

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar

Pemasaran ialah sebuah langkah awal hal yang paling penting sebelum menjual produk Kepada konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan target pasar sesuai dengan yang diinginkan. Riset pasar sangat di perlukan dalam sebuah usaha, untuk mengetahui kebutuhan konsumennya agar sebuah produk yang di tawarkan kepada konsumen agar dapat menarik perhatian target konsumen dengan tepat, Selain itu seorang pengusaha harus mengetahui perilaku konsumen serta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penjualan produk agar penjualan dapat di tingkatkan. Berikut adalah segmentasi pasar dari *It's Burger Bar* sebagai acuan untuk target pasar *It's Burger Bar*.

1. Segmentasi Demografis

Pada segment demografis ini merupakan pengelompokan dengan dasar pembagian usia, pekerjaan, pendidikan, tingkat ekonomi dan jenis kelamin. Secara segment demografis *It's Burger Bar* adalah remaja, mahasiswa, karyawan yang berumur antara 15 tahun sampai 37 tahun yang di mana konsumen dengan rentan umur tersebut sangatlah sibuk pada jam tertentu yang membutuhkan makanan cepat saji dan praktis.

2. Segmentasi Geografis

Segmentasi yang di kelompokkan dengan kebutuhan masyarakat berdasarkan kota, negara dan wilayah, yang mempunyai potensi sangat besar terhadap produk yang akan di tawarkan.

Segmentasi *It's Burger Bar* adalah masyarakat yang tinggal di wilayah kota Sukabumi, khususnya wilayah Cikole Sukabumi yang merupakan daerah yang ramai pada jam-jam tertentu dan banyaknya perkantoran dan sekolah seperti SMP, SMA dan universitas.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi ini adalah pembagian kelompok yang di dasari oleh kepribadian dan gaya hidup pada konsumen. Seperti yang sudah di jelaskan di atas, *It's Burger Bar* menargetkan para remaja maupun dewasa 15 – 30 tahun yang berada di wilayah kota Sukabumi khusus nya di area Cikole Sukabumi di karenakan pada usia tertentu mereka sedang mengikuti perkembangan trend khususnya pada makanan yang sudah menjadi gaya hidupnya.

4. Segmentasi Prilaku

Segmentasi prilaku dapat di lihat seberapa besar loyalitas konsumen atau seberapa seringnya konsumen membeli suatu produk tersebut. Loyalitas suatu konsumen terhadap suatu produk dapat di sadari oleh rasa yang khas dan dari penampilannya. Produk yang di tawarkan oleh *It's Burger Bar* mengutamakan rasa yang khas dengan menggunakan bahan bahan yang berkualitas dengan menggunakan resep sendiri. Dan pengemasannya pun sangat praktis dan menarik.

B. Validasi Produk

Validasi terhadap suatu produk yaitu dengan memberikan sebuah pembuktian yaitu memberikan sebuah kuisisioner kepada target pasar atau

masyarakat bertujuan untuk memastikan bahwa *It's Burger bar* dapat di terima oleh masyarakat tersebut, agar dapat memenuhi target yang sudah di tentukan. Dengan memberikan kuisioner maka akan mengurangi kegagalan dalam produksi karna sudah melakukan validasi terhadap masyarakat. *It's Burger Bar* merupakan burger yang di buat dengan teknik khusus serta *homade paty* dengan di tambah kan bumbu yang khas dari *It's Burger Bar* yang terdiri dari 5 Jenis burger yaitu: *floyd burger, moutley burger, single burger, mushroom burgeer, tiket to fat*, seperti di bawah ini:

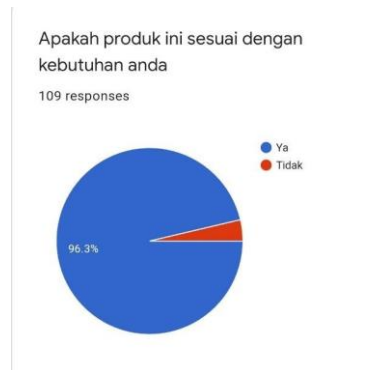
Contoh Validasi produk *It's Burger Bar*



Sumber: Olahan penulis

Dengan ini penulis akan memberikan sebuah pertanyaan terhadap produk yang akan di buat untuk bisnis ini yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar minat masyarakat terhadap produk tersebut.

