

BAB III

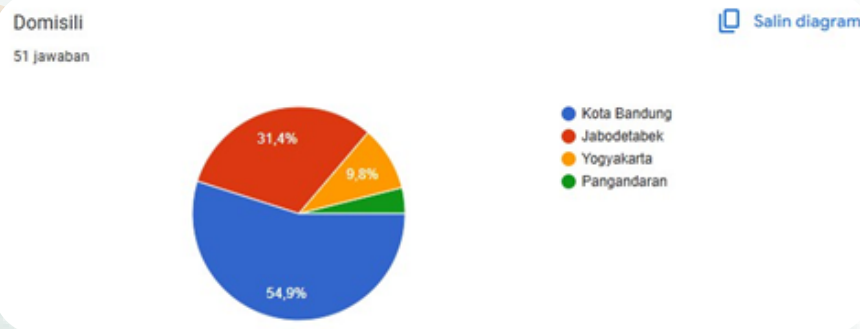
RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar

1. Analisis Survei

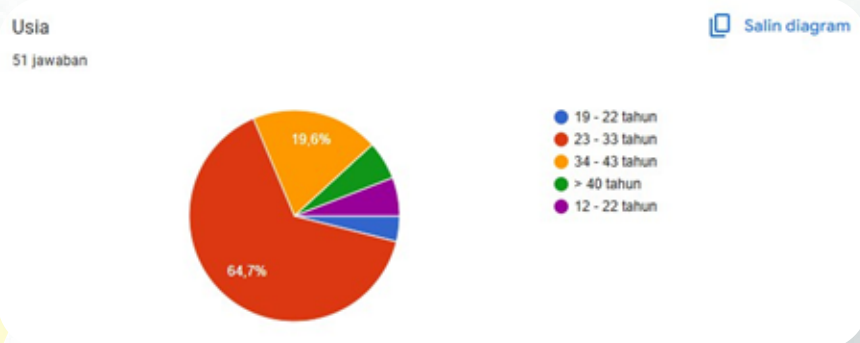
AquaÉlan Spa akan dikembangkan di Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat, yang memiliki potensi besar di sektor pariwisata dari berbagai level wisatawan, termasuk wisata desa, petualangan, hingga wellness, berdasarkan hasil survei dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pangandaran.

Hal ini menjadikan wellness SPA dan Yoga di AquaÉlanSpa dirancang dalam suasana nyaman ala Bali di salah satu villatelpertama yang ada di Pangandaran, yaitu The Allure Villas Grand Pangandaran.



Gambar 15. Data tentang Domisili responden
Sumber : Olahdata, 2025

Target market AquaÉlan Spa berasal berasal dari Jabodetabek, Yogyakarta, dan Bandung, berdasarkan hasil kuesioner yang telah divalidasi. 54,9% responden berasal dari Kota Bandung, disusul 31,4% berasal dari Jabodetabek. Hal ini sesuai dengan target market AquaÉlan Spa.



Gambar 16. Data Tentang Usia responden
Sumber : Olahdata, 2025

64,7% responden berusia 23 - 33 tahun, disusul 19,6% 34 - 43 tahun, hal ini sesuai dengan target market AquaÉlan Spa.

2. Segmenting

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar berdasarkan karakteristik, perilaku, atau kebutuhan konsumen untuk memenuhi permintaan mereka secara lebih tepat. Jenis-jenis segmentasi mencakup perilaku, demografis, geografis, dan psikografis, yang digunakan untuk memahami pasar, pesaing, meningkatkan layanan, mengevaluasi bisnis, dan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran (Telkom,2023).



Berikut segmenting pasar dari AquaÉlan Spa :

Segmen Kelas Menengah - Menengah ke Atas	
Segmen Kelas Menengah	Karakter : Pasar kelas menengah memiliki daya beli yang cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar dan sebagian kebutuhan sekunder. Mereka berhati-hati dalam pengeluaran namun bersedia membayar lebih untuk kualitas dan kenyamanan. Konsumen ini mencari nilai terbaik dari suatu produk (<i>value for money</i>), suka promo, dan mengutamakan keseimbangan antara harga dan kualitas. Mereka aspiratif, ingin naik kelas sosial, dan konsumtif terhadap produk yang mencerminkan status dan gaya hidup modern. Mereka juga peduli terhadap pendidikan dan pengembangan diri, aktif secara digital, serta banyak dipengaruhi oleh tren online dan ulasan. Gaya hidupnya urban, praktis, dan menyukai kemudahan. Meski tidak selalu memilih merek mahal, mereka cukup brand- conscious dan setia pada merek yang dinilai berkualitas dan sesuai citra diri.
Segmen Kelas Menengah Atas	Karakter : Pasar menengah ke atas memiliki daya beli tinggi dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, lebih mengutamakan kualitas, kenyamanan, dan kesan eksklusif. Konsumsi mereka didorong oleh gaya hidup prestise dan citra diri yang elegan. Mereka menuntut standar tinggi dalam produk maupun layanan, serta loyal pada merek dengan reputasi kuat. Konsumen kelas menengah ke atas menyukai efisiensi dan kenyamanan, sering menggunakan layanan premium dan teknologi canggih. Mereka berpendidikan, terbuka pada inovasi, dan memiliki orientasi global, bisa dilihat dari preferensi pada produk impor, traveling, serta ketertarikan terhadap budaya internasional dan gaya hidup kelas atas.

