

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Laporan Penjualan dan Pasar Saat Ini (Segmen, Target, *Positioning*)

Riset pasar adalah kegiatan penelitian dalam bidang pemasaran dengan cara yang dilakukan secara sistematis mulai dari perumusan masalah, tujuan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, dan interpretasi hasil penelitian. Semua itu dilakukan dengan tujuan untuk masukan pihak manajemen untuk pemecahan masalah dan untuk membuat strategi pasar untuk merebut peluang pasar. (Rangkuti, 2008, p. 1), ada 3 tahapan yang di gunakan oleh KOLING TRUK untuk riset pasar, antara lain;

1. Segmentasi Pasar (*Market Analysis*)

Segmentasi pasar adalah “suatu konsep yang sangat penting bagi pelaku bisnis karena berguna untuk memilih pasar sasaran, mencari peluang, mengetahui segmen pemimpin pasar, mencari peluang, dan melayani lebih baik” (Khasali, Segmentasi pasar, 2007, pp. 119-120) seperti yang di kemukakan Assuri (Assuri, 2012, p. 168) segmentasi pasar di bagi menjadi 4 variabel segmentai antara lain ; Geografis, Demografis, Psikografis, dan Perilaku. Adapun berikut penjelasan dari ke empat variabel di atas :

i. Segmentasi Geografis

Pada umumnya segmentasi geografis ini mengkotakan atau mengklasifikasikan pasar berdasarkan lokasi atau tempat yang akan mempengaruhi biaya operasional dan jumlah permintaan secara berbeda.

ii. Segmen Demografis

Segmen Demografis adalah pembagian atau pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan.

iii. Segmen Psikografis

Segmen Psikografis adalah pembagian atau pengelompokan yang berdasarkan gaya hidup atau kepribadian seseorang.

iv. Segmen Perilaku

Segmen Perilaku adalah pembagian atau pengelompokan yang berdasarkan tingkah laku, sikap, pengetahuan, atau respon seseorang terhadap produk.

Tabel 3. 1
Variabel Segmentasi KOLING TRUCK

s	Segmentasi	Deskripsi
1.	Segmentasi Geografis	Koling Truck akan melayani disekitaran Kota Depok, dan di Jl. Perak I no. 38 Komp. Perindustrian, Kelapa Dua, Depok adalah kantor Pusat dari Koling Truck
2.	Segmentasi Demografis	Usia 15 - 19 Tahun berjumlah, 121,180. Usia 20 - 24 tahun berjumlah, 196,140. Usia 25 - 29 Tahun Berjumlah, 133,636. Usia 30 - 34 Tahun berjumlah, 133,630. Usia 35 - 39 berjumlah, 91,459. Usia 40 - 44 tahun berjumlah 71,502.
3.	Segmentasi Psikografis	Para anak muda yang menyukai Kopi dan gaya Hidup Sederhana
4.	Segmentasi Perilaku	Para penikmat Kopi

Sumber : olahan penulis 2020

2. Targeting

Menurut Tjiptono dan Chandra pengertian pasar sasaran atau *targeting* adalah “ Proses evaluasi dan pencarian pasar untuk mendapatkan daya tarik dan keuntungan yang akan didapatkan suatu perusahaan “ (Chandra, 2012, p. 162)

Adapun manfaat yang didapat dari pada menentukan target pasar atau *targeting* ialah :

- Menargetkan peluang pasar yang lebih luas dan menguntungkan.
- Mengembangkan posisi produk dan strategi *Marketing Mix*.
- Kemudahan dalam menyesuaikan produk dan strategi.
- Meminimalisir pesaing.

Berdasarkan pengertian diatas, KOLING TRUCK memilih target pasar yaitu, seluruh masyarakat yang menyukai aneka kopi.

3. Positioning

Positioning menurut Rhenald Kasali adalah, “ strategi komunikasi untuk konsumen sebagai jendela komunikasi, agar produk tersebut tersampaikan dengan baik “. (Khasali, Membidik Pasar Indonesia , 1998, p. 527)

Sesuai dengan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Positioning*, sesuatu yang dapat diingat selalu oleh konsumen, karena adanya perbedaan konsep dari pada kedai – kedai yang lain.