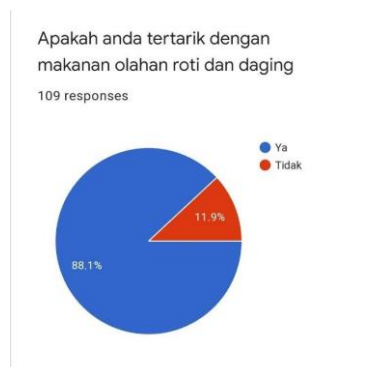
Berikut adalah sebuah quisioner dan respon masyarakat terhadap *It's Burger Bar*:

Gambar 3. 1 Ketertarikan Konsumen

Sumber : Olahan Penulis

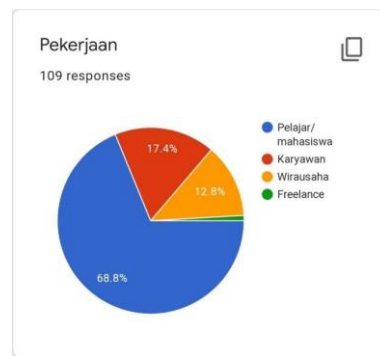
Gambar 3. 2 Ketertarikan Konsumen

Sumber:Olahan Penulis

Gambar 3. 3 Keterarikan Konsumen

Sumber : Olahan Penulis

Gambar 3. 4 Rata-Rata Profesi



Sumber:Olahan Penulis

Gambar 3. 5 Rata - Rata Pengeluaran Konsumen



Sumber : Olahan Penulis

Gambar 3. 6 Rata - Rata Harga yang konsumen Ingin kan



Sumber : Olahan Penulis

C. Kompetitor

Dalam sebuah usaha pesaing adalah sebuah usaha atau bisnis yang menjual produk serupa dengan produk yang kita jual kepada masyarakat. Melakukan riset terhadap pesaing sangat di perlukan yang bertujuan untuk mengetahui tolak ukur terhadap bisnis tersebut dan dapat melihat kelebihan ataupun kekurangan yang di miliki oleh pesaing tersebut. Dengan adanya pesaing maka pesar saingan akan menghasilkan sebuah produk yang berkualitas dan mampu bersaing dengan produk lain, karena sebuah usaha yang di kelola dengan baik akan menjadi sebuah usaha yang mampu bertahan. Pengertian pesaing menurut **Mudrajat kuncoro (2005:86)** organisasi atau perorangan yang berlomba yang bertujuan dalam memenuhi kebutuhan yang di inginkan pelanggan.

Berikut adalah beberapa pesaing *It's Burger bar* :

Tabel 3. 1 Kompetitor It's Burger Bar

Nama	Alamat	Keterangan
<i>Nomnom Kitchen</i>	JL. A. Yani No 11 Gunung Parang , Kec Cikole Kota Sukabumi 43131	<i>Burger And Resto</i>
<i>Flo's Burger</i>	JL. Kapten Asmud Lubis No57 Wanasari Sukabumi	<i>Burger And Coffe shop</i>
<i>Burger floyd'e</i>	JL Benteng No26 Kec Warudoyong Sukabumi 4331	<i>Burger Shop</i>
<i>Ahen Burger</i>	JL. Lingkar selatan Sidang Sari, Kec Lembur Situ Kota Sukabumi	<i>Burger And Resto</i>

Sumber : Observasi Penulis

Menurut table di atas It's burger bar hanya memiliki sedikit pesaing yang memungkinkan it's burger bar dapat berkembang dengan pesat dan harga dari pesaing pesaing its burger bar relatif lebih mahal, pembeda dari it burger bar dengan pesaing adalah harga yang di tawarkan yang relatif lebih murah dan bahan yang di gunakan oleh It's Burger Bar menggunakan bahan premium.