Tabel 17. Segmentasi Pasar AquaÉlanSpa
 Sumber : Olahan Penulis, 2025



3. Targeting

Target dari AquaÉlan Spa terdiri dari beberapa bentuk market, yaitu :

a. Market Size

Keterangan	Kode	%	Jumlah	Profile Segmen
Total Addressable Market	TAM	100%	47,850.000 juta	Gen Y & Gen Z kelas Menengah - Kelas menengah ke atas dari daerah Jawa Barat dan Jabodetabek
Segmented Addressable Market	SAM	21%	10.048.000 Juta	Gen Y & Gen Z kelas Menengah - Kelas menengah ke atas sebagai Pekerja profesional dan minat terhadap liburan sehat
Share of The Market	SOM	10%	1.004.850 Juta	Gen Y & Gen Z kelas Menengah - Kelas menengah ke atas daerah Jawa Barat Yang memiliki pekerjaan sebagai Pekerja profesional dan minat terhadap liburan yang sehat

Tabel 18. TAM SAM SOM

- *Total Addressable Market (TAM)* : Jumlah market size Gen Y dan Gen Z usia 22 - 70 tahun kelas menengah sampai menengah ke atas dari daerah Jabodetabek dan Jawa Barat dengan jumlah Rp 47.850.000 (Badan Pusat Statistik, 2023 - 2024).
- *Total Segmented Addressable Market (SAM)* : Jumlah market size Gen Y dan Gen Z usia 22 - 70 tahun kelas menengah sampai kelas menengah ke atas sebagai pekerja profesional dan minat terhadap liburan yang sehat sekitar 67% Gen Z dan 41% Gen Y dengan jumlah Rp 10.048.000 (Badan Pusat Statistik & Ferrika Lukmana Sari, 2024).

- *Total Share of The Market (SAM)* : Jumlah market size Gen Z & Gen Y usia 22 - 70 tahun kelas menengah sampai menengah ke atas daerah Jawa Barat yang memiliki pekerjaan sebagai pekerja profesional dan minat terhadap liburan yang sehat sebanyak Rp 1.004.850 (Badan Pusat Statistik, 2024).

b. Market Growth

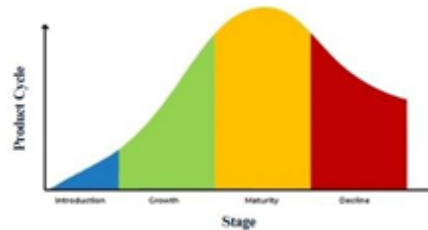
Ukuran pasar layanan spa di Indonesia diperkirakan mencapai USD 1.491,4 miliar pada tahun 2024 (*Horizon Grand Research, 2024*) dan diprediksi akan meningkat dari USD 21,5 miliar. miliar pada tahun 2025 (*Bali wellness and beauty, 2025*).



$$\text{Market Growth Rate} = \frac{\text{Market Size Tahun ini} - \text{Market Size Tahun lalu}}{\text{Market Size Tahun lalu}} \times 100\%$$

$$\frac{\text{USD 21,5 miliar} - \text{USD 1.491,4 miliar}}{\text{USD 1.491,4 miliar}} \times 100\% = 20,01\%$$

Gambar 17. Market Growth



Gambar 18. Product Life Cycle
Sumber : Olahdata, 2025

Hal ini terbukti, bahwa Market Growth industri wellness spa memiliki pertumbuhan pangsa pasar yang cukup tinggi sebesar 20,01% dari tahun 2024 sampai tahun 2025. Dengan ukuran pasar diperkirakan mencapai USD 21,5 miliar pada tahun 2025.

4. Positioning

Positioning yang dilakukan yaitu untuk menciptakan persepsi yang jelas dan unik di benak konsumen tentang AquaÉlan Spa dibandingkan dengan pesaing.