KOLING TRUCK saat ini memfokuskan pada pasar menengah ke bawah, dapat dilihat dari harga yang ditawarkan dan segmentasi pasar yang ditargetkan oleh KOLING TRUCK.

B. Validasi Produk

Validasi produk adalah salah satu langkah yang di gunakan suatu perusahaan untuk memastikan apakah masyarakat menyukai produk tersebut atau tidak. Ada beberapa cara yang dapat di lakukan untuk mem validasi suatu produk, salah satunya adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat

Tabel 3. 2
Validasi Produk KOLING TRUCK

n = 48

No.	Pernyataan	Tanggapan	
		Ya	Tidak
1.	Ketertarikan masyarakat terhadap produk dari koling truck	41	7
2.	Ketertarikan masyarakat terhadap menu yang ditawarkan	41	7
3.	Ketertarikan masyarakat untuk membeli produk KOLING TRUCK	45	3

Sumber : olahan penulis 2020.

Berdasarkan hasil dari kuesioner di atas bahwa dapat disimpulkan seperti di bawah ini:

- Sebanyak 41 responden tertarik dengan produk yang KOLING TRUCK sajikan kepada masyarakat.
- Tujuh responden kurang menyukai menu yang di tawarkan dikarenakan tidak terlalu menyukai kopi, dan lebih menyukai minuman sehat.

- Hampir dari seluruh responden tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh KOLING TRUCK.

C. KOMPETITOR

Dalam menjalankan sebuah bisnis tidak akan pernah luput dari pada kompetitor. Baik secara langsung maupun secara tidak langsung yang berpengaruh terhadap pendapatan dari pada usaha tersebut.

Oleh karena itu para wirausahawan harus banyak memperhatikan produk yang akan di jual di tempat usahanya, agar memiliki keunggulan dan keunikan di banding produk kompetitornya.

Dalam hal kompetitor langsung, menurut pengamatan penulis, belum ada kompetitor yang berbisnis menggunakan konsep dari yang penulis buat, namun ada beberapa kompetitor tidak langsung yang bersaing dengan Koling Truck yaitu:

Tabel 3. 3
Kompetitor KOLING TRUCK

No	NAMA KEDAI	ALAMAT
1.	Kedai Habitat	Jl. Rambutan No.8, RT.5/RW.1, Depok Jaya, Kec. Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat 16432

Sumber : olahan Penulis 2020

D. PROGRAM PEMASARAN

Program pemasaran adalah cara yang dilakukan oleh sebuah bisnis untuk mempromosikan atau memasarkan produknya kepada para pelanggan atau konsumen.

Program pemasaran juga dapat diartikan sebagai langkah – langkah dalam memasarkan produk yang dijual oleh suatu bisnis. Berikut adalah program pemasaran dari pada Koling Truck:

Tabel 3. 4

Proyeksi Pemasaran KOLING TRUCK

No	Bulan	Aktivitas	Media Promosi	Biaya Promosi		Total Biaya
				Harga	Jumlah	
1	Januari	Pemasangan iklan di Instagram ads untuk grand opening	Instagram	Rp 250.000	7 Hari	Rp 1.750.000,00
		Pembuatan X-Banner	X-Banner	Rp 75.000	1	Rp 75.000,00
		Pemasangan iklan di twitter ads untuk grand opening	Twitter	Rp 200.000	2 Hari	Rp 400.000,00
Total						Rp 2.225.000,00
2	Februari	Pemasangan iklan di Instagram ads untuk hari kasih sayang	Instagram	Rp 250.000	3 Hari	Rp 750.000,00
		Pembuatan 100 voucher untuk mendapatkan 50% discount	voucher	Rp 500	100	Rp 50.000,00
Total						Rp 800.000,00
3	Maret	Pemasangan iklan di Facebook ads	Facebook	Rp 80.000	2 Hari	Rp 160.000,00
		Pemasangan Iklan di Twitter Ads memperingati hari raya myepi	Twitter	Rp 200.000	1 Hari	Rp 200.000,00
		Endorsement	Instagram	Rp 70.000	1 Hari	Rp 70.000,00
Total						Rp 430.000,00
4	April	Endorsement	Instagram	Rp 70.000	2 Hari	Rp 140.000,00
		Pemasangan iklan di Instagram Ads untuk memperingati hari raya paskah	Instagram	Rp 32.000	1 Hari	Rp 32.000,00
		pemasangan iklan di Instagram Ads untuk memperingati kematian isa almasih	Instagram	Rp 32.000	1 hari	Rp 32.000,00
Total						Rp 204.000,00
5	Mei	Pembuatan 100 brosur ukuran A5	Brosur	Rp 100	100	Rp 10.000,00
		pemasangan Iklan di Instagram Ads untuk memperingati hari raya idul fitri dan mendapatkan discount 20%	Instagram	Rp 32.000	2 Hari	Rp 64.000,00
Total						Rp 74.000,00
6	Juni	Endorsement	Instagram	Rp 70.000	1 Hari	Rp 70.000,00
		Pemasangan Iklan di Instagram Ads untuk memperingati hari kesaktian pancasila	Instagram	Rp 32.000	2 Hari	Rp 64.000,00
Total						Rp 134.000,00
7	Juli	Pemasangan iklan di Instagram ads buy 1 get 1	Instagram	Rp 250.000	3 Hari	Rp 750.000,00
		Pemasangan iklan di twitter ads untuk mendapatkan buy 1 get 1	Twitter	Rp 200.000	2 Hari	Rp 400.000,00
Total						Rp 1.150.000,00
8	Agustus	Endorsement	Instagram	Rp 70.000	2 Hari	Rp 140.000,00
		Pemasangan Iklan di Instagram Ads untuk memperingati hari kemerdekaan Indonesia	Instagram	Rp 32.000	2 Hari	Rp 64.000,00
Total						Rp 204.000,00
9	September	pembuatan 250 sticker	Sticker	Rp 200	250	Rp 50.000,00
		Pembuatan Voucher untuk mendapat discount 15 %	voucher	Rp 500	200	Rp 100.000,00
Total						Rp 150.000,00
10	Oktober	Ikut serta bazar kuliner	Bazar	Rp 1.000.000	2 Hari	Rp 2.000.000,00
Total						Rp 2.000.000,00
11	November	Pemasangan Iklan di Twitter Ads	Twitter	Rp 200.000	2 Hari	Rp 400.000,00
		pemasangan iklan di Instagram Ads	Instagram	Rp 32.000	2 Hari	Rp 64.000,00
Total						Rp 464.000,00
12	Desember	pemasangan iklan di Instagram ads untuk hari natal	Instagram	Rp 250.000	3 Hari	Rp 750.000,00
		pembuatan 250 sticker	Sticker	Rp 200	250	Rp 50.000,00
Total						Rp 800.000,00
						Rp 8.635.000,00

Sumber : olahan Penulis 2020

E. MEDIA PEMASARAN

Agar produk yang dipasarkan dikenal oleh masyarakat dibutuhkan adanya media pemasaran, perlu adanya promosi yang baik agar produk yang ditawarkan di kenal oleh masyarakat. Ada berbagai macam cara yang dapat dilakukan saat ini untuk memasarkan suatu produk seperti, media sosial (online), radio dan televisi (konvensional), dan Artikel dan *newsletter* (penerbitan).

Berikut beberapa media pemasaran yang akan penulis gunakan untuk memasarkan produk Koling Truck:

1. Media Sosial

Perlu diketahui bahwa media sosial merupakan suatu kebutuhan bagi para penggunanya, maka dari itu media sosial juga merupakan tempat yang paling efisien untuk mempromosikan atau memasarkan produk yang dibuat,.