Berikut beberapa daftar harga pesaing its burger bar

Tabel 3. 2 Harga Pesaing

Nama	Menu	Rata – Rata Harga
<i>Nomnom Kitchen</i>	<i>Beef Black Papper Burger</i> <i>Crispy Chiken Mozzarella Burger</i> <i>Egg-o Burger</i> <i>Classic Cheese Burger</i>	Rp. 45.000,- Rp. 62.000,- Rp. 42,000,- Rp. 36.000,-
<i>Flo's Burger</i>	<i>Original Beef Burger</i> <i>Beef and Cheese Burger</i>	Rp. 30,450,- Rp. 34,450,-

	<i>Mozzarella Beef Burger</i> <i>Fs. Super Combo Beef Burger</i>	Rp. 42.775,- Rp. 63.800,-
<i>Burger Floyd'e</i>	<i>The Folk Burger</i> <i>Gomu No Meat Burger</i> <i>Buddy Zeus Burger</i> <i>Fantastik Burger</i>	Rp. 31.000,- Rp. 40.000,- Rp. 51.000,- Rp. 30.000,-
<i>Ahen Burger</i>	<i>Burger Single</i> <i>Evelyn Burger</i> <i>Nagreen Burger</i> <i>Dizon Burger</i>	Rp. 32.400,- Rp. 34.800,- Rp. 49.200,- Rp. 97.200,-

Sumber: Observasi Penulis

D. Program Pemasaran

Dalam sebuah bisnis pemasaran sangat lah penting untuk menunjang keberhasilan dari sebuah bisnis tidak melihat besar atau kecil nya bisnis tersebut Menurut **Kotler dan Keller (2016)** dalam buku nya yang menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan memberikan informasi barang atau jasa dalam kaitan nya memuaskan ke butuhan dan ke inginan manusia. Oleh karena itu pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam keberhasilan sebuah bisnis. Pemasaran adalah proses sosial dan managerial di mana sebuah usaha dapat memperoleh apa yang mereka ingin kan dan mereka butuh kan untuk mendapatkan pertukan nilai dengan yang lain.

Berikut strategi pemasaran *It's Burger Bar* Promosi penjualan :

1. Proses Penjualan : Proses penjualan yang akan di lakukan oleh *It's Burger Bar* dengan cara memberikan discount saat grand opening untuk mendapat kan perhatian konsumen agar konsumen tertarik dengan produk yang akan

It's Burger Bar produksi, promosi ini akan di sebar kan melalui sosial media, brosur dan famplet akan di sebar di sekitar area penjualan

2. Personal Selling : adalah pertemuan secara langsung dengan konsumen tersebut yang bertujuan memberikan informasi terhadap produk yang akan di jual kepada masyarakat, dengan komunikasi yang baik akan membuat pelanggan akan merasa nyaman, dan membuat konsumen akan datang untuk membeli produk tersebut
3. Publik Relations : Peran dari publik relation ini akan sangat membantu untuk pengembangan suatu bisnis, dengan mengadakan sebuah event yang bertujuan untuk menaikkan branding terhadap bisnis tersebut, kegiatan even dapat di lakukan dengan kreatif yang dapat di sesuai kan dengan target pasar nya.

Setelah melakukan hal – hal tersebut penulis berencana melakukan promosi dalam jangka panjang yang bertujuan untuk memaksimal kan pelayanan. Dengan melakukan promosi langsung atau pun tidak langsung melalui *instagram, twitter, facebook* yang bertujuan untuk memberikan informasi dan perkembangan bisnis dan promosi yang akan di tawarkan.

