

LAPORAN TUGAS AKHIR
MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN DALAM INISIASI
AWAL PROGRAM AGROEDUWISATA BERBASIS
WELLNESS BLOOM AND BOND TRAVEL

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Pariwisata



Disusun oleh:
Edla Nitya Sjoekri (21700017)

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

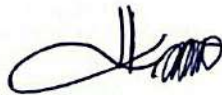
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Menyusun Strategi Pemasaran dalam Inisiasi
Program Agroeduwisata Berbasis *Wellness Bloom*
and Bond Travel
Penulis : Edla Nitya Sjoekri
NIM : 21700017
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim
Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media
Kreatif pada hari Jumat tanggal 11 Juli tahun 2025.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Antinah Latif. S.Kp.G., M.K.M.
NIP. 199112092019032023

Anggota Penguji 1



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd, M.M.Par
NIP. 199104252022032012

Anggota Penguji 2



Swastono Putro Pirastyo, S.Par, M.Par
NIP. 198804112020121008



Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata

Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP. 198605092019032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

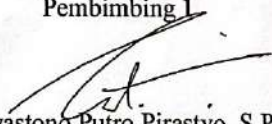
Judul Tugas Akhir : Peran Segmentasi Pasar dan Strategi Branding dalam Tahap Inisiasi Program Agroeduwisata Bloom and Bond Travel

Penulis : Edla Nitya Sjoekri
NIM : 21700017
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di ~~Jakarta~~, 19 Juni 2025

Pembimbing 1

19/6 - 2025


Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par.,
NIP: 198804112020121008

Pembimbing 2


Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M
NIP: 198605092019032011

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan


Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M
NIP: 198809082022032008

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edla Nitya Sjoekri
NIM : 21700017
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN DALAM INISIASI AWAL
PROGRAM AGROEDUWISATA BERBASIS *WELLNESS* BLOOM AND
BOND TRAVEL**

**adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari
plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini,
saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



Edla Nitya Sjoekri
NIM: 21700017

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edla Nitya Sjoekri
NIM : 21700017
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Menyusun Strategi Pemasaran dalam Inisiasi Awal Program Agroeduwisata Bloom and Bond Travel beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



Edla Nitya Sjoekri
NIM: 21700017

ABSTRAK

This study aims to analyze the role of market segmentation and branding strategy in the initiation stage of the Bloom and Bond Travel agro-edu-tourism program, an educational and wellness-based tourism initiative. The research adopts a descriptive qualitative approach, with data collected through unstructured questionnaires, field observations, and documentation. The study focuses on how appropriate market segmentation can shape the direction of program development and support the effectiveness of the implemented branding strategies. The findings show that targeting young adults with an interest in nature and educational experiences plays a significant role in determining marketing strategies and brand identity. This research also explores the initial marketing strategies employed, including the marketing mix 7P approach and the use of social media platforms. Furthermore, the branding strategy is developed through elements such as brand essence, brand personality, brand values, and visual identity, which reflect the values of connection, mindfulness, and authenticity. The synergy between market segmentation, marketing strategy, and branding has proven to be the key foundation in building early positioning and awareness of the Bloom and Bond Travel agro-edu-tourism program.

Keywords: *market segmentation, branding strategy, marketing strategy, agro-edu-tourism, wellness tourism, Bloom and Bond Travel*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran segmentasi pasar dan strategi *branding* dalam tahap inisiasi program agroeduwisata Bloom and Bond Travel, sebuah inisiatif pariwisata berbasis edukasi dan *wellness tourism*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner tidak terstruktur, observasi lapangan, dan dokumentasi. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana segmentasi pasar yang tepat dapat membentuk arah pengembangan program serta mendukung efektivitas strategi *branding* yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi pasar yang menyasar dewasa muda dengan minat terhadap alam dan edukasi berperan penting dalam penentuan strategi pemasaran dan identitas merek. Penelitian ini juga membahas strategi pemasaran yang digunakan pada tahap awal program dengan pendekatan *marketing mix* 7P dan penggunaan *platform* sosial media. Selain itu, strategi *branding* dirancang melalui elemen *brand essence*, *brand personality*, *brand values*, dan *visual identity* yang mencerminkan nilai - nilai koneksi, kesadaran dan keaslian. Sinergi antara segmentasi pasar, strategi pemasaran dan *branding* terbukti menjadi pondasi utama dalam membangun *positioning* awal dan *awareness* program agroeduwisata Bloom and Bond Travel.

