



BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar

Menurut Michael E. Porter dalam buku “*Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*”, riset pasar memiliki kegunaan dan manfaat yang signifikan bagi perusahaan. Riset pasar membantu perusahaan untuk memahami struktur industri, menentukan posisi kompetitif, dan mengidentifikasi peluang serta ancaman di pasar. Dengan informasi ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi kompetitif yang efektif, mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien, dan membuat keputusan yang lebih terinformasi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Selain itu, riset pasar memungkinkan perusahaan untuk memantau aktivitas kompetitor, memahami kekuatan dan kelemahan mereka, dan menyesuaikan strategi untuk mengatasi persaingan dengan lebih baik.

1. Analisa *Survey*

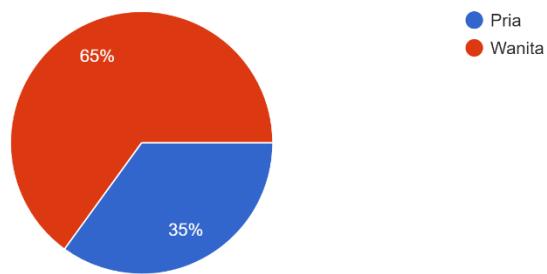
Pre-Test

Dari 20 responden hasil survei melalui kuesioner menunjukkan mayoritas responden adalah wanita usia 15 - 41 tahun dari Jakarta dan sekitar Bandung Raya. Mereka menunjukkan minat tinggi pada kegiatan merangkai manik - manik. Menurut teori segmentasi pasar dan perilaku konsumen, mengetahui berbagai aspek dan minat ini penting untuk strategi pemasaran yang efektif. Minat tinggi ini mengindikasikan potensi besar untuk pengembangan dan promosi kegiatan Embellish Beads sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.





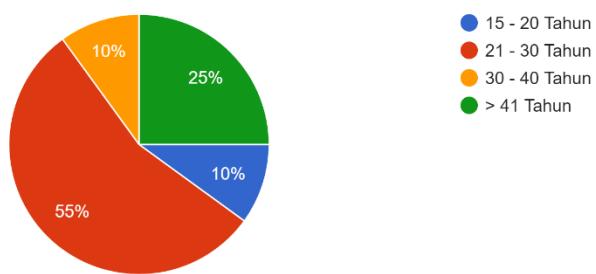
Jenis Kelamin
20 responses



Tabel 3. 1 Hasil Kuisioner Pre-Tes Jenis Kelamin.

Sumber: Hasil Observasi 2024.

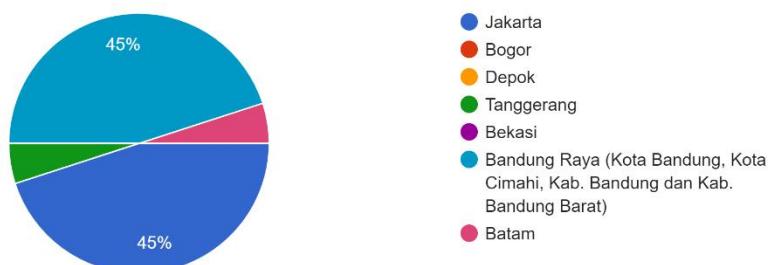
Usia
20 responses



Tabel 3. 2 Hasil Kuisioner Pre-Tes Usia.

Sumber: Hasil Observasi 2024.

Tempat Tinggal Saat ini
20 responses



Tabel 3. 3 Hasil Kuisioner Pre-Tes Tempat Tinggal.

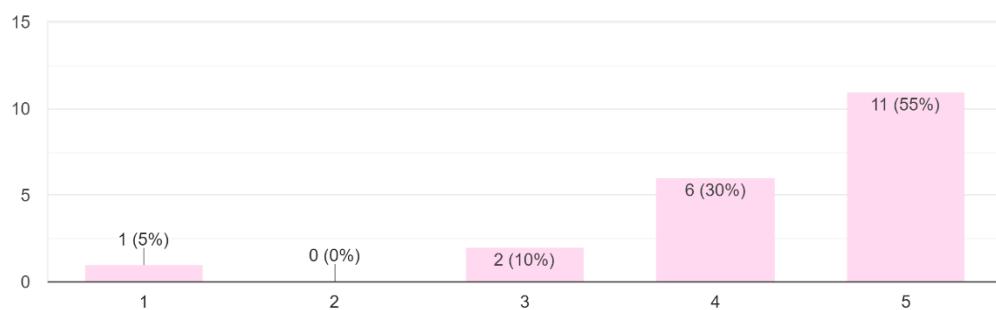
Sumber: Hasil Observasi 2024.





Apakah anda tertarik dengan kegiatan merangkai manik - manik?

20 responses



Tabel 3. 4 Hasil Kuisioner Pre-Tes Ketertarikan.

Sumber: Hasil Observasi 2024.

Kegiatan merangkai manik - manik sebagai bentuk aktivitas kreatif memberi individu kesempatan untuk mengekspresikan diri dan menciptakan sesuatu yang bernilai, yang dapat meningkatkan produktivitas dan kepuasan pribadi. Konsep "flow," yang diperkenalkan oleh Mihaly Csikszentmihalyi, menggambarkan keadaan di mana seseorang sepenuhnya tenggelam dalam aktivitas yang dinikmati. Dalam kondisi ini, seseorang akan merasakan fokus yang sangat mendalam dan kepuasan batin. Merangkai manik - manik sering kali menciptakan pengalaman "flow" ini, di mana individu yang melakukannya akan merasa sangat fokus dan puas dengan aktivitas tersebut.