Berikut adalah perencanaan yang akan di lakukan oleh *It's Burger Bar* dalam satu tahun pertama :

Tabel 3. 3 Rencana Pemasaran *It's Burger Bar*

PROGRAM PEMASARAN						
No	Bulan	Aktivitas	Media Promosi	Biaya Promosi		Total Biaya
				Harga	Jumlah	
1	Januari	Pembagian Voucher Discount 10 ribu	Instagram	Rp 10,000.00	300	Rp 3,000,000.00
		Pemasangan Iklan	Instagram	Rp 20,000.00	20 Hari	Rp 400,000.00
		Pembuatan Banner	Banner	Rp 100,000.00	3	Rp 300,000.00
		Grand Opening	Invitation Food Vlooger	Rp 500,000.00	1	Rp 500,000.00
Total						Rp 4,200,000.00
2	Februari	Pemasangan Iklan	Instagram	Rp 20,000.00	20 Hari	Rp 500,000.00
		Pembuatan Member Card	Member Card	Rp 1,500.00	500	Rp 750,000.00
		Endorstment	Instagram	Rp 500,000.00	2 Hari	Rp 1,000,000.00
Total						Rp 2,250,000.00
3	Maret	Endorstment	Instagram	Rp 500,000.00	3 Hari	Rp 500,000.00
		Pemasangan Iklan	Instagram	Rp 20,000.00	20 Hari	Rp 500,000.00
		Pembagian Voucher Potongan 10 ribu	Voucher	Rp 10,000.00	100	Rp 1,000,000.00
Total						Rp 2,000,000.00
4	April	Pemasangan Iklan	Instagram	Rp 20,000.00	20 Hari	Rp 500,000.00
		Voucher Buy 1 Get Free Drik	Go-food & Grab-food	Rp 4,000.00	100 voucher	Rp 450,000.00
		Endorment	Instagram	Rp 250,000.00	3 Hari	Rp 750,000.00
		Discount 5% for Member	Member Card	Rp 53,000.00	14hari	Rp 735,000.00
Total						Rp 2,435,000.00
5	Mei	Pemasangan Iklan Hari Natal	Twitter & Instagram	Rp 400,000.00	2 Hari	Rp 800,000.00
		Pemasangan Iklan	Facebook	Rp 10,000.00	20 Hari	Rp 200,000.00
		Endorstment	Instagram	Rp 500,000.00	1 Hari	Rp 500,000.00
Total						Rp 1,500,000.00
6	Juni	Cashback 10%	Gopay	Rp 125,000.00	14 Hari	Rp 1,470,000.00
		Endorstment	Instagram	Rp 500,000.00	1 Hari	Rp 500,000.00
Total						Rp 1,970,000.00
7	Juli	Discount untuk menu Floyd	Voucher	Rp 50,000.00	1 Hari	Rp 50,000.00
		Endorstment	Instagram	Rp 500,000.00	2Hari	Rp 1,000,000.00
		Pemasangan Iklan	Instagram	Rp 25,000.00	20 Hari	Rp 500,000.00
Total						Rp 1,550,000.00
8	Agustus	Pembagian voucher potongan 10 ribu	Voucher	Rp 10,000.00	100	Rp 1,000,000.00
		Discount 10% Valentine days	Instagram	Rp 800,000.00	1hari	Rp 800,000.00
		Pemasaran Iklan	Facebook	Rp 100,000.00	1	Rp 100,000.00
Total						Rp 1,900,000.00
9	September	Pembuatan Member Card	Member Card	Rp 1,250.00	1000	Rp 1,250,000.00
		Pemasangan Iklan	Instagram	Rp 25,000.00	20 Hari	Rp 500,000.00
		Endorstment	Instagram	Rp 500,000.00	1 Hari	Rp 500,000.00
Total						Rp 2,250,000.00
10	Oktober	Pemasangan Iklan	Facebook	Rp 100,000.00	20 Hari	Rp 200,000.00
		Endorstment	Instagram	Rp 500,000.00	2 Hari	Rp 1,000,000.00
		Media Cetak	Brosur	Rp 300,000.00	1	Rp 300,000.00
Total						Rp 1,500,000.00
11	November	Discount 5% for Member	Member Card	Rp 52,500.00	14 Hari	Rp 735,000.00
		Cashback 10%	Gopay	Rp 105,000.00	14 Hari	Rp 1,470,000.00
		Media Cetak	Brosur	Rp 300,000.00	1Hari	Rp 300,000.00
Total						Rp 2,505,000.00
12	Desember	Voucher discount 20% tahun baru	Gojek & Grab	Rp 225,000.00	7 Hari	Rp 1,575,000.00
		Endorstment	Instagram	Rp 500,000.00	1 Hari	Rp 500,000.00
		Peasangan iklan	Twiter	Rp 10,000.00	20 Hari	Rp 200,000.00
Total						Rp 2,275,000.00
Grand Total						Rp 52,670,000.00

