

BAB III

RENCANA PEMASARAN

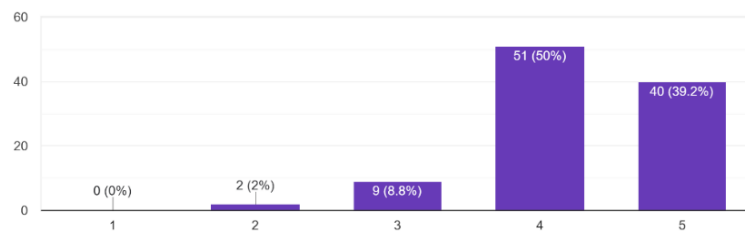
A. Riset Pasar

- Analisa Survei

Analisa survei dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Hal ini dilakukan dengan tujuan mengetahui, memahami serta memenuhi kebutuhan pasar. Selama proses penyebaran kuesioner, telah terkumpul sebanyak 102 responden. Berikut hasil kuesioner terhadap program aktivitas di Bidadari Wellness Escape :

Data menunjukkan bahwa para responden tertarik untuk mengikuti program kesehatan dan kebugaran.

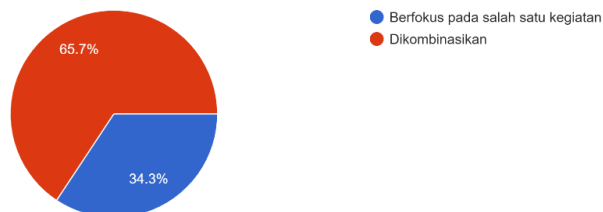
Seberapa tertarik anda untuk mengikuti program retreat kesehatan dan kebugaran?
102 responses



Gambar 3. 1 Hasil Survei Minat
Sumber : Olahan Data, 2024

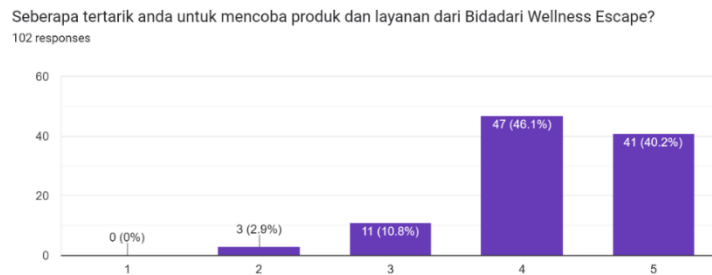
Para responden juga tertarik jika kegiatan kebugaran yang dilakukan dikombinasikan dan bervariasi, tidak berfokus pada satu jenis.

Apakah anda lebih tertarik pada program retreat kesehatan yang berfokus pada yoga, meditasi, olahraga, atau kombinasi dari semuanya?
102 responses



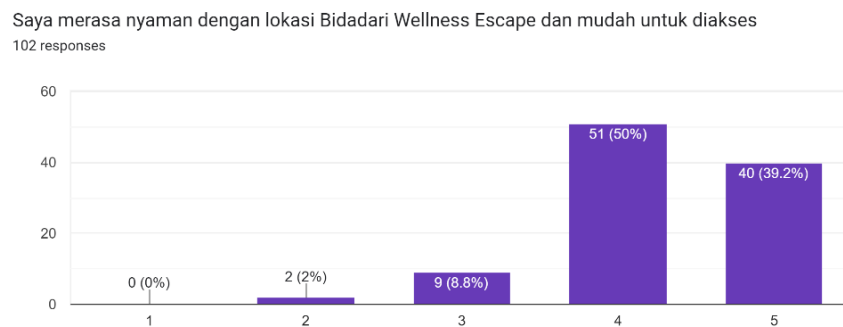
Gambar 3. 2 Hasil Survei Minat Penyajian
Sumber : Olahan Data, 2024

Setelah menjelaskan produk dan layanan yang ada di Bidadari Wellness Escape, para responden menunjukkan ketertarikan untuk mencobanya, dengan 88 responden atau 86% dari total.