2. Segmenting, Target, Positioning

- Segmenting

Demografi	Geografi	Psikografi	Behavior
Wanita, Usia 15-30 Tahun (Generasi Z & Generasi Millenial)	Masyarakat Jakarta dan Bandung Raya	1. Membutuhkan aktifitas yang menyenangkan. 2. Membutuhkan aktifitas yang produktif. 3. Membutuhkan aktifitas yang dapat meningkatkan skill.	Memiliki ketertarikan kepada aktifitas kreatif

Tabel 3. 5 Segmenting

Sumber: Hasil Observasi 2024.

Embellish Beads menentukan customer persona dengan tujuan untuk menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan mendapatkan target pasar yang sesuai dengan produk yang ditawarkan. Strategi ini didasarkan pada pemahaman tentang gaya hidup, kebutuhan, dan ketertarikan wisata dalam memilih dan berpartisipasi dalam kegiatan yang ditawarkan.





Customer Persona

Audry Sanjaya, 23

“

Customer Profile

Jenis Kelamin : Wanita

Usia : 23 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Customer Preferences

Gaya Hidup

- Mencari keseimbangan antara studi, pekerjaan, dan kehidupan sosial.
- Sering mengikuti tren fashion dan lifestyle terbaru.
- Menghargai waktu bersama teman dan keluarga.

Kebutuhan

- Mencari aktivitas yang menyenangkan dan bisa dinikmati saat waktu luang.
- Ingin mengisi waktu dengan kegiatan yang produktif.
- Berkeinginan untuk meningkatkan skill, khususnya dalam bidang kreatif.

Ketertarikan

- Aktifitas kreatif seperti beadwork, crafting, dan DIY projects.
- Mengikuti workshop dan kursus untuk belajar skill baru.
- Menghabiskan waktu di tempat-tempat yang memiliki suasana nyaman dan estetik, seperti cafe atau studio kreatif.

Gambar 3. 1 Customer Persona

Sumber: Hasil Observasi 2024

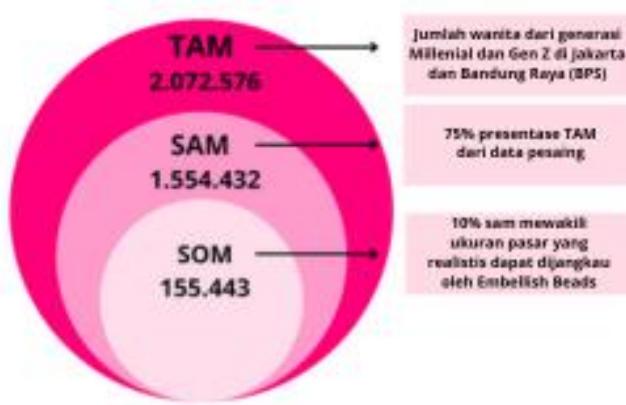
- *Targeting*

Berdasarkan hasil analisis, penulis memutuskan untuk menerapkan pendekatan pemasaran tersegmentasi (*differentiated marketing*), yang melibatkan pembuatan produk dan layanan yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan setiap segmen pasar. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta memastikan kepuasan maksimal bagi seluruh wisatawan. Embellish Beads akan menargetkan pengunjung dari Jakarta dan Bandung Raya, terutama pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta berusia 15 - 30





tahun. Untuk menghitung ukuran pasar, Embellish Beads menggunakan konsep *Total Addressable Market (TAM)* untuk mengidentifikasi total potensi pasar, *Serviceable Addressable Market (SAM)* untuk memfokuskan pada segmen yang dapat dijangkau, dan *Service Obtainable Market (SOM)* untuk menentukan bagian pasar yang realistik dapat diperoleh. Dengan pendekatan ini, Embellish Beads dapat secara efektif menargetkan dan memenuhi kebutuhan segmen pasar yang berbeda, serta memaksimalkan peluang pasar yang tersedia.



Gambar 3. 2 TAM SAM SOM

Sumber: Hasil Observasi 2024.

TAM diidentifikasi menggunakan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), yang mencakup jumlah wanita dari generasi Millenial dan Gen Z di DKI Jakarta dan Bandung Raya. SAM dihitung sebagai 75% dari TAM, mengacu pada persentase orang Indonesia yang berminat meningkatkan kreativitas mereka. SOM kemudian ditetapkan sebagai 10% dari SAM, mewakili ukuran pasar yang realistik dapat dijangkau oleh Embellish Beads. Pendekatan ini memungkinkan Embellish Beads untuk secara teoritis memetakan dan mengukur potensi pasar dengan cara yang sistematis dan terstruktur, memastikan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.



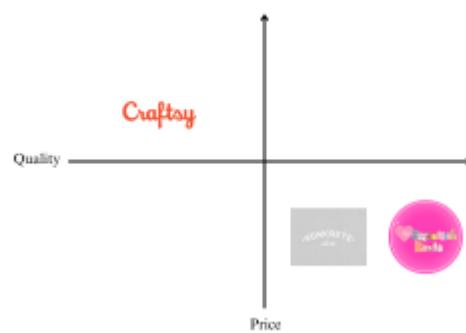


- *Positioning*

- a. *Positioning Statement*

Embellish Beads memposisikan dirinya sebagai destinasi wisata kreatif yang menawarkan pengalaman unik dalam aktivitas kerajinan tangan di Serasa Eatery Lembang, sebuah *coffe shop* yang dikenal dengan pemandangan alam yang indah, pesona gunung putri, dan suasana sejuk. Pengunjung diajak untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui kegiatan merangkai manik - manik menjadi aksesoris seperti kalung, anting, gelang, cincin, dan gantungan handphone, serta membuat stiker dari bahan manik - manik. Aktivitas ini tidak hanya memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan motorik halus tetapi juga menghasilkan barang - barang yang unik dan personal sesuai dengan selera dan gaya pribadi mereka. Selain itu, Embellish Beads menyediakan aksesoris siap pakai sebagai kenang - kenangan atau koleksi. Menggabungkan kegiatan kreatif dengan pengalaman bersantai di *coffe shop*, Embellish Beads menawarkan nilai tambah yang berbeda, yaitu lingkungan yang inspiratif dan nyaman untuk berkreasi, sehingga memberikan kepuasan maksimal bagi pengunjung.