Sumber : Olahan Penulis

E. Media Pemasaran

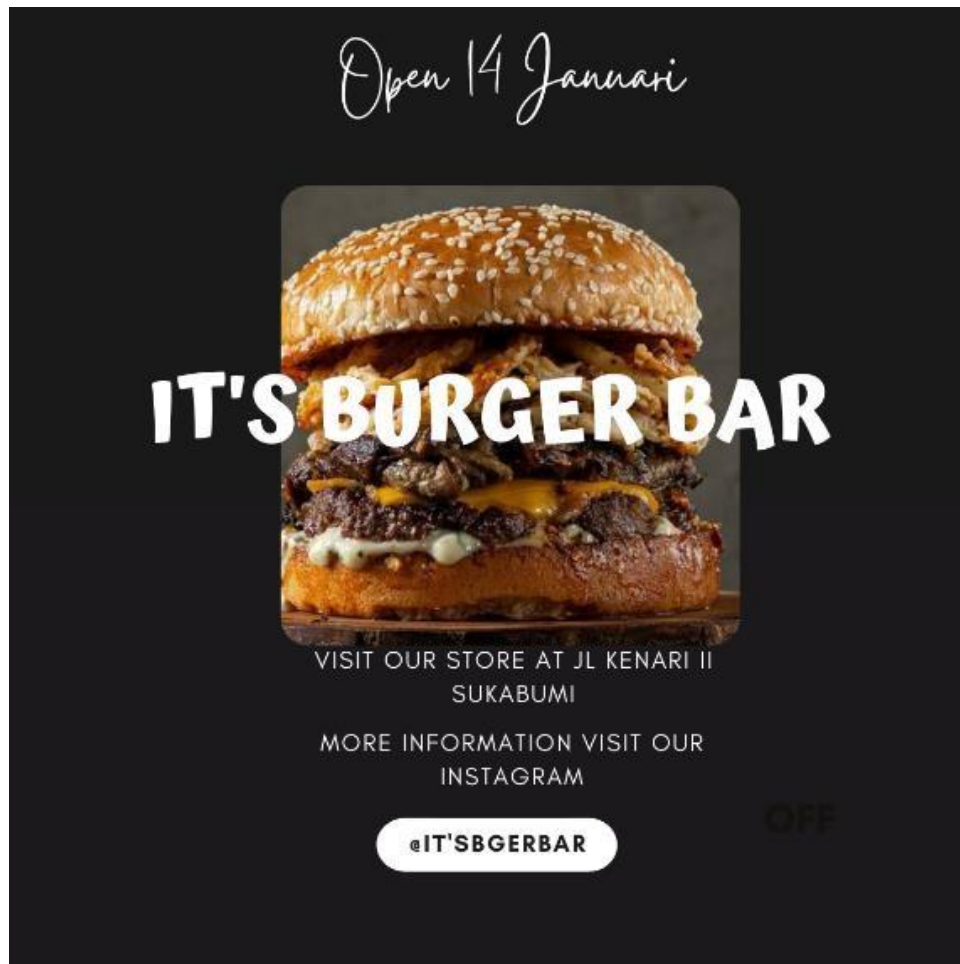
Agar suatu bisnis dapat di kenal oleh seluruh masyarakat, sebuah bisnis harus melakukan kegiatan promosi secara baik dan benar, pada saat ini banyak sekali media promosi yang dapat di lakukan dengan berbagai cara, salah satu contoh nya melalui sosial mendia seperti, *Instagram, facebook* dan *twiter*, dalam hal ini penulis akan berfokus untuk mempromosikan melalui media sosial berikut adalah beberapa media sosial yang akan di gunakan sebagai media promosi.

