

BAB I

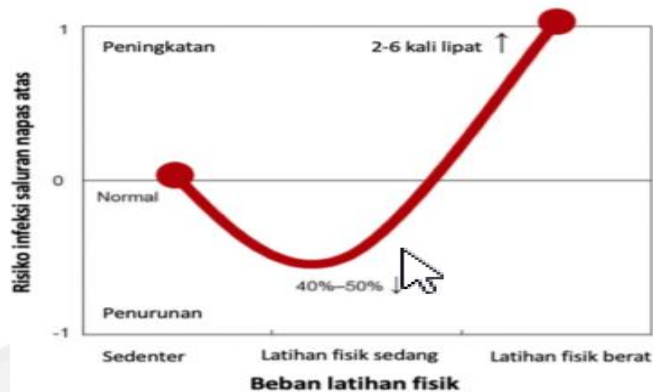
PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pada awal tahun 2020, penyakit Covid-19 mulai menyebar ke berbagai negara. Covid-19 adalah penyakit yang menyerang saluran pernafasan manusia. Pada tahun 2019, sektor pariwisata menyumbang 4,8% dari Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia menurut Kemenparekraf RI (2020). Namun keadaan berbalik ketika pandemi muncul dimana menurut data dari Kemenparekraf RI melalui Katadata.co.id, sebanyak 10.946 usaha wisata terdampak dan 30.421 tenaga kerja harus kehilangan pekerjaannya. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dikutip dari Merdeka (2020) menunjukkan pada bulan Mei 2020 tingkat hunian hotel berbintang menurun dari 43,53% ditahun 2019 menjadi 14,45%. Savira Wardoyo dari CNBC Indonesia menuliskan bahwa data dari Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) menunjukkan setidaknya 2000 hotel dan 8000 restoran berhenti beroperasi di masa PSBB pertama.

Namun, adanya pandemi Covid-19 membawa dunia ke masa yang baru yaitu masa *new normal* dimana semua orang dihimbau untuk selalu menggunakan masker, mencuci tangan, menjaga jarak aman, dan menjalankan pola hidup yang sehat. Berolahraga dimasa pandemic merupakan salah satu bentuk dari pola hidup sehat. Dalam *Journal of Cardiovascular Science* yang dilansir dari Dinas Kesehatan kota Batam (2021), berolahraga dapat mendukung respon imun dan meningkatkan daya tahan tubuh dalam melawan penyakit. Olahraga juga dapat menstimulasi tubuh untuk mengeluarkan hormon Endorfin. Endorfin adalah hormon (zat kimia) seperti morfin yang berfungsi untuk mengurangi rasa sakit, mengurangi kecemasan, dan memicu perasaan positif. Terlebih di masa pandemi, dimana tingkat stres di Indonesia mencapai angka 75 % berdasarkan survei yang diadakan Cigna di 21 negara. Walaupun demikian, olahraga yang terlalu berat dapat memperburuk imun seseorang.

GAMBAR 1
Model Kurva-J Yang Menggambarkan Beban Latihan Dan Risiko Infeksi Saluran Napas Atas



Sumber: (DAVID C. NIEMAN, 1990).

Dengan dibutuhkannya olahraga intensitas sedang untuk meningkatkan daya tahan tubuh manusia di kala pandemi Covid-19, wisata olahraga dapat menjadi salah satu pilihan. Menggabungkan olahraga dan aktivitas berwisata secara bersamaan juga dapat membantu membangkitkan industri pariwisata kembali. Sandiaga Salahuddin Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, menyatakan bahwa tren wisata olahraga di Indonesia akan menjadi tren dengan pasar yang besar. Hingga tahun 2024, wisata olahraga di Indonesia ditargetkan akan mengalami pertumbuhan mencapai Rp. 18,790 Triliun (Kemenparekraf, 2021).

Inflatable water park merupakan salah satu inovasi wisata yang tepat dimasa pandemi. Setiap wisatawan akan diajak untuk bermain di atas area bermain yang mengapung di atas air. Bukan hanya bermain, setiap wisatawan juga bisa mengasah kemampuan tubuh mereka di setiap rintangan yang ada. Studi dari Amerika Utara menyatakan *water park* lebih dipilih sebagai destinasi wisata olahraga dibanding kolam renang umum karena aktivitas yang ditawarkan lebih luas jangkauannya untuk berbagai kalangan dan juga tidak menguras tenaga yang berlebihan (THE INSTITUTE OF URBAN STUDIES & AFFAIRS, 2012).