Tagline AquaÉlan Spa : “Grace in Every Touch, Clam in Every Drop”	
Target Market <i>AquaÉlan Spa</i>	1. Family, pasangan atau individu yang menyehatkan, menenangkan dan menyenangkan 2. Gen Z & Gen Y dengan kelas menengah sampai menengah atas yang mencari sensasi relaksasi
Brand <i>AquaÉlan Spa</i> :	<i>AquaÉlan Spa</i> merupakan sebuah spa yang memposisikan dirinya sebagai industri wellness spa premium yang memadukan kekuatan laut melalui thalassotherapy dan kebebasan udara lewat yoga untuk menghadirkan pengalaman relaksasi holistik yang menyentuh tubuh, pikiran dan jiwa. Identitas brand <i>AquaÉlan Spa</i> di bangun dari perpaduan dua elemen utama, yaitu : • “Aqua” yang melambangkan kesegaran, ketenangan, penyembuhan dan kehidupan. • “Élan” menekankan semangat dan energi hidup.



Frame of Reference AquaÉlan Spa :	<i>AquaÉlan Spa</i> adalah tempat kebugaran berkonsep unik yang menggabungkan Thalassotherapy dan Yoga, yang menyasar segmen pecinta wellness premium. Dengan lokasi strategis dekat Jabodetabek , Jawa Tengah dan Kota Bandung, serta harga yang kompetitif. AquaÉlan Spa menawarkan pengalaman spa dan yoga eksklusif yang berfokus pada kebugaran menyeluruh.
Differentition AquaÉlan Spa :	<i>AquaÉlan Spa</i> terletak pada pengalaman wisata terpadu dan khas dengan menggabungkan treatment Thalassotherapy dan Yoga. Yoga dengan konsep gravitasi dan yoga unik di kolam renang dengan lingkungan yang memiliki suasana bali, dengan udara yang tenang dan sejuk. Hal ini menjadi nilai tambah yang cukup sulit untuk ditiru oleh pesaing.
Reason to Belive AquaÉlan Spa :	Dengan adanya rencana bisnis <i>AquaÉlan Spa</i> di The Allure Villas Grand Pangandaran melalui ulasan google review, instagram, dan tiktok menjadi bukti sosial yang dapat memperkuat kepercayaan calon konsumen. Melalui testimoni dari konten - konten yang diberikan menunjukan bahwa produk lain dan layanan yang telah diberikan memberikan kepuasan, pengalaman seru dan juga pelayanan yang profesional bagi konsumen.

Tabel 19. Positioning AquaÉlan Spa
Sumber : Olahdata, 2025

B. Analisis Product Market Fit

Product market fit adalah skenario dalam bisnis yang membuat pelanggan membeli, menggunakan, dan merekomendasikan kepada orang lain tentang suatu produk. Produk AquaÉlan Spa cocok atau sesuai kebutuhan pasar, konsumen atau pelanggan suka, dan mereka dengan senang hari memberitahu orang lain keunggulan produk AquaÉlan Spa (Annisa Novadila, 2023).

Experiments	1	2	3
Customer	Gen Z dan Gen Y profesional dari Jabodetabek dan Bandung, yang berasal dari kelas menengah hingga menengah atas, cenderung memilih traveling yang tidak hanya menghibur, tetapi juga menyehatkan tubuh dan pikiran		
Problem	Sulit menemukan wisata eksklusif dan premium yang ada di Pangandaran	Terbatasnya pilihan aktivitas yang menyenangkan tetapi juga meningkatkan kebugaran	Sulitnya menemukan informasi mengenai wisata wellness spa atau Yoga
Solusion	Membuat aktivitas Spa dan Yoga dengan konsep yang unik, yaitu Spa dengan Treatment Thalassotherapy dan Aquatic exercise, sehingga memberikan informasi yang tersampaikan dengan sangat baik. Untuk wellness spa dan Aquatic exercise ini dilakukan di villa dengan lingkungan yang memberikan vibes bali.		