1. Media Sosial

Menurut **Kotler (2012)** sosial media merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi teks, gambar, audio, vidio dan informasi dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebalik nya. Dengan cakupan media sosial yang sangat luas sebuah bisnis dapat memperkenalkan dan mempromosikan suatu brand dengan sangat cepat dan sesuai dengan target nya.

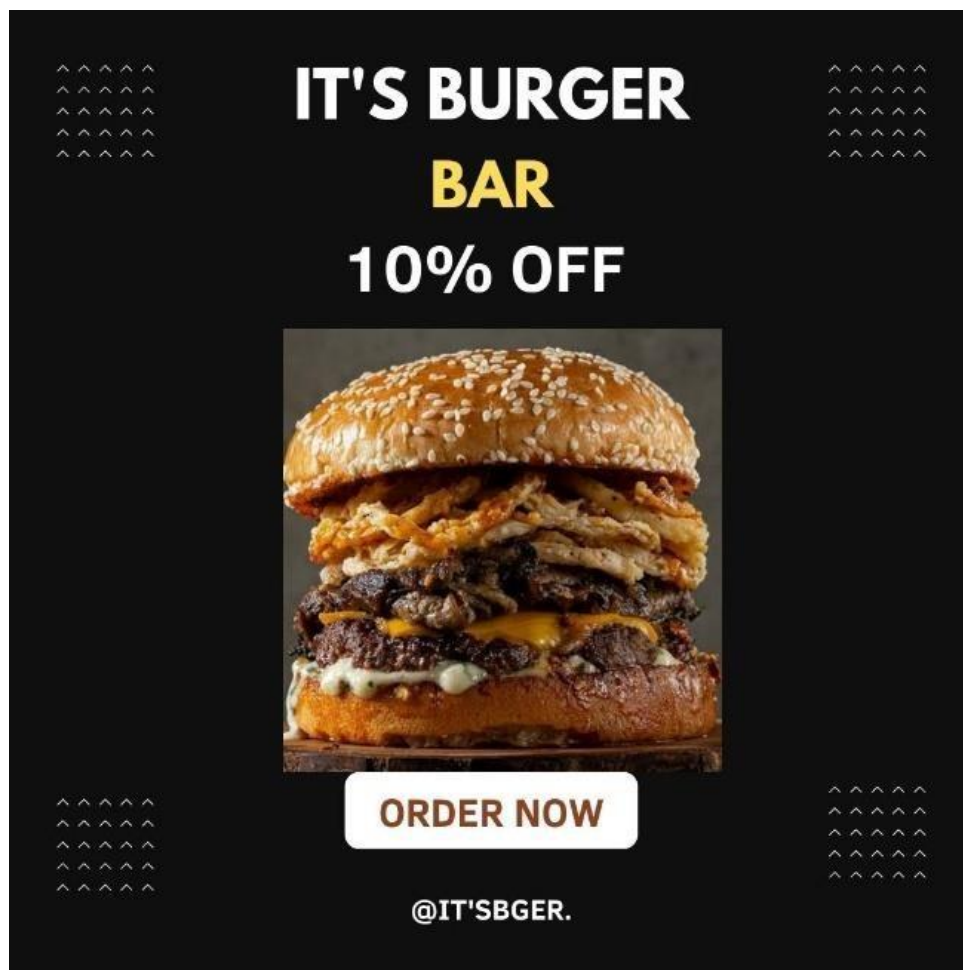
Instagram, facebook, twitter adalah sosial media yang akan di gunakan sebagai media promosi oleh *It's Burger Bar* mengingat tiga sosial media tersebut sangat sering di gunakan oleh masyarakat pada saat ini. Dengan menggunakan sosial media akan memudah kan penulis untuk memberikan infomasi seperti foto dan vidio produk dari *It's Burger Bar* untuk di tampilkan kepada masyarat yang bertujuan untuk mengenalkan produk dari *It's Burger Bar*.