- b. *Perceptual Map*



Gambar 3. 3 Perceptual Map

Sumber: Hasil Observasi 2024.



Dengan melihat variabel antara Tingkat harga produk dan kualitas layanan, Embellish Beads menempatkan posisinya setara dengan Konkrete Store karena Dengan Kualitas yang lebih tinggi menawarkan harga yang lebih rendah. Sedangkan Craftsy berada di posisi harga yang lebih tinggi dari Embellish Beads dan Konkrete Store.

B. Analisa Produk – *Market Fit*

Post-Tes

Menurut Watt & Abrams (2019), *product market fit* adalah sebuah konsep yang bertujuan untuk membuktikan bahwa model bisnis perusahaan tidak hanya layak, tetapi juga terukur. Perusahaan harus memastikan bahwa permintaan pasar dan solusi yang ditawarkan cocok. Dengan kata lain, *Product-Market Fit* menggambarkan kondisi di mana produk atau layanan dapat secara efektif memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar. Embellish Beads menggunakan data survei online berupa kuesioner untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan selaras dengan asumsi perusahaan tentang keinginan, kebutuhan, dan masalah yang dihadapi pengunjung. Penulis menggunakan *tools Javelin Board* untuk memvalidasi ide bisnis Embellish Beads. *Javelin Board* adalah *tools/framework* yang biasa digunakan oleh startup untuk memvalidasi ide berdasarkan keinginan pengguna (*User-Centered Design*) menurut Wiguna (2011). Validasi ide bisnis Embellish Beads menggunakan metode ini dengan kriteria keberhasilan 99%, dengan asumsi 127 orang sangat tertarik dan 71 orang dari 200 responden tertarik dengan ide bisnis yang ditawarkan Embellish Beads.

Target utama Embellish Beads ditargetkan pada wanita berusia 15 - 30 tahun yang berasal dari Jakarta dan wilayah sekitar Bandung Raya (Kota Bandung, Kota Cimahi, Kab. Bandung, dan Kab. Bandung Barat). Target ini telah divalidasi melalui survei online berupa kuesioner yang dibagikan kepada 200 responden, yang terdiri dari masyarakat Jakarta dan Bandung Raya, serta pria dan wanita berusia 15



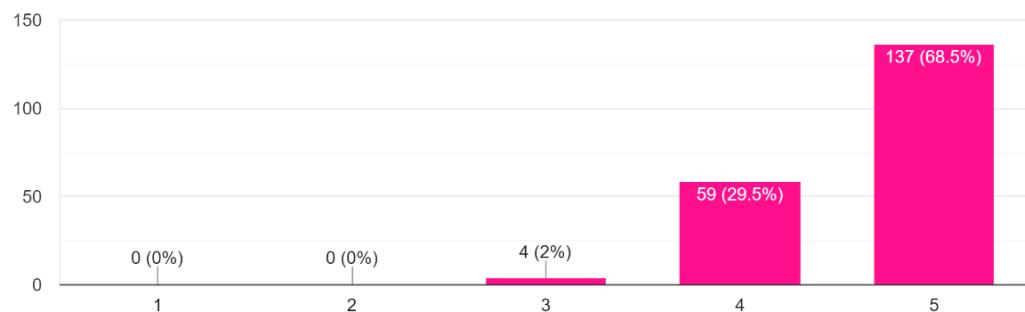


- 40 tahun. Dari responden tersebut, didominasi oleh wanita dengan mayoritas usia 15 - 30 tahun sebanyak 167 orang (83,5%) dari total responden.

Hasil dari kuesioner tersebut, sebanyak 137 (68,5%) responden merasa lebih percaya diri jika menggunakan aksesoris hasil dari kerajinan tangan yang mereka buat sendiri, sebanyak 127 (63,5%) responden tertarik dengan kegiatan merangkai manik - manik, dan sebanyak 129 (64,5%) responden menilai bahwa kegiatan kerajinan tangan merupakan suatu kegiatan yang produktif.

Apa anda merasa lebih percaya diri jika menggunakan aksesoris hasil dari kerajinan tangan yang anda buat?

200 responses

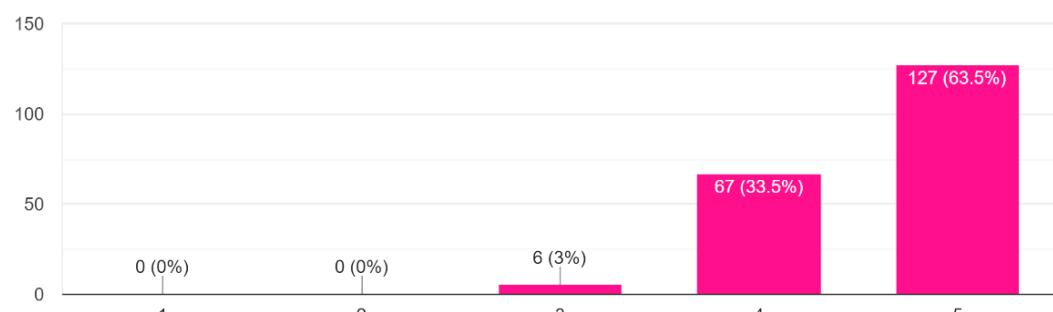


Tabel 3. 6 Hasil Kuisioner Post-Tes Percaya Diri

Sumber: Hasil Observasi 2024

Apakah anda tertarik dengan kegiatan merangkai manik - manik?