Banyak para pebisnis yang menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk yang di buat, ada beberapa raksasa besar yang menguasai pasar media sosial di Indonesia, salah satu contohnya adalah Instagram, Twitter, dan Facebook.

Di Indonesia sendiri pengguna Intagram menurut *napoleon cat* (goodnewsfromindonesia, 2020) pada periode januari – mei 2020, pengguna Instagram (IG) di Indonesia sendiri mencapai 69.2 Juta (69.270.000) pengguna. Sedangkan untuk pengguna Twitter sendiri di Indonesia sebanyak 19.5 juta pengguna, dan untuk Facebook sebanyak 44.6 Juta pengguna, data ini berdasarkan apa yang di

sampaikan oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo).

Jika di lihat dari banyaknya pengguna sosial media khususnya Instagram, Twitter, dan Facebook di Indonesia, penulis memilih memasarkan produk yang ditawarkan di *platom* tersebut sebagai media promosi.

Penulis akan mempromosikan beberapa iklan di Instagram, Twitter, dan Facebook seperti *grand opening*, hari kasih sayang, hari raya nyepi, hari raya natal dan paskah, hari raya idul fitri dan hari – hari besar nasional lainnya. Terdapat beberapa penawaran menarik di dalam iklan tersebut dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Berikut beberapa contoh promosi yang akan di iklankan di media sosial :

Gambar 3. 1

Iklan di Media Sosial



Sumber : olahan penulis 2020

Gambar 3. 2

Iklan di Media Sosial



Sumber : olahan penulis 2020

2. Banner

Banner akan digunakan untuk mendukung media promosi dari Koling Truck sendiri. Ukuran yang di gunakan untuk benner adalah 3 meter X 1 meter dan akan di pasang sebagai *backgorund* dari pada bar atau bagian dalam truck.

Berikut ini adalah contoh Banner d dari Koling Truck;

Gambar 3. 3

Banner KOLING TRUCK



Sumber : olahan penulis 2020

3. Voucher

Koling Truck juga akan menggunakan voucher untuk media promosi dari pada Koling Truck. Akan di berikan 1 voucher kepada pelanggan yang membeli 5 item secara langsung. Jika pelanggan sudah mengumpulkan 10 voucher dapat di tukarkan dengan 1 produk dari Koling truck secara gratis.

Di bawah ini merupakan contoh voucher yang akan di bagikan kepada pelanggan;

Gambar 3. 4

Voucher KOLING TRUCK



Sumber : olahan penulis 2020

F. PROYEKSI PENJUALAN

Proyeksi penjualan adalah “ proses penyesuaian untuk memperkirakan beberapa kebutuhan untuk masa yang akan datang yang meliputi kuantitas, kualitas, waktu, dan lokasi dalam rangka memenuhi kebutuhan jasa maupun barang “ (Nafarin, 2004, p. 24)

Adapun tahapan proyeksi penjualan seperti yang dikemukakan oleh Douglas Darlymple adalah sebagai berikut :

1. Memprediksi potensi pasar
2. Menentukan metode proyeksi yang akan di pakai
3. Menyusun proyeksi penjualan

Dari penjelasan di atas, berikut contoh proyeksi Koling Truck Selama 5 Tahun.

Tabel 3. 5

Proyeksi Penjualan KOLING TRUCK selama 3 tahun

Year	Total penjualan		average	Total Penjualan
1	25.272	Pax	Rp 25.556	Rp 645.840.000
2	25.282	Pax	Rp 25.556	Rp 646.095.556
3	25.292	Pax	Rp 25.556	Rp 646.351.111
				Rp -
				Rp -

Sumber : olahan penulis 2020

Jika dilihat dari tabel diatas dapat dilihat bahwa, KOLING TRUCK akan mendapatkan keuntungan Rp. 645.840.000 pada tahun pertahunnya dan akan mengalami peningkatan pertahunnya. Pada tahun pertama KOLING TRUCK akan menjual sebanyak 50 porsi perharinya, dan akan meningkat seiring berjalannya waktu.