Gambar 3. 7 Promosi Melalui Instagram



Sumber : Olahan Penulis

Gambar 3. 8 Promosi Melalui Facebook Discount 10%



Sumber : Olahan Penulis

2. Penerbitan

Penerbitan adalah suatu media yang dapat di jangkau oleh semua kalangan. Mulai dari anak – anak orang dewasa atau pun orang tua, namun media penerbitan ini sangat berbeda dengan sosial media yang memiliki jangkauan sangat luas. Sedang kan media penerbitan ini memiliki jangkauan yang tidak luas seperti sosial media.

Dengan begitu *It's Burger Bar* menggunakan media brosur, banner, vocer dan poster untuk media promosi. Dimana penulis akan mencetaknya dan akan di sebarakan di sekitar area lokasi usaha yang bertujuan untuk

memperkenalkan produk dari *It's Burger Bar* kepada masyarakat di sekitar agar masyarakat tertarik untuk datang.

Gambar 3. 9 Promosi Melalui Vocer & Brosur



Sumber : Olahan Penulis

F. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan adalah suatu hal yang sangat penting dalam membangun suatu bisnis, yang merupakan suatu tujuan untuk memperkirakan suatu permintaan produk dari sebuah usaha yang akan di jual ke pada masyarakat. Yang di harapkan produk tersebut dapat terealisasikan pada masa yang akan datang.

Menurut **Heizer dan Render (2009:47)** perkiraan proyeksi penjualan memiliki tujuan sebagai berikut

1. Melihat faktor apa saja yang akan mempengaruhi di masa depan
2. Penyusunan suatu strategi bisni untuk meingkatkan efektivitas suatu rencana bisnis
3. Memperkirakan potensi permintaan dalam sebuah market

Dengan ini penulis akan menggunakan metode forecasting untuk menyusun proyeksi penjualan *It's Burger Bar* dalam satu tahun kedepan, berikut adalah data table proyeksi *It's Burger Bar*:

Tabel 3. 4 Proyeksi Penjualan

PROYEKSI PENJUALAN TAHUN PERTAMA						
NO	BULAN	AVERAGE CHECK	PAX	HARI	SALES	
1	JANUARI	Rp 36,500.00	60	31	Rp	67,890,000.00
2	FEBRUARI	Rp 36,500.00	60	28	Rp	61,320,000.00
3	MARET	Rp 36,500.00	60	31	Rp	67,890,000.00
4	APRIL	Rp 36,500.00	60	30	Rp	65,700,000.00
5	MEI	Rp 36,500.00	60	31	Rp	67,890,000.00
6	JUNI	Rp 36,500.00	60	30	Rp	65,700,000.00
7	JULI	Rp 36,500.00	60	31	Rp	67,890,000.00
8	AGUSTUS	Rp 36,500.00	60	31	Rp	67,890,000.00
9	SEPTEMBER	Rp 36,500.00	60	30	Rp	65,700,000.00
10	OKTOBER	Rp 36,500.00	60	31	Rp	67,890,000.00
11	NOVEMBER	Rp 36,500.00	60	30	Rp	65,700,000.00
12	DESEMBER	Rp 36,500.00	60	31	Rp	67,890,000.00
Total					Rp	799,350,000.00

Sumber:Olahan Penulis

Dalam proyeksi penjualan selama satu tahun *It's Burger Bar* memperoleh hasil sekitar, Rp. 799,3500,00. Dimana target penjualan *It's Burger Bar* pada tahun pertama sebanyak 60 pax dalam sehari, setiap tahun nya *It's Burger Bar* menaikkan target penjualan sebanyak 10 pax dalam sehari.

Tabel 3. 5 Proyeksi Penjualan Selama 5 Tahun

PROYEKSI PENJUALAN DALAM 5 TAHUN	
TAHUN	PENGHASILAN
1	Rp 293.825.000.00
2	Rp 335,800,000.00
3	Rp 377,775,000.00
4	Rp 419,750,000.00
5	Rp 461,725,000.00
TOTAL	Rp 1,888,875,000.00

Sumber: Olahan Penulis

Table di atas adalah rencana penjualan *It's Burger Bar* selama 5 tahun sebesar Rp. 1,888,875,000.00. perhitungan tersebut adalah laba kotor dari penjualan selama priode tersebut.