Riskiest Assumption	Market dari daerah jabodetabek dan kota bandung tertarik datang ke pangandaran untuk menikmati wellness spa dan yoga	Sulit mencari informasi mengenai wellness	Market ingin melakukan wellness spa dan yoga di Pangandaran
Method & Success Criterion	Kuesioner sukses 90% mengatakan masalahnya ini valid	Kuesioner sukses jika 80% mengatakan masalah itu valid	Kuesioner sukses jika 60% mengatakan masalah ini valid
Get Out of The Building			
Result & Decision	99% mengatakan masalah ini valid	99% mengatakan masalah ini valid	60% mengatakan masalah ini valid
Learning	Konsumen menyukai wisata wellness seperti spa dan yoga, sehingga mereka menginginkan kemudahan dalam mendapatkan informasi terkait	Banyak wellness spa dan yoga tersedia di Bandung dan Yogyakarta, namun konsumen menginginkan wisata wellness eksklusif dan premium yang lebih dekat, seperti di Pangandaran	Banyak wellness spa dan juga yoga yang kurang memperhatikan preferensi konsumen. Sehingga konten yang ada kurang menarik konsumen dan kurang relevan dengan kebutuhan serta ekspektasi konsumen.

Tabel 20. Javelin Board AquaÉlan Spa
Sumber : Olahdata, 2025

C. Analisis Kompetitor

AquaÉlan Spa menganalisis kompetitor untuk mengetahui posisi bisnisnya di industri wellness dan pariwisata Pangandaran, termasuk membandingkan keunggulan spa relaksasi premium. Berikut analisis kompetitor :

	Nama Bisnis	Kompetitor 1	Kompetitor 2	Kondisi Saat Ini (Tanpa Kompetitor)
Aspects				Belum ada spa dan yoga konsep Thalassotherapy & yoga dengan pemanfaatan gravitasi dan yoga di kolam renang di area Grand Pangandaran bahkan semua daerah yang ada di Pangandaran

Location	Kawasan Grand Pangandaran No. Kav. 15 Wonoharjo, Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat 46396	-	-	Potensi lokasi strategis di dekat pusat wisata Pangandaran
Market Segment	Gen Y & Gen Z Level Kelas Menengah dan Menengah Ke Atas Tamu/konsumen lokal dari luar kota (Bandung, Jabodetabek) sampai tamu/konsumen mancanegara	-	-	Target segmen kelas menengah sampai kelas menengah ke atas
Product and Service	Spa yang memiliki konsep Thalassotherapy dan juga menggabungkan program Yoga gravitasi dan yoga di kolam renang	-	-	Peluang besar untuk menawarkan layanan spa dan yoga berkualitas
Price	Harga jual ditentukan dari Value-Based Pricing dan juga melihat target market yang memiliki daya beli tinggi. • Sea Salt Scrub : Rp 100.000 • Algae Body Wrap : Rp 100.000 • Marine Collagen Facial : Rp 100.000 • Ocean Breeze Aromatherapy Massage : Rp 100.000 • Shell Massage : 100.000 • FloatFit Yoga : 80.000 - 150.000 • Aquanatal Yoga : 200.000 - 250.000 • Aqua Zumba : 80.000 - 200.000 Package : • AquaÉlan Thalasso Retreat Package (Paket Eksklusif) : Rp 500.000 / 2 - 3 jam • Seaweed Slimming Wrap : Rp 200.000 - Rp 650.000 / ± 60 - 90 menit • Ocean Salt Revival: Rp 250.000 - Rp 400.000 / ± 45 - 60 menit • Sea Glow Facial : Rp 200.000 – Rp 450.000 / ± 60 Menit • Marine Detox Ritual: Rp 200.000 – Rp 750.000 / ± 90 Menit	-	-	Bisa menetapkan harga kompetitif dan edukasi nilai produk
Place	Reservasi Online : • WhatsApp • Instagram • Website • Traveloka/Tiket.com Reservasi Offline : • Datang langsung ke resepsionis AquaÉlan Spa • Travel Agent	-	-	-

Promotion	Promosi Offline : • Sales Visit (Travel Agent) • Baliho • Umbul - umbul Promosi Online : • Influencer / Artis • Sosial Media (Instagram dan Tiktok) • Website Resmi	-	-	Bisa berkolaborasi dengan The Allure Villas Grand Pangandaran (villatel pertama di Pangandaran), selain itu juga dapat berkolaborasi dengan travel agent.
Differential Competitiveness	AquaÉlan Spa memiliki keunggulan diferensial melalui konsep Thalassotherapy dan Yoga, serta berlokasi di lingkungan bernuansa Bali yang terintegrasi langsung dengan akomodasi villa, sehingga memberikan pengalaman wellness eksklusif dan mudah diakses oleh tamu	-	-	-

Tabel 21. Analisis Kompetitor AquaÉlanSpa
Sumber : Olahdata, 2025

D. Program Pemasaran

Program pemasaran AquaÉlan Spa menggunakan konsep *marketing mix 4P* (produk, harga, tempat, dan promosi) dengan perencanaan terstruktur yang mencakup strategi, tujuan, dan aktivitas promosi untuk menjangkau target pasar dan mencapai tujuan bisnis (Kotler, P., & Keller, K. L. , 2016).