Gambar 3. 3 Hasil Survei Ketertarikan terhadap Bidadari Wellness Escape
Sumber : Olahan Data, 2024

Sebanyak 91 responden juga menyatakan bahwa lokasi dari Bidadari Wellness Escape di Amanuba Hotel & Resort Rancamaya Bogor memberikan kenyamanan dan mudah diakses.



Gambar 3. 4 Hasil Survei terkait Lokasi Bidadari Wellness Escape
Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan data dibawah ini, ditemukan bahwa para responden sangat tertarik pada aktivitas *wellness retreat* dengan 47,1% atau sebanyak 48 responden. Kemudian aktivitas yang dikombinasikan yaitu Balance Bliss X Blissful Bodywork diminati oleh 26 responden atau 25,5%. Selanjutnya Bliss Balance diminati 14.7% atau 15 responden dan Blissful Bodywork menarik minat 13 responden atau 12,7%.



Gambar 3. 5 Hasil Survei terkait Aktivitas di Bidadari Wellness Escape
Sumber : Olahan Data, 2024

- *Segmenting, Targeting, Positioning*

1. *Segmenting*

Segmentasi adalah proses membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang memiliki karakteristik dan kebutuhan yang sama agar dapat dijangkau lebih mudah dan efisien. Terdapat empat jenis segmentasi untuk membagi pasar yaitu geografi, demografi, psikografi, dan perilaku (Kotler & Armstorng, 2016). Berikut implementasi segmentasi pada rencana bisnis Bidadari Wellness Escape :

Tabel 3. 1 Segmentasi Bidadari Wellness Escape

Demografi	
Jenis Kelamin	Wanita
Usia	Gen Z (22 - 27), Milenial (28 - 45), Gen Y (46-59)
Pendapatan	5.000.000 - 15.000.000 per bulan
Pekerjaan	Mahasiswa, Pegawai Swasta, Ibu Rumah Tangga, Wiraswasta
Geografi	
Domisili	Jabodetabek (terkhusus Jakarta dan Bogor) dan Bandung
Psikografi	
Gaya Hidup	Peduli terhadap kesehatan mental dan kesehatan fisik
Perilaku	
Minat	Tertarik untuk mengikuti aktivitas yang bisa sehat secara jasmani dan pikiran dan ingin menerapkan <i>work life balance</i> serta gaya hidup sehat dalam rutinitas sehari-hari

Sumber : Olahan Data, 2024

2. *Targeting*

Dalam menganalisa target pasar, Bidadari Wellness Escape melibatkan pendekatan dengan menentukan TAM (*total addressable market*), SAM (*segmented addressable*

market), dan SOM (*serviceable obtainable market*). Hasil analisa *market size* untuk Bidadari Wellness Escape yaitu :

Tabel 3. 2 Market Size Bidadari Wellness Escape

Keterangan	Kode	%	Jumlah	Profil Segmen
<i>Total Addressable Market</i>	TAM	100%	2.211.793	Jumlah wisatawan wanita gen x, gen y, gen z yang berkunjung ke Bogor
<i>Segmented Addressable Market</i>	SAM	13%	287.533	Jumlah wisatawan wanita yang melakukan kegiatan <i>wellness</i> di sekitar Bogor
<i>Servicable Obtainable Market</i>	SOM	10%	28.573	Total kemungkinan wisatawan yang dapat diraih Bidadari Wellness Escape

Sumber : BPS Kota Bogor 2023

TAM dari Bidadari Wellness Escape terdiri dari jumlah wisatawan wanita dari generasi X, Y, dan Z yang mengunjungi Bogor, yaitu sebanyak 2.211.793 orang atau 100% dari total pasar yang ada. Kemudian SAM nya adalah jumlah pengunjung bisnis *wellness* yang menjadi pesaing Bidadari Wellness Escape, yaitu sebanyak 287.533 orang atau 13% dari total pasar. Sedangkan SOM adalah sebesar 28.573 orang atau 10% dari SAM, yang merupakan jumlah wisatawan potensial yang dapat dijangkau oleh Bidadari Wellness Escape dari pesaing.

