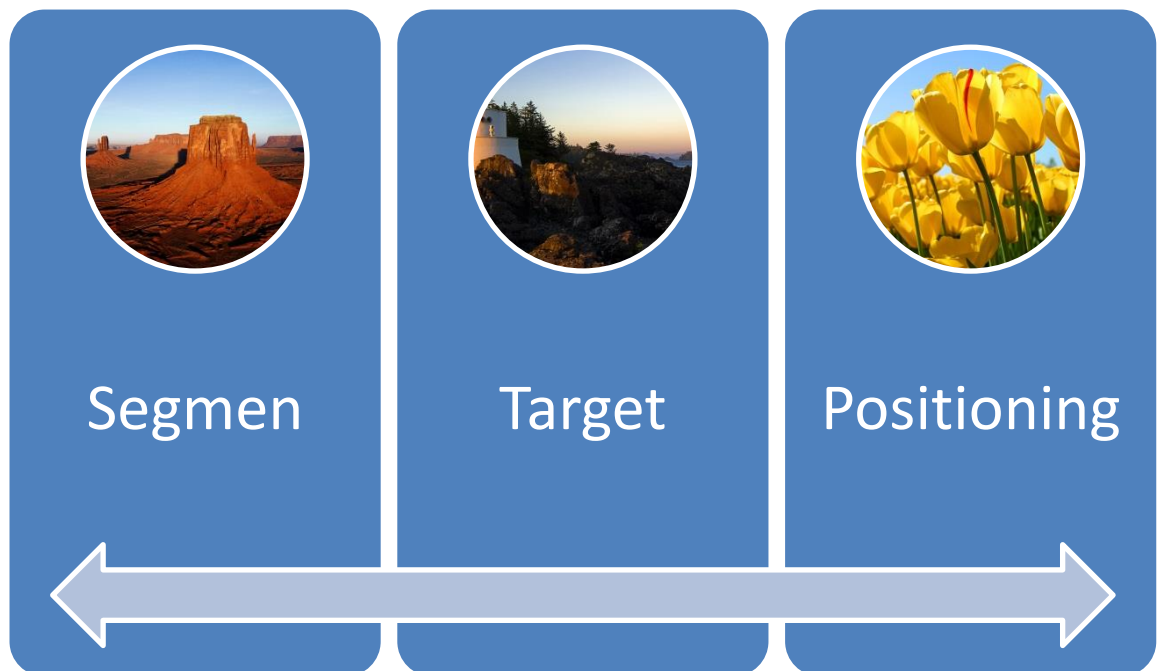


BAB III

RENCANA PROMOSI/PEMASARAN

A. Riset Pasar (Segmen, Target, Positioning)

Eazy Laundry harus membuat strategi pemasaran yang akan mengacu kepada konsumen yang mampu untuk membantu perusahaan ini lebih berkembang dan bisnis ini juga harus mengidentifikasi bagian mana saja dari pasar yang perusahaan dapat bisa di layani dengan benar dan yang bisa paling menguntungkan untuk bisnis ini.



Berikut ini ialah langkah utama cara merancang analisis ini, yaitu :

1. Segmentasi

- Segmentasi Geografi yang dimana CV. Eazy Laundry menentukan kota Bandung untuk menjalankan bisnis ini, karena didalam bisnis ini terdapat laundry khusus Beddings, sehingga di kota Bandung sendiri terdapat hotel bintang 3-4 dan universitas besar seperti UPI, ITB, UNPAD, Telkom, STP NHI Bandung, UNPAS, dan apartemen besar. Dan bisnis ini akan bisa lebih mudah dijalankan melihat dari segi segmentasi geografisnya.
- Segmentasi Demografi CV. Eazy Laundry yaitu memilih usia dari 20-35 tahun dengan pendapatan rata-rata $\pm 1,5 - 5$ juta per bulannya. Pria dan wanita dapat menggunakan jasa Eazy Laundry.

2. Target

Target dari pasar CV. Eazy Laundry adalah semua jenis konsumen, karena melihat dari produk yang di tawarkan tidak terlalu mahal untuk jasa pick up laundry service dan laundry khusus beddings ini sendiri, sehingga semua konsumen ini bisa dapat menggunakan jasa dari Eazy Laundry.