Inflatable water park bernama WET @JAKARTA ini akan berlokasi Jakarta Utara tepatnya di Danau Sunter bagian Timur. Danau buatan dengan luas 37,2 hektar yang dibangun pada tahun 1972 ini memiliki fungsi utama untuk mengendalikan banjir di daerah Sunter. Danau yang

yang sudah mulai direvitalisasi untuk tujuan penampungan air, olahraga, dan wisata sejak 2019 ini akan rampung pada tahun 2021 menurut Wakil Gubernur DKI Jakarta Ahmad Riza (Nafian, 2020).

Danau Sunter memiliki kualitas air yang cukup baik. Menurut Sandiaga Salahuddin Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) dikutip dari Kompas, kualitas air Danau sunter lebih baik daripada Laguna di Phuket, Thailand. Studi dari FMIPA Universitas Negeri Jakarta menyatakan bahwa kualitas air secara keseluruhan masih baik.

DKI Jakarta yang merupakan ibu kota negara, menjadi rumah bagi 10,56 juta penduduk menurut data sensus Badan Pusat Statistik DKI Jakarta(2020). Menjadi salah satu provinsi terpadat di Indonesia membuat DKI Jakarta mengambil peran yang besar dalam ekonomi di Indonesia termasuk dibidang pariwisata. Data dari Kementerian Tenaga Kerja dilansir oleh Kompas (2021), DKI Jakarta menjadi provinsi dengan UMP (Upah Minimum Provinsi) terbesar yaitu Rp 4.416.186. Walaupun masih dalam situasi pandemi, perekonomian DKI Jakarta telah tumbuh sebesar 10,91 persen (*year on year*) dibanding sebelumnya (BPS, 2021)

Secara finansial, *inflatable water park* WET @JAKARTA memiliki nilai pembangunan yang lebih rendah dibanding pembangunan *waterpark* konvensional karena sifatnya fleksibel walaupun memiliki ukuran yang besar. Menurut Wibit salah satu produsen *inflatable water park* terbesar di dunia, *inflatable water park* bersifat *low operating costs* sehingga hanya membutuhkan kurang lebih 80 hari untuk mendapatkan *paybacks* dari sebuah medium *water park* (Wibit, 2009) . WET @JAKARTA tentunya akan hadir sebagai salah satu destinasi wisata olahraga baru yang akan mendukung Pemerintah Kota DKI Jakarta dalam mengembangkan wisata olahraga.

Dengan berbagai pertimbangan yang sudah dijelaskan, penulis menyimpulkan studi kelayakan bisnis *inflatable water park* WET @JAKARTA layak untuk dijalankan.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian suatu rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya sebuah bisnis yang akan dijalankan, namun juga mengatur aktivitas operasional secara berkesinambungan dalam rangka pencapaian tujuan serta keuntungan yang maksimal (Husein, 2005). Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA memiliki dua tujuan yang terdiri dari tujuan utama (*major objectives*) dan sub tujuan (*minor objectives*) yaitu:

A. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

a. Aspek Pemasaran

Aspek pasar akan menganalisa potensi pasar, penawaran, kesesuaian produk yang ditawarkan dengan target pasar, dan analisa strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran (8Ps). Bauran pemasaran tersebut terdiri dari *Product, Price, Place, Packaging, People, Promotion, Programming, dan Partnership*

b. Aspek Operasional dan Teknis

Aspek Operasional mencakup kesiapan dalam hal teknis yang meliputi fasilitas, lokasi, dan juga perlengkapan yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia meliputi seluruh tenaga kerja yang terlibat dalam menjalankan usaha yang terdiri dari deskripsi pekerjaan, kompetensi untuk tenaga kerja, rekrutmen tenaga kerja, serta program pelatihan dan pengembangan bagi setiap tenaga kerja

d. Aspek Keuangan dan Finansial

Aspek Keuangan dan Finansial berisi analisa jumlah dana yang dibutuhkan untuk merealisasikan bisnis dan perancangan laporan keuangan secara menyeluruh untuk perhitungan resiko dan keuntungan yang akan didapatkan perusahaan

B. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat DKI Jakarta
- b. Menambah alternatif wisata olahraga di DKI Jakarta
- c. Membantu pemerintah dalam mengembangkan pariwisata di DKI Jakarta
- d. Memperkenalkan *inflatable water park* secara luas di Indonesia
- e. Menambah pendapatan daerah melalui pembayaran pajak



C. Metodologi

Untuk menjadi sebuah Studi Kelayakan Bisnis yang layak, akurat, dan terpercaya, dibutuhkan data yang *valid* dan *reliable* untuk mendukung bisnis agar dapat berjalan. Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA akan menggunakan teknik penelitian kualitatif yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pendekatan guna mengetahui suatu gejala sentral (Creswell, 2008).