Strategi yang diterapkan Bidadari Wellness Escape adalah menggunakan *differentiated marketing* (Kotler & Armstorng, 2016). Dengan menargetkan segmen pasar yang telah ditentukan, bisnis ini dapat memastikan bahwa setiap kelompok pelanggan dapat menemukan dan menyesuaikan program yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi sehingga dapat membangun kesadaran merek yang kuat di kalangan berbagai kelompok pelanggan.

3. *Positioning*

Bidadari Wellness Escape telah menetapkan *positioning statement* yaitu :

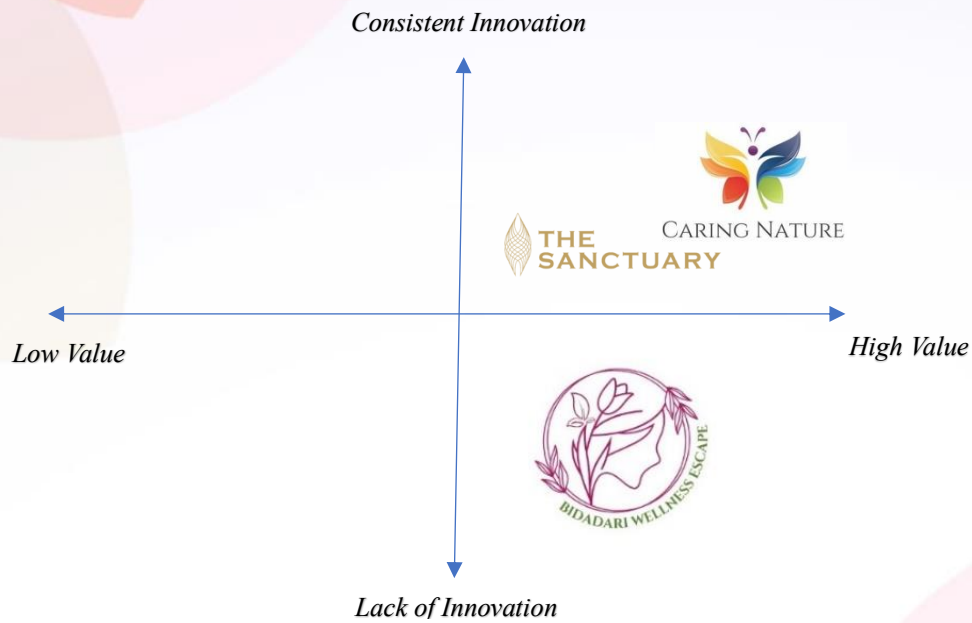
Bidadari Wellness Escape menawarkan pengalaman kebugaran yang tidak tertandingi bagi wanita, dengan fasilitas lengkap dan suasana damai di tengah keindahan alam, memberikan tamu kebebasan.

Bagi para wanita dari generasi X, milenial, dan Z dengan pendapatan menengah sampai menengah ke atas dari Jabodetabek terkhusus Jakarta dan Bogor yang peduli pada kesehatan mental dan fisik serta tertarik pada kegiatan wellness dalam rutinitas sehari-hari, Bidadari Wellness Escape adalah tempat beristirahat para wanita melalui rangkaian kegiatan wellness. Dengan lokasi yang damai di sekitar keindahan alam dan suasana yang mendukung relaksasi dan pemulihan, Bidadari Wellness Escape menawarkan pengalaman yang tidak tertandingi sehingga mereka memiliki fleksibilitas untuk memilih antara menginap atau mengikuti berbagai opsi kegiatan. Selain itu, dengan fokus pada kebutuhan wanita, Bidadari Wellness Escape menyajikan rangkaian program wellness yang disesuaikan untuk menjaga fisik, mental, dan emosional mereka.