Eazy Laundry menentukan lokasi di kota Bandung di daerah Jl. Cihanjuang dan Setiabudhi banyak Kampus seperti Universitas ilmu komunikasi, Univeritas padjajaran, Universitas harapan bangsa, dan perkantoran, dan Poltek Bandung. Sehingga target dari pasar CV. Eazy Laundry adalah Hotel untuk pencucian linen mereka (Khusus Beddings), mahasiswa dan penghuni apartment

yang dimana mereka cenderung memilih mencuci pakaian mereka dengan jasa Laundry.

3. Positioning

Untuk mengidentifikasi posisi pasar, CV. Eazy Laundry memposisikan sebagai perusahaan yang sangat unik dimana memberikan fasilitas *Aplikasi* untuk memilih mitra Laundry mana saja yang terdekat dari lokasi Eazy Laundry beroperasi, sehingga konsumen dapat mudah mencuci pakaiannya hanya dengan menggunakan aplikasi dan jasa kami akan langsung menuju langsung ke tempat konsumen untuk menjemput pakaiannya.

Selain dari itu Eazy Laundry juga menyediakan tempat Laundry khusus Beddings yang dimana menggunakan mesin yang canggih dan berkualitas tinggi sehingga memberikan hasil yang bersih, dan pewangi yang tahan lama. Harga yang akan di tawarkan dapat terjangkau oleh para konsumen.

B. Strategi Promosi

Strategi promosi CV. Eazy Laundry yaitu memberikan beberapa promosi di social media dan website seperti diskon dan menawarkan paket paket yang akan di tawarkan sehingga akan meningkatkan minat konsumen terhadap jasa kami. Selain dari memberikan promosi, memberikan informasi secara jelas terhadap pelayanan yang akan kami berikan, sesuai dengan keinginan konsumen, seperti menjelaskan/mengenalkan menu dari Eazy Laundry:

- One day service
- Same day service
- Pressing only
- Just iron service
- Shoes laundry
- Helmet laundry
- Laundry beddings
- Laundry /kg
- Iron & folding only

C. Media Promosi

Media promosi yang akan digunakan oleh CV. Eazy Laundry adalah tentunya sosial media karena jaman sekarang sudah era digital semua serba internet maka oleh itu perusahaan kami akan menggunakan social media yang paling sering atau banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu seperti Instagram, Facebook, Twitter, Radio dan tentunya website agar semua informasi tentang CV. Eazy Laundry para konsumen dapat mengetahui secara detail dan lebih meluas.

D. Proyeksi Penjualan

Dalam perencanaan suatu bisnis proyeksi penjualan dibutuhkan untuk meramal atau memprediksi segala sesuatu yang terkait dengan produksi dan permintaan. Peramalan menurut **Nasution dan Prasetyawan (2008:29)** peramalan / *forecasting* adalah proses untuk memperkirakan beberapa kebutuhan dimasa datang yang meliputi kebutuhan dalam ukuran

kuantitas, kualitas, waktu dan lokasi yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi permintaan barang ataupun jasa. Dalam perencanaan bisnis aplikasi Eazy Laundry, proyeksi penjualan dilakukan untuk memprediksi jumlah produk yang terjual dalam hal ini jasa Eazy Laundry yang dibutuhkan konsumen.

TABEL 3.1

Proyeksi Penjualan

Revenue	Target	1 Year	2 Year	3 Year
Laundry Beddings	80.000(5/kg)	192.000.000	211.200.000	232.320.000
Mitra Laundry	9.000 (/kg)	216.000.000	248.000.000	298.080.000
Mitra Driver	2.250	270.000.000	302.500.000	372.600.000
TOTAL REVENUE		486.000.000	558.900.000	670.680.000
OPERATING COST		368.397.160	371.965.733	386.610.791
PROFIT		117.602.840	186.934.267	284.069.209

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa penulis memproyeksikan kenaikan penjualan sebesar 10% disetiap taunnya, yang mana pada taun pertama profit yang diperoleh sebesar Rp. 117.602.840 diperkirakan akan naik 10% menjadi Rp.186.934.267di tahun ke-2. Dan di tahun ke-3 penjualan diprediksi akan mengalami kenaikan sebesar 20% dari penjualan tahun pertama.