200 responses



Tabel 3. 7 Hasil Kuisioner Post-Tes Ketertarikan

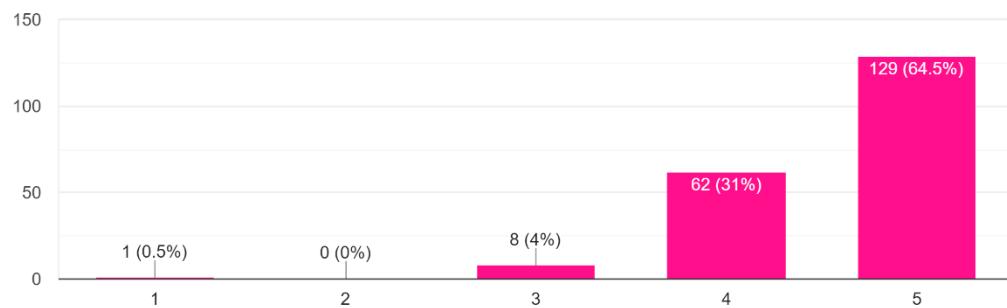
Sumber: Hasil Observasi 2024.





Menurut anda apakah melakukan kegiatan Kerajinan Tangan merupakan satu kegiatan yang produktif?

200 responses



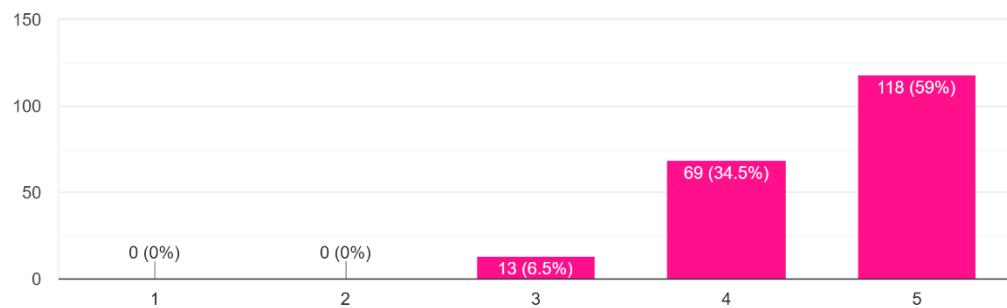
Tabel 3. 8 Hasil Kuisioner Post-Tes Aktifitas Produktif

Sumber: Hasil Observasi 2024.

Sebanyak 136 dari 200 orang (67.5%) responden menyatakan bahwa pentingnya ketenangan dan kenyamanan selama melakukan kegiatan kerajinan tangan. 144 orang (72%) responden menilai bahwa melakukan satu kegiatan di *coffe shop* yang memiliki pemandangan yang indah akan terasa lebih tenang, dan 126 orang (63%) responden menilai bahwa merasa nyaman jika melakukan kegiatan kerajinan tangan di *coffee shop*.

Jika dilakukannya kegiatan merangkai manik manik selama 3 jam, apakah anda nyaman dan setuju?

200 responses



Tabel 3. 9 Hasil Kuisioner Post-Tes Durasi Kegiatan

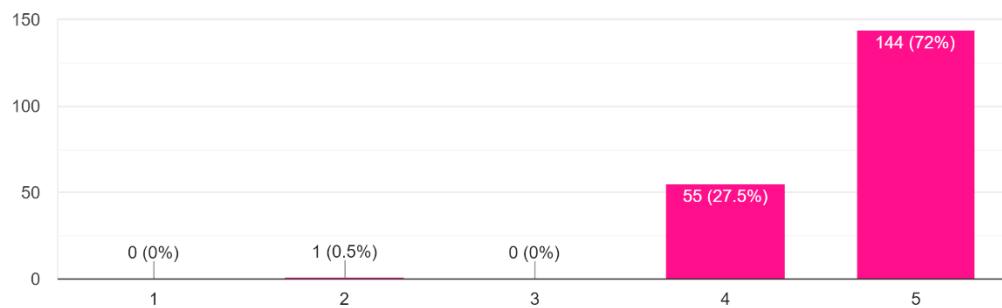
Sumber: Hasil Observasi 2024.





Apakah anda merasa tenang jika melakukan satu kegiatan di coffe shop yang memiliki pemandangan yang indah?

200 responses

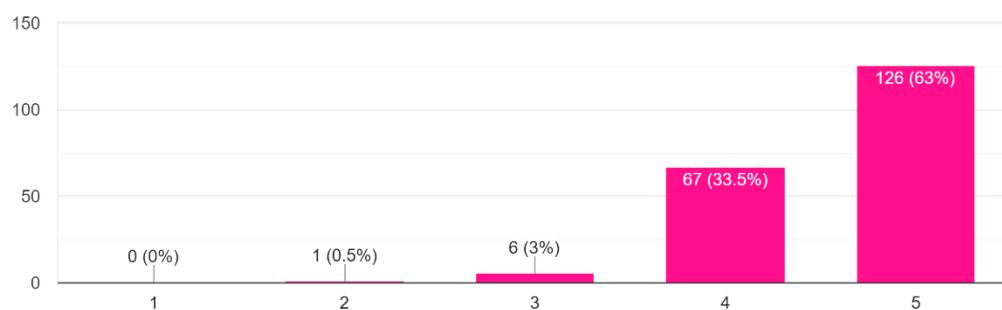


Tabel 3. 10 Hasil Kuisioner Post-Tes Preferensi Pasar

Sumber: Hasil Observasi 2024.

Apakah anda merasa nyaman jika melakukan kegiatan kerajinan tangan di coffee shop?

200 responses



Tabel 3. 11 Hasil Kuisioner Post-Tes Kenyamanan

Sumber: Hasil Observasi 2024.