Tabel 3. 3 Positioning Bidadari Wellness Escape

Target Audience	Brand Name	Frame of Reference	Point of Differentiation (PoD)	Competitive Advantage
Wanita generasi X, milenial, dan Z dari Jabodetabek terkhusus Jakarta dan Bogor yang peduli pada kesehatan mental dan fisik ingin menerapkan gaya hidup sehat.	Bidadari Wellness Escape	Tempat beristirahat para wanita dengan menawarkan aktivitas kebugaran dan pengalaman yang menggabungkan keindahan alam dengan layanan bagi wanita yang mencari ketenangan dan perawatan diri	- Bidadari Wellness Escape menggabungkan keindahan alam yang tenang dan suasana yang tidak ditemukan di sekitar Jakarta atau Jawa Barat - Terdapat pilihan menginap ataupun opsi ala carte dan memberikan kebebasan bagi tamu untuk menyesuaikan - Dengan fokusnya pada para wanita, Bidadari Wellness Escape menawarkan program yang dirancang untuk membantu wanita merawat diri di tengah kesibukan.	Bidadari Wellness Escape terletak di lokasi yang indah dan tenang dan menawarkan rangkaian program dan kegiatan wellness yang disesuaikan dengan mencakup fisik, mental, dan emosional.

Sumber : Olahan Data, 2024



Gambar 3. 6 Perceptual Mapping Bidadari Wellness Escape
Sumber : Olahan Data

Gambar di atas merupakan *perceptual mapping* dari Bidadari Wellness Escape, dan pada tahun kelima diharapkan Bidadari Wellness Escape dapat memperlihatkan inovasi dengan memiliki nilai – nilai yang tinggi sehingga bisa berada di tingkat yang sama dengan The Sanctuary Wellness Centre dan The Caring Nature.

B. Analisa Produk – Market Fit

Product market fit adalah tahap dimana produk memenuhi kebutuhan pasar yang ditargetkan dan memiliki potensi untuk tumbuh (Osterwalder et al., 2014). Bidadari Wellness Escape menggunakan data yang diperoleh dari survei kuesioner yang didistribusikan kepada wanita dari generasi X, milenial, Z, dan komunitas *wellness*. Setelah pengumpulan, hasil tersebut divalidasi menggunakan *javelin experimental board* untuk memvalidasi ide melalui sebuah eksperimen (Sakti, 2020). *Validasi product market fit* dengan *Javelin Experimental Board* memiliki kriteria keberhasilan 80%, dengan asumsi bahwa 82 dari 102 responden tertarik pada ide bisnis yang ditawarkan. Hasil validasi tersebut menunjukkan bahwa 88 dari 102 responden atau 86% tertarik dengan ide bisnis yang ditawarkan oleh Bidadari Wellness Escape.

Tabel 3. 4 Idea and Program Validation

<i>Experiment</i>	<i>Idea Validation</i>	<i>Program Validation</i>
<i>Customer</i>	- Wanita - Gen X, Gen Y, Gen Z - Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, Pegawai Swasta, Wiraswasta - Penghasilan 5.000.000 – 15.000.000 - Peduli akan kesehatan mental dan kesehatan fisik - Ingin menerapkan gaya hidup sehat	- Wanita - Gen X, Gen Y, Gen Z - Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, Pegawai Swasta, Wiraswasta - Penghasilan 5.000.000 – 15.000.000 - Peduli akan kesehatan mental dan kesehatan fisik - Ingin menerapkan gaya hidup sehat
<i>Problem</i>	- Sulit untuk menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi - Memiliki emosi yang tidak stabil dan mudah merasa stres ataupun cemas - Perlu aktivitas yang bisa sehat secara jasmani dan pikiran	- Aktivitas kebugaran yang bisa sehat secara jasmani dan pikiran - Aktivitas dengan harga yang masuk akal
<i>Solution</i>	Merancang produk untuk wanita Gen X, Gen Y, dan Gen Z yang menawarkan pengalaman beragam aktivitas kebugaran serta kesempatan untuk beristirahat dari rutinitas sehari-hari.	<i>Prototype</i> program aktivitas Bidadari Wellness Escape
<i>Riskiest Assumption</i>	Merasa tidak cocok aktivitasnya	Merasa bosan dan lingkungannya tidak sesuai
<i>Method & Success Criteria</i>	Melakukan penyebaran kuesioner tentang kebutuhan aktivitas kebugaran	Melakukan penyebaran kuesioner tentang program aktivitas yang akan diperjual belikan, test sukses jika 80% responden tertarik dengan rencana bisnis Bidadari Wellness Escape
<i>Get out of the Building</i>		
<i>Result & Decision</i>	102/102 responden mengharapkan aktivitas kebugaran yang bisa sehat secara jasmani dan pikiran	88/102 responden tertarik untuk mengikuti program aktivitas Bidadari Wellness Escape
<i>Learning</i>	Responden menginginkan adanya program tambahan dan berharap waktu pelaksanaannya sesuai dengan preferensi mereka	Responden mengharapkan banyak <i>complimentary</i> dan mengembangkan program aktivitas yang ada

