akan diberikan pillow karet dan duduk diatas balon/spot yang sudah disediakan kemudian pengunjung dapat memukul satu sama lain dengan pillow karet tersebut, seperti permainan lomba pukul bantal pada umumnya, **Spider Webs**/jaring laba-laba merupakan salah satu challenge yang dapat memacu adrenalin, karena balon karet tersebut menyerupai jaring jaring kecil dimana pengunjung harus bisa melewati jaring tersebut tanpa jatuh ke air, kemudian ada **Step and Jump** disini pengunjung akan diajak untuk melewati beberapa step balon karet yang berbentuk lingkaran kecil seperti jalan batu setapak, dan yang terakhir yaitu ada **Cano** jika sudah merasa lelah atau bosan bermain aktivitas balon karet tersebut, pengunjung disini bisa menikmati wahana kano atau perahu balon yang bisa dimainkan disekitar are balon karet raksasa tersebut, sambil bersantai menikmati gelombang kecil dari pantai.

- **Augmented Product;** Dengan mengikuti aktivitas yang ada di Water Splash Games, pengunjung bisa mendapatkan souvenir berupa merch dari Water Splash Games yaitu Gantungan Kunci atau stiker sebagai kenang-kenangan.

2. Place

Water Splash Games menyediakan 3 (tiga) cara reservasi/pemesanan untuk memberikan pelayanan maksimal kepada pengunjung, yaitu melalui:

Reservasi	Keterangan
Website resmi Water Splash Games	Calon pengunjung dapat melakukan reservasi selama 24 jam melalui website resmi Water Splash Games di watersplash@games.com
WhatsApp Customer Service	Water Splash Games menyediakan layanan reservasi melalui WhatsApp, memudahkan pengunjung untuk melakukan pemesanan dan mengajukan pertanyaan seputar Water Splash Games yang akan dijawab langsung oleh customer service.
On The Spot	Water Splash Games juga melayani pembelian tiket langsung di tempat (on the spot) selama jam operasional dimulai dari pukul (09.00 - 17.00)

Tabel 3. 4 Place

Sumber: olah data (2024)

3. Price

Penetapan harga disini menggunakan analisis kompetitor yang ada tujuannya untuk mengidentifikasi dan menganalisis harga yang ditetapkan oleh pesaing utama. Ini termasuk memeriksa harga produk yang serupa, strategi penetapan harga mereka, dan bagaimana mereka menyesuaikan harga berdasarkan kondisi pasar, dengan menggunakan strategi tersebut muncul sebuah Harga yang sudah di analisis dengan penetapan harga jual sebagai berikut;

Weekdays:

- Paket Aqua Fun Pack (Rp. 120.000)
- Paket Splash & Fun Package (Rp. 160.000)

Weekends:

- Paket Aqua Fun Pack (Rp. 150.000)
- Paket Splash & Fun Package (Rp. 180.000)

4. Promotion

Promosi penjualan merupakan salah satu elemen kunci dalam bauran pemasaran untuk banyak produk konsumen di seluruh dunia, yang digunakan untuk menarik perhatian calon pengunjung. (Gunasekharan et al., 2016). Bauran promosi terdiri dari 5 unsur yaitu Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Direct Marketing dan Public Relations yang akan diterapkan oleh Water Splash Games, yaitu:

Advertising	Menggunakan kampanye iklan berbayar di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok dengan video dan gambar menarik yang menunjukkan keseruan wahana Water Splash Games.
Sales Promotion	<input type="checkbox"/> Diskon dan Penawaran Khusus: memberikan erikan diskon untuk tiket masuk seperti pengunjung yang berdomisili Bandung dan Kab. Bandung, dan menawarkan tiket bundling dengan harga spesial. <input type="checkbox"/> Voucher dan Kupon: voucher diskon melalui media sosial, akan diadakannya giveaway setiap hari special seperti hari kemerdekaan, idul fitri dll.

<p>Personal Selling</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ Kontes Media Sosial: Mengadakan kontes di media sosial yang mengajak pengunjung membagikan foto atau video pengalaman mereka pada saat bermain wahana di Water Splash Games dengan menggunakan hashtag tertentu untuk memenangkan hadiah menarik. □ SEO dan Blogging: Membuat konten blog yang relevan di situs web resmi Water Splash Games, seperti artikel tentang tips menikmati wahana balon karet air, ulasan pengunjung, dan panduan kegiatan, untuk meningkatkan peringkat pencarian,
<p>Direct Marketing</p>	<p>Mengumpulkan daftar email dan WhatsApp dari pengunjung sebelumnya dan kirimkan newsletter berkala yang berisi informasi tentang promosi, acara khusus, dan tips keselamatan saat bermain di Water Splash Games.</p>

Public Relations	<ul style="list-style-type: none"> □ Press Release: Kirim press release di media sosial untuk mengumumkan pembukaan atau acara khusus Water Splash Games dan menyertakan informasi menarik dan foto-foto yang menggambarkan aktivitas di wahana. □ Acara Peluncuran atau Grand Opening: Mengadakan acara peluncuran atau grand opening yang mengundang media, influencer, dan tokoh masyarakat untuk mencoba wahana dan membagikan pengalaman mereka di media sosial dan berita lokal.
------------------	--