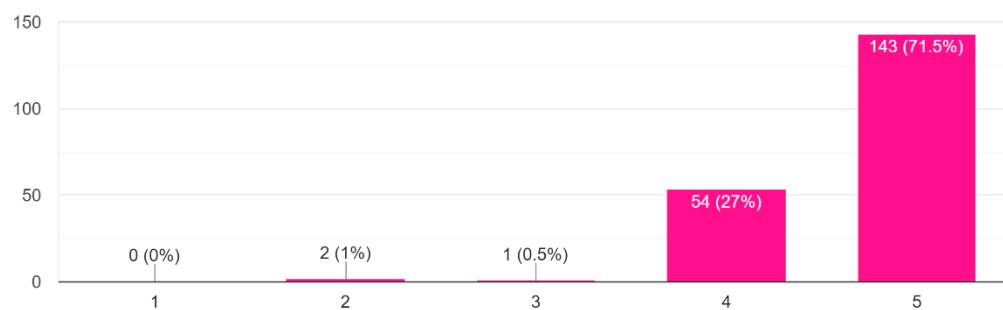
Sebanyak 143 orang (71.5%) responden sangat setuju jika kegiatan Embellish Beads layak di operasionalkan dan dengan penawaran yang di sediakan oleh Embellish Beads 127 orang (63.5%) responden sangat tertarik untuk mengikuti kegiatan Embellish Beads, sedangkan 71 orang (35.5%) responden tertarik untuk untuk mengikuti kegiatan Embellish Beads.





Dengan rancangan kegiatan tersebut, apakah layak kegiatan itu di operasionalkan?

200 responses

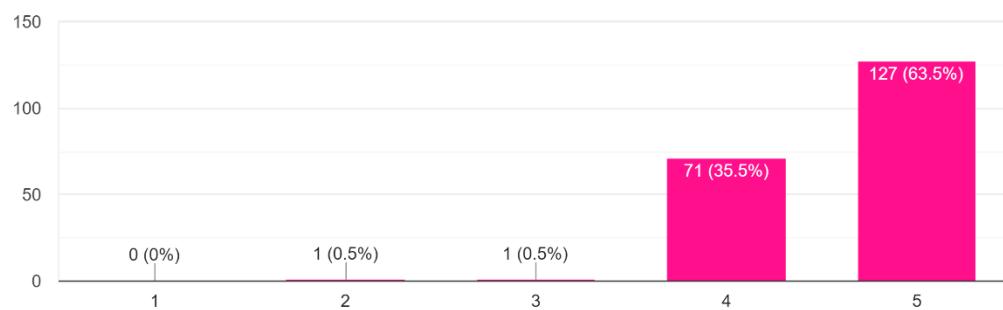


Tabel 3. 12 Hasil Kuisioner Post-Tes Kelayakan.

Sumber: Hasil Observasi 2024.

Dengan penawaran aktifitas yang di berikan, apakah anda tertarik mengikuti kegiatan tersebut?

200 responses



Tabel 3. 13 Hasil Kuisioner Post-Tes Ketertarikan.

Sumber: Hasil Observasi 2024.





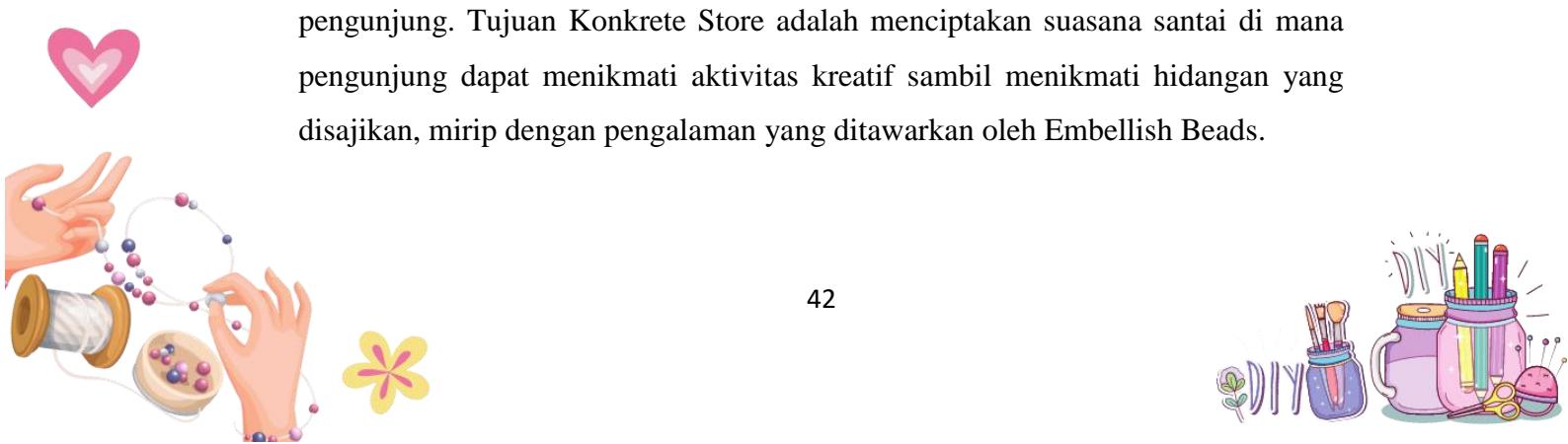
Javelin		Experiment Board				
Start here. Brainstorm with stickies, pull it over to the right to start your experiment.		Experiments				
Who is your customer? Be as specific as possible.		1 2 3 4 5				
Wanita usia 15-30 tahun	Jakarta dan wilayah Bandung Raya	Membutuhkan Aktifitas Rekreasi Tetapi Tetap Produktif	Customer	Wanita dari generasi Milenial dan Gen Z (15-30 tahun) di DKI Jakarta dan Bandung Raya	Memiliki Keterikatan Kepada Aktifitas kreatif	
What is the problem? Phrase it from your customer's perspective.		Time Limit: 10 Min				
Kebutuhan untuk aktivitas yang meningkatkan rasa percaya diri	Ingin terlihat stylish	Ingin Tetap mengikuti tren	Problem	Kebutuhan untuk aktivitas yang meningkatkan rasa percaya diri	Membutuhkan Aktivitas Rekreasi Tetapi Tetap Produktif	
Menginginkan kegiatan untuk melatih kreatifitas		Time Limit: 8 Min				
Define the solution only after you have validated a problem worth solving.		Time Limit: 8 Min				
Membuat aksesoris dengan model yang dapat di tentukan sesuai selera membuat lebih percaya diri dan stylish ketika menggunakannya	Mengikuti workshop yang sedang di gelar banyak orang seperti merangkai manik - manik.	Solution	Menghadirkan aktivitas rekreasi merangkai manik - manik yang produktif dan memiliki manfaat meningkatkan kreatifitas dan sebagai sarana meditatif.			
List the assumptions that must hold true, for your hypothesis to be true.		Time Limit: 10 Min				
melakukan kegiatan merangkai manik manik dapat menjadi kegiatan yang produktif karena dapat menambah wawasan dan mengembangkan skill	Riskiest Assumption	Menikmati aktivitas rekreasi yang seru di lokasi menarik sekaligus memperoleh manfaat kesehatan.				
Need help? Use these sentences to help construct your experiment.		Method & Success Criterion				
To form a Customer/Problem Hypothesis: I believe my customer has a problem achieving this goal.	Penyebarluasan Kuisisioner: Test sukses 198/200 (99%) responden tertarik dengan ide bisnis Embellish Beads					
To form your Assumption: In order for hypothesis to be true, assumption needs to be true.	GET OUT OF THE BUILDING!					
Determine how you will test it: The least expensive way to test my assumption is...	Result & Decision	127 (63,5%) Sangat tertarik mengikuti kegiatan Embellish Beads 71 (35,5%) Tertarik mengikuti kegiatan Embellish Beads				
Determine what success looks like: I will run experiment with # of customers and expect a strong signal from # of customers.		Learning				
Products that can attract this segment are those that meet the needs of this segment, namely providing a space for creative expression and relaxation.		Produk yang dapat menarik segmen ini menjawab kebutuhan segmen yaitu menghadirkan ruang untuk meningkatkan kreatifitas dan produktifitas. Yang memiliki manfaat meditatif.				