Sumber : Olahan Data, 2024

Data dari kuesioner juga semuanya dituangkan ke dalam Javelin Experimental Board dengan gambar sebagai berikut :

Javelin Experiment Board		Experiments				
Start here. Brainstorm with stickies, pull it over to the right to start your experiment.		1	2	3	4	5
Who is your customer? Be as specific as possible. <i>Time Limit: 5 min</i> • Wanita Gen X, Gen Y, Gen Z, Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, Pegawai Swasta, Wiraswasta • Menghabiskan 500.000 - lebih dari 2.500.000 saat berwisata • Peduli akan kesehatan mental dan kesehatan fisik • Ingin menerapkan gaya hidup sehat		Customer	• Wanita Gen X, Gen Y, Gen Z, Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, Pegawai Swasta, Wiraswasta • Menghabiskan 500.000 - lebih dari 2.500.000 saat berwisata • Peduli akan kesehatan mental dan kesehatan fisik • Ingin menerapkan gaya hidup sehat			
What is the problem? Phrase it from your customer's perspective. <i>Time Limit: 5 min</i> • Emosi yang tidak stabil • Mudah merasa stres • Mudah merasa cemas • Sulit untuk menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi		Problem	• Aktivitas kebugaran yang bisa sehat secara jasmani dan pikiran • Aktivitas dengan harga yang masuk akal			
Define the solution only after you have validated a problem worth solving. <i>Time Limit: 5 min</i> • Mengekspresikan kreativitas dan mencoba tantangan baru • Menjadi lebih terbuka dan merasa tidak takut lagi • Memiliki lingkungan yang mendukung		Solution	Menawarkan pengalaman beragam aktivitas kebugaran serta kesempatan untuk beristirahat dari rutinitas sehari-hari.			
List the assumptions that must hold true, for your hypothesis to be true. <i>Time Limit: 10 min</i> Melakukan aktivitas kebugaran Bertemu lingkungan yang positif		Riskiest Assumption	• Merasa tidak cocok aktivitasnya • Merasa bosan dan tidak mendapat lingkungan yang sesuai			
Need help? Use these sentences to help construct your experiment.		Method & Success Criterion	Test sukses jika 80% responden tertarik dengan rencana bisnis Bidadari Wellness Escape			
GET OUT OF THE BUILDING!		Result & Decision	88/102 responden tertarik untuk mengikuti program aktivitas Bidadari Wellness Escape			
To form your Assumptions: In order for hypothesis to be true, assumption needs to be true.		Learnings	Responden mengharapkan banyak complimentary dan mengembangkan program aktivitas yang ada			

Gambar 3. 7 Javelin Experimental Board

Sumber : Olahan Data, 2024

Selain itu, survei dilakukan di Amanuba Hotel & Resort Rancamaya Bogor dengan melakukan wawancara kepada salah satu pengelola manajemen di lokasi usaha tersebut. Pengelola tersebut mengatakan bahwa lokasi usaha Amanuba sangat cocok dan nyaman untuk melakukan kegiatan *wellness*. Survei juga dilakukan kepada salah satu pemilik unit bisnis *wellness*, The Sanctuary Wellness Centre. Menurut beliau, ide bisnis ini sudah cukup baik dan memiliki harapan besar untuk direalisasikan, namun perlu perhatian lebih terkait dengan pasar yang ditargetkan.