1. Data Primer

Menurut Sekaran (2011) data primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama untuk analisis berikutnya untuk menemukan solusi atau masalah yang diteliti dengan cara seperti wawancara, observasi, kuesioner, dan eksperimen. Pengumpulan data primer yang digunakan dalam Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA yaitu:

a. Kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2018), Kuesioner adalah kumpulan dari beberapa pertanyaan tertulis yang dirumuskan dan diberikan kepada responden untuk dijawab agar Penulis mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Terdapat tiga jenis kuesioner (Sekaran & Bougie, 2018) yaitu:

1) *Personally Administered Questionnaires*

Personally Administered Questionnaires adalah kuesioner kuesioner yang disebarkan secara langsung oleh Penulis kepada responden agar mendapatkan informasi dalam waktu yang singkat (Sekaran & Bougie, 2018).

2) *Mail Questionnaires*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018), *mail questionnaires* adalah kumpulan pertanyaan yang dikirimkan melalui surat pos ke setiap responden. Metode ini membutuhkan waktu yang lebih Panjang

dalam pelaksanaannya dan akan muncul kemungkinan responden tidak mengembalikan hasil dari kuesioner.

3) *Electronic and Online Questionnaires*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018), *electronic and online questionnaires* adalah kuesioner yang disebarakan secara daring melalui situs, *e-mail*, *website*, *personal blog*, dan media sosial oleh peneliti sehingga pendistribusian kuesioner memiliki cakupan yang luas, hemat waktu, praktis, dan relative lebih murah dari metode lain. Namun, peneliti harus teliti dalam mengolah data karena bisa saja responden yang mengisi kuesioner tidak sesuai dengan target pasar.

Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA akan menggunakan cara *electronic and online questionnaires* agar memudahkan penulis dalam menyebarkan kuesioner secara praktis, efektif, dan efisien. Penyebaran kuesioner *online* akan menggunakan situs *Google Form* untuk disebarakan ke target pasar.

Dalam penyebaran kuesioner, dibutuhkan pengambilan sampel. Menurut Sekaran dan Bougie (2018), pengambilan sampel adalah proses pemilihan perwakilan dari setiap individu, obyek, maupun peristiwa yang mewakili suatu populasi. Ada lima tahap yang dibutuhkan untuk melakukan proses pengambilan sampel (Sekaran & Bougie, 2018) yaitu:

a. Penentuan populasi

Populasi adalah kumpulan dari individu, peristiwa, dan objek yang ingin diteliti oleh peneliti. Pengambilan sampel dimulai dengan menentukan target populasi yang tepat

berdasarkan elemen, batasan geografis, dan waktu. Ketepatan dibutuhkan karena setiap aspek akan mempengaruhi target populasi yang diharapkan.

Responden yang setidaknya melakukan kunjungan wisata sebanyak dua kali dalam satu tahun merupakan target populasi dalam Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA.

b. Menentukan *sample frame*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018), *sampling frame* adalah bukti fisik dari seluruh elemen dalam suatu populasi yang didalamnya dilakukan pengambilan sampel.

Dalam Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA, *sample frame* yang diambil adalah responden yang melakukan kunjungan wisata setidaknya dua kali selama satu tahun dan berdomisili di Jabodetabek.

c. Menentukan *sampling design*

Terdapat dua tipe utama dalam proses *sampling design* menurut Sekaran dan Bougie (2018). *Probability sampling* merupakan Teknik pengumpulan sampel dimana semua elemen dalam suatu populasi memiliki peluang yang sama bukan nol untuk dipilih menjadi sampel. *Probability sampling* dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) *Unrestricted* atau *Random Sampling*: semua elemen memiliki dalam populasi memiliki peluang dan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

2) *Restricted* atau *Complex Probability Sampling* : menggunakan beberapa alternatif sehingga informasi yang didapatkan menjadi lebih luas dengan cara penentuan interval jumlah individu (*systematic*), pengelompokan elemen dari berbagai aspek (*stratified random*), dan pengelompokan menjadi *cluster* dengan karakteristik yang sama.