Gambar 3. 4 Javelin Board

Sumber: Hasil Observasi 2024.

C. Analisa Kompetitor

Embellish Beads memiliki beberapa pesaing, termasuk Craftsy Studio sebagai pesaing tidak langsung yang menawarkan berbagai workshop kerajinan tangan, termasuk merangkai manik - manik, dengan fokus pada pendidikan dan pengembangan keterampilan kreatif bagi pesertanya. Mereka menyediakan lingkungan yang mendukung pertukaran ide antara pengajar dan peserta, memungkinkan individu untuk mendalami teknik dan desain dalam membuat aksesoris dari manik - manik. Di samping itu, Konkrete Store menjadi pesaing langsung Embellish Beads dengan menawarkan pengalaman langsung merangkai manik - manik dalam suasana *coffe shop* yang nyaman. Mereka tidak hanya menyediakan ruang untuk berkreasi dengan manik - manik, tetapi juga menyuguhkan menu makanan dan minuman untuk menambah kesenangan pengunjung. Tujuan Konkrete Store adalah menciptakan suasana santai di mana pengunjung dapat menikmati aktivitas kreatif sambil menikmati hidangan yang disajikan, mirip dengan pengalaman yang ditawarkan oleh Embellish Beads.





Faktor	Embellish Beads	Pesaing 1: Craftsy Studio	Pesaing 2: Konkrete Store
Product & Service	Aktivitas merangkai manik - manik dan aksesoris di coffe shop yang nyaman dan pemandangan yang indah.	Workshop berbagai kerajinan tangan termasuk merangkai manik - manik	Aktivitas merangkai manik - manik serta coffe shop dengan menu makanan dan minuman
Price	Mulai dari Rp 100.000	Mulai dari Rp 150.000	Mulai dari Rp 100.000
Place	Serasa Eatery Lembang	Kota Bandung	Jakarta
Promotion	Website resmi, Sosial media, Kerjasama dengan influencer, Bundling Package, Diskon	Website resmi, Sosial media, Kerjasama dengan influencer	Website resmi, Sosial media, Diskon untuk wisatawan baru

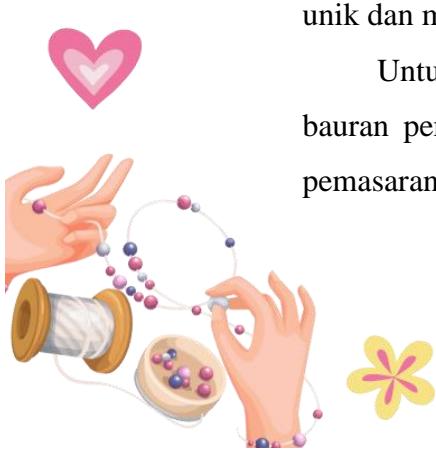
Tabel 3. 14 Analisa Kompetitor

Sumber: Hasil Observasi 2024.

Program Pemasaran

Tujuan utama dari pemasaran Embellish Beads adalah untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian calon pengunjung terhadap pengalaman unik yang ditawarkan di Serasa Eatery Lembang. Embellish Beads terletak di lingkungan alam pegunungan yang memukau, menciptakan suasana ideal untuk wisatawan melarikan diri dari kehidupan sehari - hari dan menikmati momen kreatif dan santai di tengah keindahan alam. Dengan strategi pemasaran yang berfokus pada menciptakan pengalaman yang tak terlupakan dan memanfaatkan keindahan alam dan pesona gunung putri sebagai daya tarik utama, Embellish Beads bertujuan untuk menjadi destinasi pilihan bagi mereka yang mencari ketenangan, inspirasi, dan kesempatan untuk mengekspresikan kreativitas mereka dalam suasana yang unik dan menakjubkan.