1. Product

Produk elemen pertama dalam 4Ps mix marketing. Ini berkaitan dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh bisnis. Hal ini Penting untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam mengembangkan produk yang tepat untuk pasar yang dituju. Kotler & Keller menyebutkan bahwa tingkatan produk di marketing mix terdapat 3 tingkatan, yaitu *Core Product*, *Actual Product* dan *Augmented Product*, yaitu :

Core Product
AquaÉlan Spa memberikan manfaat dan pengalaman relaksasi total, penyembuhan alami, dan peningkatan kesejahteraan yang dirasakan pelanggan melalui pengalaman spa berbasis thalassotherapy dan program yoga yang menenangkan tubuh dan pikiran.

Actual Product
Product AquaÉlan Spa mencakup layanan spa berbasis thalassotherapy seperti Seaweed Wrap, Ocean Salt Scrub, dan Marine Detox, serta program Yoga yang dilakukan di outdoor dan juga dilengkapi fasilitas premium seperti ruangan spa eksklusif, aromaterapi, musik relaksasi, dan peralatan berkualitas tinggi.
Augmented Product
AquaÉlan Spa meliputi layanan tambahan seperti welcome drink herbal, cemilan sebelum melakukan treatment, konsultasi kesehatan ringan sebelum treatment, area lounge bernuansa Bali, pemesanan online yang mudah,serta paket keanggotaan (membership) dan promo eksklusif bagi tamu villa yang menginap di kawasan spa.

Tabel 22. Level of Product AquaÉlan Spa
Sumber : Olahdata, 2025



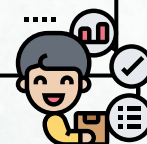
2. Price

Bisnis AquaÉlan Spa menetapkan harga yang dirancang secara strategis dengan pendekatan *Value - Based Pricing*. Harga treatment dibedakan menjadi 2 kategori yaitu harga satuan dan harga package. Karena menawarkan konsep unik (*thalassotherapy* dan yoga gravitasi dan yoga dikolam renang) serta pengalaman premium, AquaÉlan dapat menetapkan harga yang mencerminkan manfaat eksklusif tersebut, bukan hanya biaya operasional.

a. Berikut harga satuan dari produk AquaÉlan Spa :

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
Sea Salt Scrub	- Welcome Drink + cemilan - Sea Salt Scrub/ Marine Salt Body Scrub (Eksfoliasi seluruh tubuh menggunakan garam laut untuk mengangkat sel kulit mati dan merangsang sirkulasi) - Minuman herbal sebagai penutup	Durasi ± 30 menit	Rp 100.000
Algae Body Wrap	- Welcome Drink + cemilan - Algae Body Wrap (Balutan rumput laut yang membantu detoksifikasi, melembabkan, dan mengencangkan kulit) - Minuman herbal sebagai penutup	Durasi ± 45 menit	Rp 100.000

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
Marine Collagen Facial	• Welcome Drink + cemilan • Marine Collagen Facial (Perawatan wajah yang menghidrasi, mengencangkan, dan mencerahkan kulit menggunakan kolagen laut) • Minuman herbal sebagai penutup	Durasi ± 45 menit	Rp 100.000
Ocean Breeze Aromatherapy Massage	• Welcome Drink + cemilan • Ocean Breeze Aromatherapy Massage (Pijat relaksasi seluruh tubuh dengan minyak aroma laut untuk menenangkan pikiran dan meleaskan otot) • Minuman herbal sebagai penutup	Durasi ± 60 menit	Rp 100.000
Shell Massage	• Welcome Drink + cemilan • Shell Massage (Pijat unik menggunakan kerang hangat yang memberikan relaksasi mendalam dan meningkatkan sirkulasi) • Minuman herbal sebagai penutup	Durasi ± 45 menit	Rp 100.000



Tabel 23. Price produk treatment spa satuan AquaÉlan Spa
Sumber : Olahdata, 2025

b. Berikut harga package treatment SPA AquaÉlan Spa :