Nonprobability sampling adalah Teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan subyek sampel. Sekaran dan Bougie (2018) membagi *nonprobability sampling* menjadi dua metode yaitu:

- 1) *Convenience Sampling* : Teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen dapat dengan bebas menyediakan informasi yang dibutuhkan peneliti.
- 2) *Purposive Sampling*: Teknik pengambilan sampel dimana tidak semua elemen dalam populasi dapat memberikan informasi dikarenakan terdapat kriteria yang harus dipenuhi.

Dalam Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA, Teknik *sampling* yang akan digunakan adalah Teknik *convenience samoling* karena dinilai mudah dan praktis sehingga

infirmasi dapat diakses dengan mudah oleh Penulis.

d. Menentukan *sample size*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018), *sample size* dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tujuan penelitian, tingkat presisi penelitian, resiko, besar kecilnya variabelitas dari sebuah populasi, Batasan wilayah, waktu, biaya dan besarnya populasi. Penggunaan teori *multivariate* merupakan salah sat acara untuk menentukan ukuran sampel (Sekaran & Bougie, 2018). Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2006) menyatakan setidaknya ukuran sampel harus sepuluh kali lebih besar dibandingkan dengan jumlah variable yang diteliti.

e. Melaksanakan proses *sampling*

Proses *sampling* adalah proses terakhir setelah melakukan penargetan populasi, menentukan *sample frame*, menentukan *sampling design*, dan menentukan ukuran sampel.

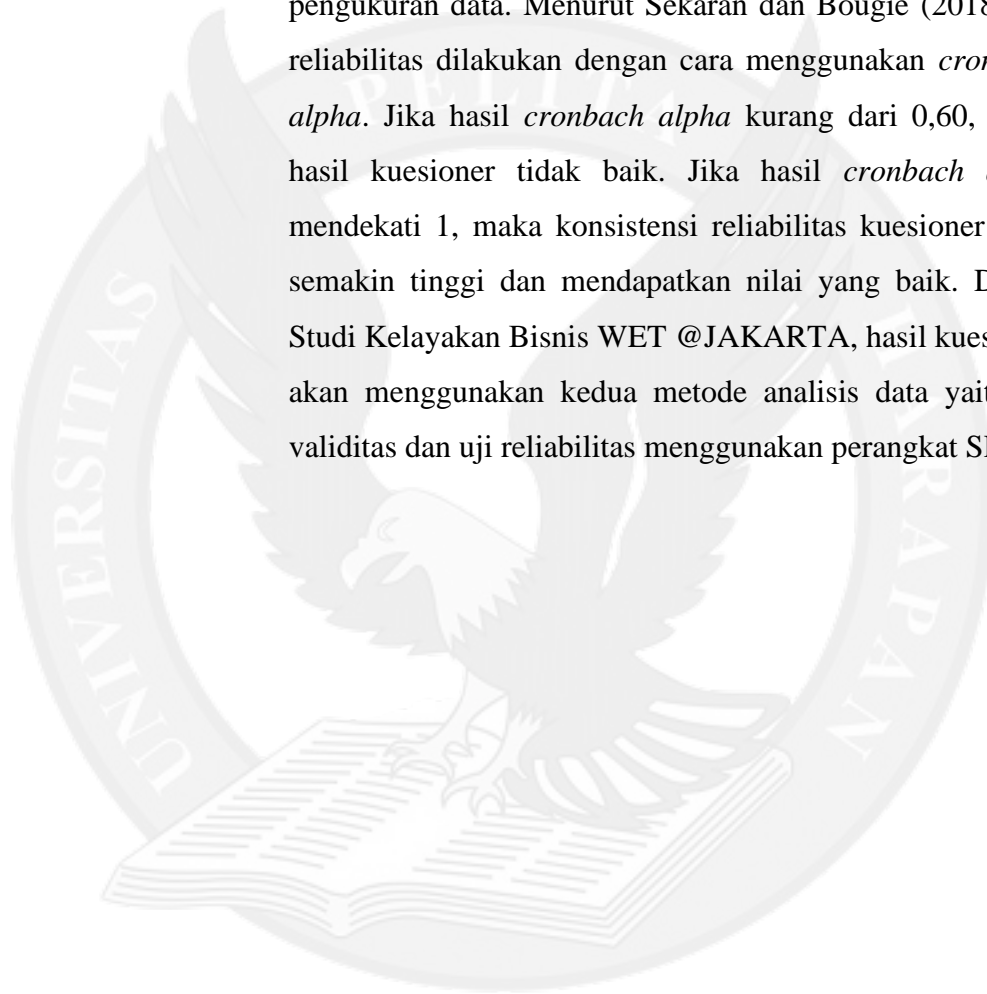
Hasil dari kuesioner akan dianalisis dan diuji apakah data yang diperoleh *valid* dan *reliable*. Menurut Sekaran dan Bougie (2018), diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menganalisa data.