Kata kunci: *segmentasi pasar, strategi branding, strategi pemasaran, agroeduwisata, wellness tourism, Bloom and Bond Travel*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan Program Studi Pengelolaan Perhotelan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai editor telah menyunting karya produk berupa proyek ide usaha tentang perjalanan wisata. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Menyusun Strategi Pemasaran dalam Inisiasi Awal Program Agroeduwisata Berbasis *Wellness* Bloom and Bond Travel”, proyek ini mengembangkan tentang suatu bisnis perjalanan wisata dengan program agroeduwisata berbasis *wellness*. Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd,MM, Ketua Jurusan Pariwisata dan selaku Dosen Pembimbing II, yang senantiasa membantu dalam penulisan.
4. Swastono Putro Pirastyo, S.Par,M.Par., Sekretaris Jurusan Pariwisata dan selaku Dosen Pembimbing I Konsep/Teknis, yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran dan tenaga dalam membantu dalam penyusunan proyek. Tugas Akhir hingga terselesaikan seluruh rangkaian penulisan.
5. Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.P.ar., M.M, selaku Ketua Prodi Pengelolaan Perhotelan.
6. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
7. Kedua orang tua serta keluarga penulis, yang memberikan dukungan

penuh dalam berjalannya rangkaian proyek Tugas Akhir ini.

8. Ulya dan Carrent, selaku rekan penulis dalam proyek tugas akhir ini, yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuannya selama penulisan ini.
9. Para partisipan, yang senantiasa meluangkan waktu dalam membantu pengumpulan data.
10. Teman - teman yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Diri penulis sendiri, yang telah berusaha tetap kuat, sabar dan konsisten dalam menjalani setiap proses proyek Tugas Akhir ini, serta tidak berhenti percaya meskipun menghadapi berbagai tantangan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 20 Juni 2025

Penulis,



Edla Nitya Sjoekri

NIM 21700017

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Kajian.....	4
F. Manfaat Kajian.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Pertanyaan Penelitian/Kajian.....	12
BAB III.....	13
A. Jenis Kajian.....	13
B. Tempat dan Waktu Kajian.....	14
C. Sumber Data.....	14
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	15
E. Teknik Analisis Data.....	17
BAB IV.....	19
A. Hasil Kajian.....	19
B Pembahasan.....	34
C Keterbatasan Kajian.....	74
A. Kesimpulan.....	77
B. Implikasi.....	77
C. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Hasil Kuesioner Tidak Terstruktur.....	22
Tabel 2 Benchmarking dengan Lima Kompetitor Usaha Sejenis.....	26
Tabel 3 Hasil Analisis SWOT.....	33
Tabel 4 Evaluasi Segmen Pasar berdasarkan Variabel Segmentasi.....	39
Tabel 5 Evaluasi Perbandingan Tiap Segmen berdasarkan Aspek <i>Targeting</i>	42
Tabel 6 Matriks TOWS.....	48
Tabel 7 Strategi dan Implementasi <i>Marketing Mix 7P</i>	51
Tabel 8 Strategi dan Implementasi Konten.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Utama.....	60
Gambar 2 Variasi Logo.....	60
Gambar 3 Palet Warna.....	62
Gambar 4 Tipografi Logo.....	64
Gambar 5 <i>Brand</i> Tipografi.....	65
Gambar 6 Konten <i>Nature Teaser</i>	68
Gambar 7 Konten POV atau vlog.....	69
Gambar 8 Konten <i>Open Trip</i>	69
Gambar 9 Konten <i>Private Trip</i>	70
Gambar 10 Konten Pendaftaran <i>Trip</i>	70
Gambar 11 Konten <i>Playlist</i> Lagu.....	70
Gambar 12 Konten Visual Keseluruhan di Instagram.....	71
Gambar 13 Instagram <i>Performance Insight</i>	72
Gambar 15 <i>Merchandise</i> Bloom and Bond Travel.....	74
Gambar 16 PDF <i>E-Brochure</i> Bloom and Bond Travel.....	75
Gambar 17 Brosur Cetak.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	86
Lampiran 1 Biodata Diri Mahasiswa.....	86
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbing.....	88
Lampiran 3 Dokumentasi Uji Proposal TA.....	90
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 5 Bukti Pendukung Strategi Marketing Mix 7P.....	93
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	99
Lampiran 7 Dokumentasi Pendaftaran Haki.....	102
Lampiran 8 Sertifikat Magang Industri.....	103