C. Analisa Kompetitor

Untuk memasuki industri, Bidadari Wellness Escape mengamati kompetitor atau pesaing yang bergerak di bidang yang sejenis. Bidadari Wellness Escape memiliki beberapa keunggulan yang membedakan dan menjadi daya tarik utama. Terdapat kompetitor *indirect* bagi Bidadari Wellness Escape yaitu *resort – resort* yang berada di area Rancamaya serta objek wisata di daerah Bogor. *Kompetitor direct* dari Bidadari Wellness Escape ini adalah Mealth Wellness dan The Caring Nature. Berikut analisa kompetitor menggunakan *Point of Differences* dan *Point of Parity*.

Tabel 3. 5 PODs & POPs Bidadari Wellness Escape

POINT OF DIFFERENCES	Bidadari Wellness Escape	The Sanctuary Wellness Centre	The Caring Nature
Market	Wanita yang tertarik terhadap <i>wellness</i> yang berasal dari Jabodetabek serta wisatawan wanita yang menginap di Amanuba Hotel & Resort Rancamaya Bogor	Millenial di Bandung	Gen Z dan Millenial di Jakarta
Product Mix	Menyediakan pengalaman dengan penawaran paket yang dirancang variatif dan eksklusif ataupun dapat dibeli secara satuan	Menyediakan pengalaman yoga di luar ruangan atau studio, adanya pijat dan martial arts	Menyediakan pengalaman latihan mengendalikan diri serta mengikuti kelas yoga dan meditasi di studio
Price Mix	Mulai dari 130.000/visit – 2.800.000	Mulai dari 100.000/visit – 4.500.000	Mulai dari 150.000/visit
Place Mix	Amanuba Hotel and Resort Bogor	Setra Duta Raya, Bandung	Kebayoran Baru
Promotion Mix	Melalui media sosial, berkolaborasi dengan <i>influencer</i> , serta <i>website</i> resmi	Melalui media sosial	Melalui media sosial
Differential Advantage	Rangkaian aktivitas <i>wellness</i> yang berlokasi di <i>resort</i> sehingga memberikan pengalaman yang berbeda khususnya di daerah Jakarta dan Jawa Barat karena akan ada pilihan untuk menginap	Terdapat berbagai kelas yoga dan adanya sesi konsultasi dengan beberapa profesional serta dapat berkumpul dengan komunitas	Studio <i>wellness</i> untuk memberikan berbagai pelatihan seperti emosi dan kecemasan serta melakukan konsultasi dan mengikuti yoga
POINT OF PARITY			
Tempat untuk melakukan rekreasi dan melakukan aktivitas yang memberikan relaksasi, tempat untuk melepaskan stres dan menikmati waktu bersama			
Berada di sekitar area Jakarta dan Jawa Barat			
Menggunakan media sosial untuk melakukan promosi			

Sumber : Kotler & Armstrong, 2016

D. Program Pemasaran

Dalam menyusun program pemasaran, Bidadari Wellness Escape menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* 4P. Bauran pemasaran 7P tersebut terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi) (Kotler & Armstorng, 2016). Berikut merupakan rincian dari bauran pemasaran Bidadari Wellness Escape :

1. *Product*

Core Product :

- Menyediakan tempat untuk pemulihan, relaksasi, dan penyembuhan holistik bagi para peserta.
- Pengalaman mendalam dalam meningkatkan kesejahteraan fisik, mental, dan spiritual.

Actual Product :

- Berbagai fasilitas dan layanan yang ditawarkan kepada tamu, seperti, yoga, meditasi, pijat tradisional, dan program kebugaran.
- Lingkungan yang tenang dan alam yang indah untuk meningkatkan pengalaman kesejahteraan.
- Staf yang terlatih dengan baik dan ramah, serta fasilitas modern dan nyaman.

Augmented Product :

- Program eksklusif untuk tamu yang menginap dalam waktu yang lama dan kesempatan untuk membentuk atau tergabung dalam komunitas *wellness*.

Bidadari Wellness Escape ini menawarkan lingkungan yang tenang dan mendukung di mana peserta dapat menjauh dari kehidupan sehari-hari mereka dan fokus sepenuhnya pada perawatan diri dan pertumbuhan pribadi.