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui seberapa baik data yang diterima. Pengujian akan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara masing-masing skor *item* dan skor total dari keseluruhan *item*. Suatu item dapat dikatakan valid jika nilai r_{hitung} (pada *output* perangkat SPSS yang dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) $>$

r_{tabel} .

Nilai r_{tabel} didapatkan dengan cara menentukan df (degree of freedom) yaitu dengan rumus $n - 2$. Dalam Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA, responden yang dibutuhkan sebanyak 180 dengan menggunakan signifikansi 0,05, maka didapatkan r_{tabel} sebesar 0,145.

Uji reliabilitas memiliki tujuan untuk memastikan setiap instrumen yang digunakan konsisten dalam proses pengukuran data. Menurut Sekaran dan Bougie (2018), uji reliabilitas dilakukan dengan cara menggunakan *cronbach alpha*. Jika hasil *cronbach alpha* kurang dari 0,60, maka hasil kuesioner tidak baik. Jika hasil *cronbach alpha* mendekati 1, maka konsistensi reliabilitas kuesioner akan semakin tinggi dan mendapatkan nilai yang baik. Dalam Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA, hasil kuesioner akan menggunakan kedua metode analisis data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan perangkat SPSS.



b. Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2018), observasi adalah kegiatan untuk melihat, merekam, menganalisis, dan menginterpretasikan suatu perilaku, tindakan, ataupun peristiwa.

Studi Kelayakan Bisnis WET @JAKARTA akan melakukan observasi ke lokasi bisnis dan calon pesaing untuk mendapatkan informasi mengenai operasinal, teknis, dsb.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dapat diperoleh peneliti dari sumber yang telah tersedia sehingga dapat digunakan langsung sebagai referensi (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam hal ini penulis menggunakan data dari berbagai penelitian yang dilakukan oleh berbagai peneliti lain, teori mengenai pariwisata dari para ahli, buku, publikasi pemerintah, peraturan perrundang-undangan, dan berbagai sumber lain yang mendukung.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya (WTO, 1999). Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah segala jenis kegiatan yang berhubungan dengan berpergian kesuatu tempat untuk berlibur dan mendapat kesenangan.

2. Pengertian Daya Tarik Wisata

Menurut UU No. 10 tahun 2009 mengenai kepariwisataan, Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025, Daya Tarik Wisata dibagi kedalam tiga kategori yaitu :

a. Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata berbasis alam berfokus kepada keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam seperti pegunungan, perbukitan, hutan, sungai, danau, laut, pantai, taman nasional, suaka margasatwa, dan sejenisnya.

b. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wisata berbasis budaya merupakan daya tarik wisata yang memusatkan keunikan dari manusia

atau hasil karya buatan manusia. Daya tarik wisata budaya dibagi menjadi daya tarik berwujud seperti cagar budaya, desa wisata, dan museum, serta daya tarik wisata tidak berwujud seperti kehidupan adat, adat, dan aktivitas budaya masyarakat.

c. Daya Tarik Wisata Buatan

Daya tarik wisata buatan digolongkan sebagai daya tarik wisata minat khusus yang dibuat oleh manusia.

Daya tarik wisata buatan bisa berbentuk taman bermain, wisata edukasi, dan wisata olahraga.

Sebuah daya tarik wisata harus memiliki 4 komponen penting yang sering disebut sebagai 4A dalam pelaksanaannya yaitu *attraction* (Atraksi), *accessibilities* (Aksesibilitas), *amenities* (Amenitas), dan *ancillary* (Pendukung Pariwisata) (Cooper, Fketcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, 1995) . Berikut adalah penjelasan dari 4A:

a. Atraksi (*attraction*)

Atraksi merupakan keunikan dari suatu destinasi yang menarik minat berkunjung wisatawan ke suatu destinasi.

b. Aksesibilitas (*accessibilities*)

Aksesibilitas adalah sarana dan prasarana transportasi yang dibutuhkan untuk mendukung perpindahan wisatawan dari daerah asalnya ke destinasi maupun pergerakan wisatawan selama berada di area destinasi wisata.

c. Amenitas (*amenities*)

Amenitas adalah segala fasilitas yang tersedia guna menunjang kegiatan wisatawan selama berada di suatu destinasi wisata

d. Pendukung Pariwisata (*ancillary*)

Pihak-pihak seperti pemerintah, organisasi, dan lembaga dibutuhkan untuk mendukung kegiatan pariwisata seperti dalam hal promosi dan keamanan.