Untuk menyusun *Marketing Plan* Embellish Beads dalam menggunakan bauran pemasaran (4P), kita dapat memperdalam setiap elemen dari perspektif pemasaran yang lebih mendalam:





1. Product

Embellish Beads menggunakan metode 3 *level of product*, untuk menawarkan pengalaman yang lengkap kepada pengunjung:

- *Core Product*: Pengalaman Kreatif dan Kesenangan - pengunjung tidak hanya membeli paket - paket aktivitas, tetapi juga mendapatkan pengalaman berkreasi yang memuaskan dan membangkitkan kesenangan.
- *Actual Product*: Berbagai Paket Aktivitas - Termasuk paket merangkai manik - manik, membuat stiker, serta kombinasi lainnya. Ini memberikan pengunjung pilihan yang beragam untuk mengekspresikan kreativitas mereka.
- *Augmented Product*: Nilai Tambah dan Keuntungan Tambahan yaitu dukungan pengunjung, panduan, konten edukatif tentang kerajinan tangan, dan keanggotaan dengan manfaat seperti poin reward dan diskon khusus, semuanya bertujuan untuk meningkatkan nilai produk secara keseluruhan. Dan dengan adanya Rencana Pengembangan Produk dalam Rencana Bisnis Embellish Beads ini kedepannya akan memperluas koleksi produknya dengan mengembangkan produk aktifitas yang mengangkat tema kerajinan tangan berbahan tali, menambah nilai estetika dan fungsionalitas pada setiap kreasi. Menawarkan berbagai produk baru seperti hiasan dinding macrame dengan sentuhan manik - manik dan tas tali dengan manik-manik. Setiap produk dirancang dengan kreativitas, menggunakan bahan tali yang kuat dan ramah lingkungan, serta mempertahankan ciri khas Embellish Beads dengan sentuhan manik - manik yang elegan. Strategi pemasaran akan fokus pada *workshop* kreatif, promosi melalui media sosial, dan penjualan online, memastikan produk Embellish Beads tetap relevan dan diminati di pasar kerajinan tangan yang kompetitif.

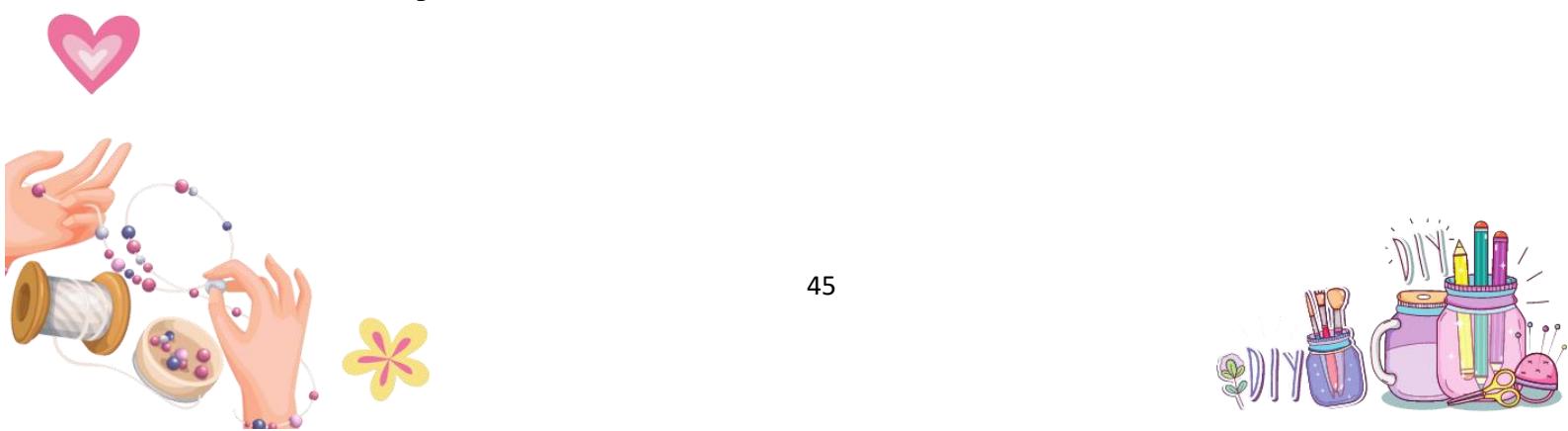




Gambar 3. 5 Hiasan Dinding dan Kerajinan Tangan Tas
Sumber: (Fitinline, 2021).

2. Place

Dengan menggunakan sistem booking online melalui WhatsApp pada awal peluncuran bisnis ini, Embellish Beads berharap untuk mempermudah proses pemesanan dan memberikan pelayanan yang cepat dan responsif kepada pelanggan. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah mengatur jadwal workshop dan memesan produk dari kenyamanan rumah mereka. Pada tahun berikutnya, Embellish Beads menargetkan untuk memperluas jangkauan pemesanan dengan bekerjasama dengan intermediaries ternama seperti Traveloka dan tiket.com. Melalui kemitraan ini, diharapkan pelanggan akan memiliki akses yang lebih luas dan kemudahan dalam menemukan serta memesan aktivitas kreatif yang ditawarkan oleh Embellish Beads, sehingga memperkuat posisi kami di pasar dan meningkatkan jumlah pelanggan yang berpartisipasi dalam *workshop* dan membeli produk kami.





3. Price

Penetapan harga pada aktivitas Embellish Beads menggunakan metode *Value-Based Pricing* dimana penentuan ini didasari dengan pertimbangan keadaan pasar dan keinginan konsumen. Rincian harga untuk masing - masing paket adalah sebagai berikut.

Paket	Harga
Week Day	
Package Aktifitas Merangkai Manik - Manik Week Day	Rp 100.000
Package Aktifitas Membuat Stiker	Rp 100.000
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker	Rp 125.000
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker dan Free Membawa 5 Barang Di Etalase	Rp 150.000
Week End	
Package Aktifitas Merangkai Manik - Manik	Rp 125.000
Package Aktifitas Membuat Stiker	Rp 125.000
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker	Rp 150.000
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker dan Free Membawa 5 Barang Di Etalase	Rp 175.000

Tabel 3. 15 Price

Sumber: Hasil Observasi 2024.