Peserta memiliki opsi untuk memilih paket individu yang terdiri dari Bliss Balance ataupun Blissful Bodywork saat

melakukan pemesanan. Kedua pilihan tersebut tersedia sebagai layanan satuan yang dapat dibeli secara terpisah. Pada kegiatan Bliss Balance, peserta akan melakukan yoga dalam bentuk kelas. Setiap kelas bisa dimulai dengan minimal satu peserta dan maksimal enam peserta.

Kegiatan Bliss Balance akan dimulai pukul tujuh pagi, dengan kelas pertama dimulai paling awal pada jam tersebut, dan berlangsung hingga pukul enam sore. Untuk kegiatan Blissful Bodywork akan dimulai pada pukul delapan pagi sampai dengan lima sore. Program Bliss Balance, Blissful Bodywork, serta gabungan keduanya, Bliss Balance X Blissful Bodywork, akan diadakan hanya pada *weekdays*, dari Senin hingga Jumat.

Selain opsi tersebut, peserta juga dapat memilih untuk bergabung dalam paket menginap yang menyediakan penginapan selama dua hari satu malam di Bidadari Wellness Escape. Kegiatan menginap akan diselenggarakan setiap *weekend* yaitu Sabtu dan Minggu. Rundown kegiatan untuk yang mengambil paket menginap :

Tabel 3. 6 Jadwal Kegiatan Bliss Serenity

Waktu	Kegiatan
Hari 1	
15:00 - 15:30	Kedatangan dan Registrasi
15:30 - 17:00	Sesi Yoga dan Meditasi : "Menemukan Ketenangan Dalam Diri"
17:00 - 17:30	Istirahat dan Minum Juice
17:30 - 18:30	Sesi Pijat Relaksasi
18:30 - 19:30	Kegiatan Masak Bersama
19:30 - 20:30	Makan Malam Bersama
20:30 - 21:00	Menari Bersama
21:00 - 22:00	Diskusi Bersama
22:00	Waktu Bebas / Istirahat
Hari 2	
07:00 - 08:00	Sarapan Pagi
08:00 - 09:00	Sesi Yoga dan Meditasi Pagi : "Memperkuat Tubuh dan Jiwa"
09:00 - 10:30	Sesi Pijat Relaksasi
10:30 - 11:00	Istirahat dan Makan Smoothies
11:30 - 12:30	Diskusi Bersama : "Membahas Pengalaman Retreat"
12:30 - 13:00	Penutupan dan Evaluasi Kegiatan

Sumber : Olahan Data, 2024

2. Price

Dalam menentukan harga, Bidadari Wellness Escape menggunakan strategi *competitor based pricing* atau melakukan analisa kompetitor untuk dapat menentukan harga yang masuk akal bagi para pelanggan dan memberi keuntungan kepada bisnisnya. Hal ini didasarkan pada wawancara dengan narasumber dari unit bisnis *wellness* yang juga menggunakan strategi perbandingan harga dengan kompetitor.

Tabel 3. 7 Harga Produk Bidadari Wellness Escape

Harga Produk Bidadari Wellness Escape	
Produk	Harga
Bliss Balance	Rp 160.000
Blissful Bodywork	Rp 130.000
Bliss Balance X Blissful Bodywork	Rp 285.000
Bliss Serenity	Rp 2.800.000

Sumber : Olahan Data, 2024

Untuk Balance Bliss dan Blissful Bodywork, setelah membandingkan dengan beberapa industri *wellness* lainnya, mereka lebih condong untuk menjual paket tanpa menyertakan perlengkapan yang dibutuhkan. Namun, di Bidadari Wellness Escape, akan menyediakan perlengkapan khusus agar para peserta tidak perlu repot membawanya sendiri. Khususnya untuk Bliss Serenity, harga yang tertera adalah harga per orang di mana peserta akan menginap bersama dengan peserta lainnya untuk mengikuti berbagai rangkaian aktivitas kebugaran yang telah disiapkan.

3. Place

Bidadari Wellness Escape akan menggunakan berbagai saluran distribusi yaitu melalui :

- Reservasi Telepon : Menyediakan nomor telepon yang dapat dihubungi oleh pelanggan untuk melakukan reservasi atau mendapatkan informasi tentang layanan yang ditawarkan.