Berdasarkan penjelasan diatas, sebuah objek wisata diharuskan memiliki empat komponen esensial (atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan *ancillary*) agar objek wisata tersebut dapat berjalan dengan lancar dan menjadi daya tarik wisata yang baik.

3. Pengertian Wisata Olahraga

Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*) Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktikkannya sendiri (Maryam, 2011).

Wisata olahraga juga sering diartikan sebagai kegiatan mengunjungi sebuah tempat yang memiliki daya tarik wisata olahraga dalam bentuk alam, budaya, maupun buatan untuk memenuhi kepuasan setiap wisatawan (Kementerian Pariwisata RI, 2016).

Kemenpar RI (2016) memaparkan bahwa menurut UNWTO, ruang lingkup wisata olahraga terbagi kedalam *active sport tourism* dan *passive sport tourism*. *Active sport tourism* berarti salah satu tujuan wisatawan melakukan perjalanan adalah untuk melakukan aktivitas olahraga, sedangkan *passive sport tourism* memiliki tujuan hanya untuk menyaksikan atau melihat suatu perhalatan pesta olahraga.

Dari penjelasan yang ada, bisa disimpulkan bahwa wisata olahraga merupakan bentuk perjalanan wisata ke suatu tempat dengan tujuan menikmati unsur olahraga yang ada disana baik dengan melakukan ataupun hanya sekedar melihat.

4. Pengertian Wisata Air

Wisata air atau disebut dengan wisata tirta menurut Ismayanti (2010) adalah bentuk pengembangan wisata yang focus terhadap wisata dan olahraga air serta menyediakan sarana dan prasarana beserta jasa pengelola perairan, sungai, waduk, dan danau. Wisata tirta mencakup kegiatan rekreasi di bawah air, pantai, perairan sungai, danau, waduk, dan yang berkaitan dengan kegiatan marina.

5. Pengertian *Inflatable Water Park*

Inflatable dalam *Collins Dictionary* merupakan sebuah kata sifat yang berarti bisa ditiup atau diisi dengan angin. Menurut *Cambridge Dictionary*, *Water Park* atau taman air adalah area yang berisikan berbagai kolam dan fasilitas yang dibayar untuk digunakan oleh perenang. Seymour M. Gold (1980) dalam bukunya *Recreation Planning and Design* menyatakan bahwa sebuah taman (rekreasi) harus ditujukan untuk kepentingan hiburan, estetika, dan edukasi.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *inflatable water park* adalah sebuah taman rekreasi yang memanfaatkan air sebagai faktor utama dan memiliki fasilitas penunjang yang dapat diisi dengan angin sehingga dapat mengapung diatas permukaan air.

Dikarenakan *inflatable water park* akan mengapung diatas air, terpal PVC (*polyvinyl chloride*) akan menjadi bahan utama dari *inflatable water park*. Terpal PVC memiliki sifat tahan air dan memiliki umur yang panjang karena dibentuk dari 2 lapisan polyester dan resin *polyvinyl chloride*. Terpal PVC juga bersifat elastis sehingga tidak membahayakan untuk digunakan.

6. Konsep Bisnis WET @JAKARTA

Berdasarkan penjelasan di atas, WET @JAKARTA merupakan suatu destinasi wisata olahraga yang berbentuk *water park*. Berbeda dengan *water park* konvensional, WET @JAKARTA akan menjadi *water park* dengan ukuran besar yang akan mengapung di atas Danau Sunter, Jakarta Utara. Setiap pengunjung dapat merasakan sensasi untuk melewati berbagai rintangan seperti *rope swing, ladder, slide, trampoline*, dsb yang mengapung di atas air. WET @JAKARTA akan memberikan pengalaman yang baru buat setiap pengunjung dalam mengasah kemampuan fisik dan juga berekreasi secara bersamaan. Dengan adanya WET @JAKARTA, masyarakat DKI Jakarta akan memiliki pilihan yang baru untuk melakukan perjalanan olahraga.