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
Marine Detox Ritual	• Welcome Drink + cemilan • Garam Laut + seaweed body scrub • Marine body scrub • Full body massage dengan minyak mineral laut • Minuman herbal sebagai penutup	Durasi ± 90 menit	Rp 200.000
Sea Glow Facial	• Welcome Drink + cemilan • Pembersihan wajah dengan pembersih berbasis laut • Alage & Collagen marine mask • Marine Collagen Facial dan juga pengaplikasian serum laut • Minuman herbal sebagai penutup	Durasi ± 60 menit	Rp 200.000
Ocean Salt Revival	• Welcome Drink + cemilan • Foot soak garam laut & Lavender • Full body scrub laut • Back & shoulder massage • Minuman herbal sebagai penutup	Durasi ± 45 menit - 60 Menit	Rp 250.000
Seaweed Slimming Wrap	• Welcome Drink + cemilan • Body Wrap dengan pasta rumput laut • Baluran Pengencang dari clay laut • Light Massage • Minuman herbal sebagai penutup	Durasi ± 60 menit - 90 menit	Rp 200.000

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
AquaÉlan Thalasso Retreat Package (Paket Eksklusif)	• Welcome Drink + cemilan • Full body marinescrub + seaweed wrap • Facial Alga • Foot Reflexology • Healthy lunch +Drink	Durasi ± 2 - 3 Jam	Rp 500.000

Tabel 24. Price package treatment spa AquaÉlan Spa
Sumber : Olahdata, 2025

c. Berikut Harga FlaotFit Yoga :

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
FloatFit Yoga Reguler	Akses kolam, papan apung (AquaBase), instruktur bersertifikat	±45–60 menit	Rp 80.000
FloatFit Yoga Grup (3–6 orang)	Akses kolam, papan apung, instruktur, minuman ringan	±60 menit	Rp 80.000 – Rp 150.000/orang
Paket 4x Kelas Reguler	Sama dengan reguler, berlaku 1 bulan	4 sesi @ ±60 menit	Rp 200.000 – Rp 500.000
Workshop FloatFit (Event Khusus)	Kolam hotel/resort, papan apung, snacks, goodie bag, dokumentasi	±90–120 menit	Rp 150.000 – Rp 300.000

Tabel 25. Price produk FlaotFit Yoga AquaÉlanSpa
Sumber : Olahdata, 2025

d. Berikut Harga Aquanatal Yoga :

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
Aquanatal Private (1-on-1)	Kolam privat, instruktur khusus ibu hamil, pemantauan tekanan ringan	±60 menit	Rp 200.000 – Rp 300.000
Paket 4x Kelas Reguler	Sama dengan reguler, berlaku 1 bulan	4 sesi @ ±60 menit	Rp 250.000 – Rp 500.000

Tabel 26. Price produk Aquanatal Yoga AquaÉlanSpa
Sumber : Olahdata, 2025

e. Berikut Harga Aqua Zumba :

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
Aqua Zumba Reguler	Akses kolam renang, instruktur bersertifikat Zumba Aqua, sound system	±45–60 menit	Rp 80.000 – Rp 150.000
Aqua Zumba Event/Workshop	Kolam hotel/resort, infused water/snack, dokumentasi, goodie bag (jika ada)	±60–90 menit	Rp 80.000 – Rp 200.000
Paket 4x Aqua Zumba Reguler	Sama dengan kelas reguler, berlaku 1 bulan	4 sesi	Rp 200.000 – Rp 500.000
Aqua Zumba Corporate/Group Booking	Akses eksklusif kolam, instruktur, peralatan musik, paket grup 5–15 orang	±60–75 menit	Rp 350.000 – Rp 500.000/grup

Tabel 27. Price produk AquaZumba AquaÉlanSpa
Sumber : Olahdata, 2025

f. Berikut Harga Hydrotherapy Kids :

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
Toddler Hydrotherapy (1–3 tahun)	,Pelampung leher/lengan, mainan air, terapi sensorik	30–40 menit	Rp 80.000 – Rp 150.000
Aquatic Play Therapy	Kolam interaktif dengan permainan edukatif, terapis anak, perlengkapan mandi	45–60 menit	Rp 80.000 – Rp 150.000
Aqua Yoga Kids	Instruktur bersertifikat, kolam, matras air, permainan ringan	45–60 menit	Rp 100.000 – Rp 250.000

Tabel 28. Price produk Hydrotherapy Kids AquaÉlanSpa
Sumber : Olahdata, 2025

g. Berikut Harga Aqua Pole:

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
Aqua Pole Toning & Core	Tiang aqua + resistance band, fokus otot perut dan tubuh bawah, musik	60 menit	Rp 150.000 – Rp 200.000

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
Aqua Pole Dance Fusion Tiang	Tiang aqua + elemen dance, musik dinamis, pencahayaan ambience	60 menit	Rp 150.000 – Rp 250.000

Tabel 29. Price produk Aqua Tone AquaÉlanSpa
Sumber : Olahdata, 2025

g. Berikut Harga Aqua Boxing:

Produk	Fasilitas	Waktu	Harga
Aqua Boxing Basic	Kolam dangkal, sarung tangan air (aqua gloves), instruktur, musik dinamis	45 menit	Rp 80.000 – Rp 150.000
Aqua Kickboxing	Kolam luas, kombinasi tinju & tendangan, bantalan target, pelatih berlisensi	60 menit	Rp 80.000 – Rp 150.000

Tabel 30. Price produk Aqua Boxing AquaÉlanSpa
Sumber : Olahdata, 2025

AquaÉlan Spa menggunakan strategi distribusi melalui berbagai platform dan media sosial untuk memastikan aksesibilitas dan kemudahan layanan, dengan lokasi yang strategis sebagai faktor penting dalam keberhasilan pemasarannya, sehingga dapat memengaruhi bagaimana produk atau layanan sampai ke tangan konsumen.

a. Media Sosial

Melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok, AquaÉlan Spa dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan reservasi layanan spa dan yoga, mendapatkan informasi promo, serta berinteraksi langsung untuk memastikan layanan sampai ke tangan konsumen secara cepat dan efisien



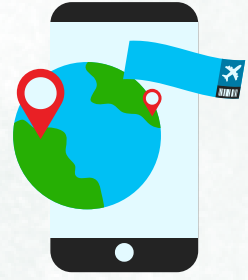
b. Website

Melalui website resmi AquaÉlan Spa, pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi layanan, melihat jadwal kelas yoga, melakukan reservasi online, serta menikmati berbagai penawaran eksklusif, semua dirancang untuk memastikan layanan spa dan wellness sampai ke tangan konsumen dengan praktis dan nyaman.



c. Traveloka

Melalui platform Traveloka, AquaÉlan Spa mempermudah pelanggan untuk memesan layanan spa dan yoga secara online, sehingga pelanggan dapat merasakan kemudahan akses dan kenyamanan layanan bahkan sebelum tiba di lokasi.



d. Tiket.com

Melalui kemitraan dengan tiket.com, AquaÉlan Spa dapat memperluas jangkauan pemasarannya dan memudahkan pelanggan dalam memesan layanan spa serta yoga secara online, sehingga produk dan layanan dapat langsung diakses dan dinikmati oleh konsumen dengan lebih cepat dan praktik.



e. WhatsApp Customer Service

Melalui kemitraan dengan tiket.com, AquaÉlan Spa dapat memperluas jangkauan pemasarannya dan memudahkan pelanggan dalam memesan layanan spa serta yoga secara online, sehingga produk dan layanan dapat langsung diakses dan dinikmati oleh konsumen dengan lebih cepat dan praktik.



f. Travel Agent

Melalui kerja sama dengan travel agent terpercaya, AquaÉlan Spa dapat memperluas akses layanan spa dan yoga kepada wisatawan, sehingga produk dan layanan dapat lebih mudah sampai ke tangan konsumen selama mereka berlibur di Pangandaran.



3. Promotion

Promosi adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk dan jasa kepada konsumen hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat dan mendorong akhir pembelian konsumen. Promosi mencakup beberapa metode seperti Iklan (Advertising), Sales Promotion, Digital Marketing (Kotler, P., & Keller, K. L., 2016)

a. Iklan (Advertising)

AquaÉlan Spa memanfaatkan iklandigital di mediasosial dan platformonline, seperti Instagram dan Tiktok untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap layanan spa dan yoga eksklusif, sehingga memperluas jangkauan pasar Gen Y & Gen Z kelas menengah dan kelas menengah ke atas dan mendorong peningkatan reservasi.



b. Sales Promotion

AquaÉlan Spa rutin menghadirkan program sales promotion seperti diskon khusus untuk Yoga dan paket layanan spa, serta hadiah menarik bagi pelanggan setia untuk meningkatkan minat dan jumlah reservasi



c. Digital Marketing

AquaÉlan Spa mengoptimalkan digital marketing melalui kampanye media sosial, konten blog, dan kerja sama dengan influencer untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kesadaran dan minat terhadap layanan spa dan yoga yang ditawarkan.



E. Media Pemasaran

Media pemasaran yang menjadi saluran dan alat yang digunakan untuk bisnis AquaÉlan Spa dalam menyampaikan pesan promosi, mengenalkan produk dan jasa hingga membangun hubungan dengan konsumen. Sehingga untuk menjangkau target pasar akan secara lebih efektif dan mendorong keputusan pembelian.