4. Promotion

Strategi promosi Embellish Beads dirancang untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik wisatawan potensial:

- Media Sosial: Memanfaatkan *platform* seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan produk, berbagi konten edukatif, dan berinteraksi langsung dengan wisatawan.
- *Influencer Marketing*: Menggandeng *influencer* untuk meningkatkan eksposur merek di kalangan target pasar yang *relevan*.

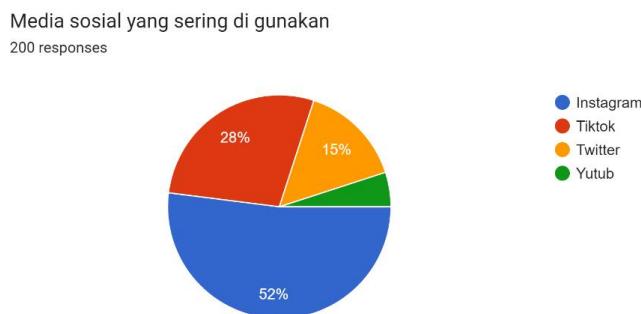




- *Voucher Diskon*: Menyebarluaskan voucher diskon melalui media sosial untuk menarik perhatian dan mendorong konversi dari penggemar aktivitas kreatif.
- *Program Keanggotaan*: Meluncurkan program keanggotaan dengan poin *reward* yang dapat ditukar dengan produk gratis atau diskon, serta kartu loyalitas untuk memberikan insentif kepada wisatawan setia.

D. Media Pemasaran

Media pemasaran yang akan digunakan oleh Embellish Beads online. Fokus utama pada media online adalah TikTok dan Instagram, berdasarkan hasil survei online yang menunjukkan bahwa 52% dari 200 responden sering menggunakan Instagram untuk mencari informasi mengenai tempat rekreasi, sedangkan 28% responden menggunakan TikTok. Penggunaan media sosial oleh Embellish Beads akan mencakup iklan media sosial, kolaborasi dengan *influencer*, dan interaksi aktif dengan calon pengunjung. Embellish Beads juga akan mengembangkan konten informatif tentang aktivitas yang dapat dilakukan di tempat ini, serta menyajikan informasi tentang *event* dan promo menarik untuk menarik minat pengunjung potensial.



Gambar 3. 6 Media Sosial

Sumber: Hasil Observasi 2024.



E. Proyeksi Penjualan

Embellish Beads telah merancang proyeksi penjualannya setiap tahun melalui tabel berikut, yang mencakup penjualan tiket pada hari kerja dan akhir pekan.

Item Description	Year 1					Year 2 Revenue		Year 3 Revenue		Year 4 Revenue		Year 5 Revenue	
	Occupancy	Optimum Quantity	Kuantitas (pax)	Price	Revenue								
Week Day													
Package Aktifitas Merangkai Manik - Manik Week Day	35%	768	269	Rp 100.000	Rp 26.880.000	Rp 28.232.064	Rp 29.652.137	Rp 31.143.639	Rp 32.710.164				
Package Aktifitas Membuat Stiker	35%	768	269	Rp 100.000	Rp 26.880.000	Rp 28.232.064	Rp 29.652.137	Rp 31.143.639	Rp 32.710.164				
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker	40%	1.536	614	Rp 125.000	Rp 76.800.000	Rp 80.663.040	Rp 84.720.391	Rp 88.981.827	Rp 93.457.612				
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker dan Free Membawa 5 Barang Di Etalase	50%	1.536	768	Rp 150.000	Rp 115.200.000	Rp 120.994.560	Rp 127.080.586	Rp 133.472.740	Rp 140.186.419				
Week End													
Package Aktifitas Merangkai Manik - Manik	50%	384	192	Rp 125.000	Rp 24.000.000	Rp 25.207.200	Rp 26.475.122	Rp 27.806.821	Rp 29.205.504				
Package Aktifitas Membuat Stiker	50%	384	192	Rp 125.000	Rp 24.000.000	Rp 25.207.200	Rp 26.475.122	Rp 27.806.821	Rp 29.205.504				
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker	60%	768	461	Rp 150.000	Rp 69.120.000	Rp 72.596.736	Rp 76.248.352	Rp 80.083.644	Rp 84.111.851				
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker dan Free Membawa 5 Barang Di Etalase	70%	768	538	Rp 175.000	Rp 94.080.000	Rp 98.812.224	Rp 103.782.479	Rp 109.002.738	Rp 114.485.575				
Total				Rp 456.960.000	Rp 479.945.088	Rp 504.086.326	Rp 529.441.868	Rp 556.072.794					
		Kapasitas	Sesi	Hari	Minggu	Occupancy		Total Pengunjung					
								Total 1 Hari	Total 1 Minggu			Total 1 Bulan	
Week Day													
Package Aktifitas Meronce Week	2	2	4	4	35%		1		6		22		
Package Aktifitas Membuat Stiker	2	2	4	4	35%		1		6		22		
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker	4	2	4	4	40%		3		13		51		
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker dan Free Membawa 5 Barang Di Etalase	4	2	4	4	50%		4		16		64		
Total					10		40		160				
Week End													
Package Aktifitas Meronce Week	2	2	2	4	50%		2		4		16		
Package Aktifitas Membuat Stiker	2	2	2	4	50%		2		4		16		
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker	4	2	2	4	60%		5		10		38		
Package Aktifitas Meronce + Membuat Stiker dan Free Membawa 5 Barang Di Etalase	4	2	2	4	70%		6		11		45		
Total					14		29		115				

Tabel 3. 16 Proyeksi Penjualan

Sumber: Hasil Observasi 2024.