- Media Sosial : Menggunakan platform media sosial seperti Whatsapp dan Instagram untuk menjadi tempat para peserta melakukan reservasi.
- *Website Resmi* : Menyediakan *platform* di website Bidadari Wellness Escape di mana pelanggan dapat menelusuri informasi tentang layanan, fasilitas, dan paket yang ditawarkan. Pelanggan juga dapat melakukan reservasi langsung melalui situs web.

4. *Promotion*

Promosi yang akan digunakan oleh Bidadari Wellness Escape adalah sebagai berikut :

- *User Generated Content*
 - Mendorong pelanggan untuk berbagi foto, ulasan, dan pengalaman mereka di Bidadari Wellness Escape di media sosial dengan hashtag yang ditentukan.
 - Memperluas jangkauan UGC dengan menampilkan konten pengguna yang terbaik di situs web resmi, akun media sosial, dan materi promosi lainnya.
- *Content Creation*
 - Membuat konten yang informatif dan bermanfaat tentang topik-topik kesehatan, kesejahteraan, dan perawatan diri untuk media sosial Bidadari Wellness Escape.
 - Menghasilkan video tutorial yoga, meditasi, atau masak sehat yang dipandu oleh instruktur Bidadari Wellness Escape untuk dibagikan secara online.
- *Ads*
 - Menggunakan iklan yang berbayar di media sosial seperti Instagram atau Facebook untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai target audiens yang lebih luas.
- *Influencer Marketing*
 - Berkolaborasi dengan *influencer* dalam industri kesehatan, kebugaran, dan kesejahteraan untuk

mempromosikan Bidadari Wellness Escape kepada audiens mereka.

- Mengundang influencer untuk mengunjungi dan mengalami layanan Bidadari Wellness Escape secara langsung, lalu membagikan pengalaman mereka di media sosial atau blog mereka.

E. Media Pemasaran

Media pemasaran yang digunakan oleh Bidadari Wellness Escape adalah dengan menggunakan *digital marketing* yaitu :

1. Media Sosial

Bidadari Wellness Escape akan menggunakan media sosial yaitu Instagram dan TikTok untuk memberikan konten visual menarik, berinteraksi langsung, serta mempromosikan Bidadari Wellness Escape. Hal ini didasarkan sesuai dengan hasil survei dari total 102 responden, 48% memilih Instagram dan 41.2% memilih TikTok.

2. Situs Web

Pada situs web Bidadari Wellness Escape akan memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai layanan dan fasilitas yang ditawarkan. Pada situs web juga, akan menampilkan berbagai ulasan positif dan testimoni dari para pelanggan. Dengan menggunakan kedua media pemasaran ini, Bidadari Wellness Escape dapat meningkatkan *brand awareness* dari para pelanggan dan menarik lebih banyak pelanggan.

F. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan merupakan suatu cara atau metode yang digunakan untuk memperkirakan pendapatan di masa yang akan datang dengan memprediksi seberapa banyak produk terjual (Kartini, 2023). Berikut adalah proyeksi penjualan dari Bidadari Wellness Escape.

Tabel 3. 8 Proyeksi Penjualan Bidadari Wellness Escape

Deskripsi	PROYEKSI PENJUALAN				
	<i>Occupancy</i>	Kuantitas Optimum	Kuantitas (pax)	Harga	Pendapatan
Balance Bliss	50%	3840	1.920	Rp 160.000	Rp 307.200.000
Blissful Bodywork	50%	1920	960	Rp 130.000	Rp 124.800.000
Balance Bliss X Blissful Bodywork	50%	960	480	Rp 285.000	Rp 136.800.000
Bliss Serenity	50%	384	192	Rp2.800.000	Rp 537.600.000
Total					Rp1.106.400.000

Sumber : Olahan Data, 2024

Tabel di atas memberikan gambaran proyeksi penjualan dari rencana bisnis Bidadari Wellness Escape, di dalamnya terdapat beberapa bagian proyeksi penjualan dari berbagai produk yaitu Balance Bliss, Blissful Bodywork, Balance Bliss X Blissful Bodywork, dan Bliss Serenity.