Tabel 3. 5 Promotion

Sumber: (Gunasekharan et al., 2016)

E. Media Pemasaran

Water Splash Games menggunakan metode *Inbound* dan *Outbound Marketing* yang mana seperti yang kita ketahui di era modern sekarang meningkatnya persaingan ketat antar perusahaan, Water Splash Games fokus pada cara memaksimalkan anggaran pemasaran yang tersedia. Cara termudah untuk menjangkau pengi dengan anggaran pemasaran yang lebih rendah adalah dengan menerapkan strategi pemasaran inbound digital, seperti optimasi mesin pencari, media sosial, branding online, dan pembuatan konten agar dapat ditemukan di hasil penelusuran organik serta menarik prospek yang tertarik ke situs web. Sebuah perusahaan pemasaran internet mengamati tren konsumen ini sejak dini dan memulai platform pemasaran online berdasarkan ide pemasaran inbound (Opreana & Vinerean, 2015). Kemudian diikuti dengan Outbound marketing yang mana dapat membantu mengirimkan pesan pemasaran langsung kepada calon pengunjung. Berikut merupakan beberapa media yang akan digunakan oleh Water Splash Games:

- **Media Promosi *Inbound***

Dalam melakukan promosi *Inbound*, media yang akan digunakan yaitu Instagram, dan Tiktok. Untuk Instagram, Water Splash Games akan membuat konten mengenai kegiatan yang akan dilakukan Water Splash Games, dan konten intermezzo lainnya yang berkaitan dengan kegiatan aktivitas di Water Splash Games, dengan durasi *upload* konten minimal 3 kali post dan 5 kali snapgram dalam satu minggu. Lalu untuk TikTok, Water Splash Games akan upload konten video kegiatan Water Splash Games dan yang berkaitan dengan kegiatan tersebut minimal satu kali dalam satu minggu. Lalu tidak lupa untuk Water Splash Games memanfaatkan jasa influencer untuk mempromosikan kegiatan yang ada di Water Splash Games. Influencer yang akan digunakan jasanya adalah influence dengan image outdoor traveller, dan Influencer muda yang selalu update memberikan informasi tempat wisata.

- **Media Promosi *Outbound***

Media promosi *Outbound* yang akan digunakan adalah brosur yang akan dibagikan kepada pengunjung di Danau Situ Cileunca dan juga Banner/Billboard yang di pasang melalui pintu masuk Water Splash Games.

F. Proyeksi Penjualan

Water Splash Games merancang proyeksi penjualannya setiap bulan melalui tabel berikut dengan pembagian penjualan tiket masuk Water Splash Games pada weekdays dan weekend, serta penjualan merchandise Water Splash Games.

Deskripsi	Tahun 1					Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
	Occupancy	Kuantitas Optimum	Kuantitas (pax)	Harga	Pendapatan	Pendapatan	Pendapatan	Pendapatan	Pendapatan
Penjualan Tiket Weekend Aqua Fun Pack	80%	5,200	4,160	Rp 150,000	Rp 624,000,000	Rp 655,200,000	Rp 687,960,000	Rp 722,358,000	Rp 758,475,900
Penjualan Tiket Weekday Aqua Fun Pack	70%	13,000	9,100	Rp 120,000	Rp 1,092,000,000	Rp 1,146,600,000	Rp 1,203,930,000	Rp 1,264,126,500	Rp 1,327,332,825
Rental Kano	20%	18,200	3,640	Rp 50,000	Rp 182,000,000	Rp 191,100,000	Rp 200,655,000	Rp 210,687,750	Rp 221,222,138
Total					Rp 1,898,000,000	Rp 1,992,900,000	Rp 2,092,545,000	Rp 2,197,172,250	Rp 2,307,030,863

Tabel 3. 6 Proyeksi Penjualan

Sumber: olah data (2024)

Tabel di atas menyajikan rincian pendapatan dari paket "Water Splash Games" selama lima tahun. Paket ini mencakup tiga jenis layanan utama: penjualan tiket "Weekend Aqua Fun Pack" dengan tingkat hunian 80%, kuantitas optimum 5,200, dan harga Rp 150,000 per tiket; penjualan tiket "Weekday Aqua Fun Pack" dengan tingkat hunian 70%, kuantitas optimum 13,000, dan harga Rp 120,000 per tiket; serta rental kano dengan tingkat hunian 20%, kuantitas optimum 18,200, dan harga Rp 50,000 per unit.

Pendapatan dari setiap layanan dihitung setiap tahun dan menunjukkan tren peningkatan. Pada tahun pertama, pendapatan dari penjualan tiket "Weekend Aqua Fun Pack" mencapai Rp 624,000,000, dari penjualan tiket "Weekday Aqua Fun Pack" sebesar Rp 1.092.000,000, dan dari rental kano sebesar Rp 182.000,000,

Peningkatan pendapatan terus berlanjut hingga tahun kelima, di mana pendapatan dari penjualan tiket akhir pekan, tiket hari kerja, dan rental kano sehingga mendapatkan total pendapatan menjadi Rp 2.307.030,863. Tabel ini menunjukkan bagaimana pertumbuhan jumlah pengunjung dan stabilitas harga tiket berkontribusi pada peningkatan pendapatan yang signifikan dari tahun ke tahun.