

## Analisa positioning taman sari royal heritage spa dan implikasinya pada perencanaan strategi pemasaran

Krisdianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20441468&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### **ABSTRAK**

Karya akhir ini merupakan sebuah studi analisa positioning Taman Sari Royal Heritage Spa. Spa milik dari ibu Mooryati Soedibyo dan berlokasi di Tanah Abang Jakarta ini merupakan salah satu dari sekian pemain di bisnis spa yang sedang menjamur di Jakarta. Obyek ini sangat menarik untuk diteliti karena dengan semakin ketatnya persaingan, maka hanya yang memiliki competitive advantage dan positioning yang kuat yang dapat bertahan dan memenangkan persaingan itu.

Spa adalah singkatan dari bahasa latin, yaitu Sante Par Aqua, yang artinya terapi dengan air. Tujuan utama perawatan spa adalah agar tubuh menjadi lebih sehat, segar dan bugar luar dalam, dengan unsur utamanya menggunakan metode pemijatan dan air. Asal mula perkataan spa sendiri diambil dari nama sebuah desa yang bernama Spa, yang berada di propinsi Liege, Belgia. Secara umum, spa merupakan pendekatan terpadu dengan mengkonibinasikan pemakaian sumber daya alam, termasuk air mineral, yang bertujuan merestorasi kondisi tubuh manusia.

Di Jakarta sendiri terdapat bebenapa spa yang memiliki pendekatan seperti di atas Sebut saja Taman Sari Royal Heritage Spa, Gaya Spa, atau Quantum Spa. Sebagai salah satu pemain lokal, Taman Sari Royal Heritage Spa patut diperhitungkan. Awal tahun 2001, spa ini telah membuka cabang di Malaysia dan menyusul di beberapa kota di luar negeri. Spa ini memiliki positioning statement Rupa Neka Swarga Untuk itu penulis menganalisa kekuatan positioning tersebut di mata konsumen dan pesaing sejenis, serta menganalisa hubungannya dengan segmentasi yang ditentukan oleh manajemen. Karena dengan posisi yang kuat maka Taman Sari Royal Heritage Spa mampu bersaing di bisnis yang sedang berkembang pesat ini.

Penelitian menggunakan metodologi riset eksploratori dan riset deskriptif. Penelitian melibatkan 100 partisipan dengan seleksi awal mengenal Taman Sari Royal Heritage Spa dan pernah mencoba spa minimal dalam 6 bulan terakhir. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, dilakukan tabulasi data untuk mendapatkan beberapa hasil penelitian dan untuk diambil analisa dan kesimpulan. Untuk memudahkan analisa, pada beberapa variabel, dilakukan cross tab, sehingga makin terlihat hubungan satu variabel dengan variabel lainnya.

Hasil yang didapat adalah bahwa sebagian besar partisipan memiliki persepsi yang sama dengan positioning yang ingin disampaikan oleh Taman Sari Royal Heritage Spa. Prosentase hasil yang ditunjukkan signifikan, baik yang berasal dan responden yang memilih Taman Sari Royal Heritage Spa sebagai spa pilihan, maupun yang tidak. Selain itu ternyata setelah dilakukan pemetaan produk, Taman Sari Royal Heritage Spa juga memiliki positioning yang kuat dibanding pesaingnya di mata konsumen. Dalam hal ini, Taman Sari Royal Heritage Spa dibandingkan dengan 2 pemain sejenis, yaitu Gaya Spa dan Quantum Spa. <br><br>

Sedangkan implikasi pemasaran bagi Taman Sari Royal Heritage adalah pihak manajemen harus melakukan improvement dalam perencanaan strategi pemasarannya