1. Media Sosial (Instagram, Tiktok, dan lain - lain)

AquaÉlan Spa memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, secara strategis dengan menjaga konsistensi visual merek, menyampaikan informasi relevan, membangun interaksi yang responsif, serta menggunakan konten kreatif seperti reels, hashtag tertarget, testimoni, dan program interaktif untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.



2. Google Review

AquaÉlan Spa dalam memanfaatkan Google Review sebagai media pemasaran digital dengan aktif membalas ulasan secara sopan dan solutif, mendorong pelanggan untuk memberikan testimoni, serta menggunakan feedback sebagai bahan evaluasi. Ulasan positif dibagikan ulang untuk membangun citra profesional, meningkatkan visibilitas online, dan mempengaruhi keputusan calon pelanggan secara efektif.



3. Platform Booking Online

AquaÉlan Spa dalam memanfaatkan platform booking online secara optimal dengan menyajikan informasi layanan yang lengkap, visual profesional, update jadwal dan promosi secara rutin, serta memberikan respons cepat terhadap ulasan. Selain itu, AquaÉlan Spa memaksimalkan fitur promosi di platform dan memastikan proses reservasi berjalan mudah dan aman untuk meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan pelanggan.



F. Proyeksi Penjualan

Proyeksi pada bisnis AquaÉlan Spa pada tahun pertama pada estimasi okupansi 60% untuk treatment spa utamanya yaitu Thalassotherapy. Presentase ini ditentukan berdasarkan daya tarik konsep spa dan yoga.



Item Description	Year 1				
	Occupancy	Optimum Quantity	Kuantitas (pax)	Price	Revenue
Harga Treatment SPA					
Sea Salt Scrub	15%	208	31	Rp 100.000	Rp 3.120.000
Algae Body Wrap	15%	208	31	Rp 100.000	Rp 3.120.000
Marine Collagen Facial	15%	208	31	Rp 100.000	Rp 3.120.000
Ocean Breeze Aromatherapy Massage	15%	208	31	Rp 100.000	Rp 3.120.000
Shell Massage	15%	208	31	Rp 100.000	Rp 3.120.000
Harga Package SPA					
Marine Detox Ritual	15%	208	31	Rp 200.000	Rp 6.240.000
Sea Glow Facial	15%	208	31	Rp 200.000	Rp 6.240.000
Ocean Salt Revival	15%	208	31	Rp 250.000	Rp 7.800.000
Seaweed Slimming Wrap	15%	208	31	Rp 200.000	Rp 6.240.000
AquaÉlan Thalasso Retreat Package (Paket Eksklusif)	15%	208	31	Rp 500.000	Rp 15.600.000
Harga Kelas Yoga					
FloatFit Yoga Regular	15%	3.900	585	Rp 80.000	Rp 46.800.000
FloatFit Yoga Grup	15%	3.900	585	Rp 80.000	Rp 46.800.000
FloatFit Yoga Paket 4x Kelas Regular	15%	3.900	585	Rp 200.000	Rp 117.000.000
Workshop FloatFit Yoga (Event Khusus)	15%	3.900	585	Rp 150.000	Rp 87.750.000
Aquanatal Private	15%	3.900	585	Rp 200.000	Rp 117.000.000
Paket 4x kelas regular Aquanatal Yoga	15%	3.900	585	Rp 250.000	Rp 146.250.000
Aqua Zumba Regular	15%	3.900	585	Rp 80.000	Rp 46.800.000
Aqua Zumba Event/Workshop	15%	3.900	585	Rp 80.000	Rp 46.800.000
Paket 4x Aqua Zumba Regular	15%	3.900	585	Rp 200.000	Rp 117.000.000
Aqua Zumba Corporate/Group Booking	15%	3.900	585	Rp 350.000	Rp 204.750.000
Toddler Hydrotherapy (1-3 tahun)	15%	3.900	585	Rp 80.000	Rp 46.800.000
Aquatic Play Therapy	15%	3.900	585	Rp 80.000	Rp 46.800.000
Aqua Yoga Kids	15%	3.900	585	Rp 100.000	Rp 58.500.000
Aqua Pole Toning & Core	15%	3.900	585	Rp 150.000	Rp 87.750.000
Aqua Pole Dance Fusion Tiang	15%	3.900	585	Rp 150.000	Rp 87.750.000
Aqua Boxing Basic	15%	3.900	585	Rp 80.000	Rp 46.800.000
Aqua Kickboxing	15%	3.900	585	Rp 80.000	Rp 46.800.000
TOTAL					Rp 1.455.870.000

Gambar 19. Proyeksi Penjualan Produk AquaÉlan Spa
Sumber : Olahdata, 2025