

BAB III

RENCANA PEMASARAN

3.1 Riset Pasar

3.1.1 Segmen Pasar

Segmentasi pasar adalah salah satu strategi dalam dunia bisnis dengan mengelompokkan produk yang dimiliki sesuai dengan kesamaan, kemiripan, minat serta kebutuhan pelanggan (jurnal.id, 2020). Segmen pasar dapat dibagikan menjadi beberapa kelompok :

- Segmentasi pasar berdasarkan geografis :

GEPREK BARU menargetkan segmen pasar dari lokasi yang berada dari radius 5 kilometer Jalan A.H.Nasution, lokasi ini dihuni oleh banyak penduduk dengan perumahan, perkantoran, dan *Mall* Ubertos.

- Segmen pasar demografi :

GEPREK BARU menargetkan semua jenis kelamin dari usia 20 sampai 40 tahun yang gemar mengkonsumsi ayam. Salah satu fokus calon pembeli adalah pegawai yang sibuk dan yang kurang punya waktu untuk menyiapkan bekal sendiri.

- Segmen pasar psikografis :
GEPREK BARU juga menargetkan untuk orang-orang yang gemar akan promo, diskon, dan bonus-bonus pembelian lainnya.
- Segmen pasar dari *spending power* :
GEPREK BARU menawarkan produknya kisaran Rp.20.000 kepada semua calon pembelinya yang pastinya masih terjangkau dan relative murah.
- Segmen pasar dari preferensi makanan :
Penduduk Ujung Berung sudah mengetahui ayam geprek dan cukup menggemari produk itu dilihat dari situasi restoran kompetitor di daerah itu.

3.1.2 Target Pasar

Daerah Ujung Berung merupakan daerah pengembangan yang berada di Kota Bandung Barat, yang dipenuhi akan perumahan, perkantoran, dan pabrik, maka dapat diasumsikan daerah ini akan padat penduduk. GEPREK BARU menargetkan lokasi pasar yang berada di Jalan A.H.Nasution, yang merupakan daerah padat yang selalu diakses oleh banyak masyarakat. Jalan ini pun merupakan daerah perkantoran dan kios-kios usaha yang ramai dan sering dikunjungi masyarakat. Sehingga dengan membuka lapak usaha GEPREK BARU akan dengan mudah diketahui banyak orang yang mengakses jalan

tersebut. Dengan membuka usaha di lokasi tersebut, maka segmen pasar GEPREK BARU dapat lebih meluas dari perkiraan segmen pasar GEPREK BARU sendiri.

GEPREK BARU juga menargetkan penjualan ke pasar dengan menggunakan pelayanan makanan cepat saji dengan rasa yang menarik dengan harga yang terjangkau.

3.1.3 Posisi Pasar

Posisi pasar adalah kegiatan merancang produk dan bauran pasar (*marketing mix*) agar menciptakan kesan tertentu diingatan atau benak konsumen (ilmu-ekonomi-id.com, 2020). GEPREK BARU berkeinginan untuk memiliki posisi pasar yang diketahui sebagai penyedia ayam geprek yang berbeda dari ayam geprek yang lain, yaitu ayam geprek dengan bumbu masakan khas Indonesia yang belum pernah dijumpai di restoran manapun.

3.2 Validasi Produk (Market Fit)

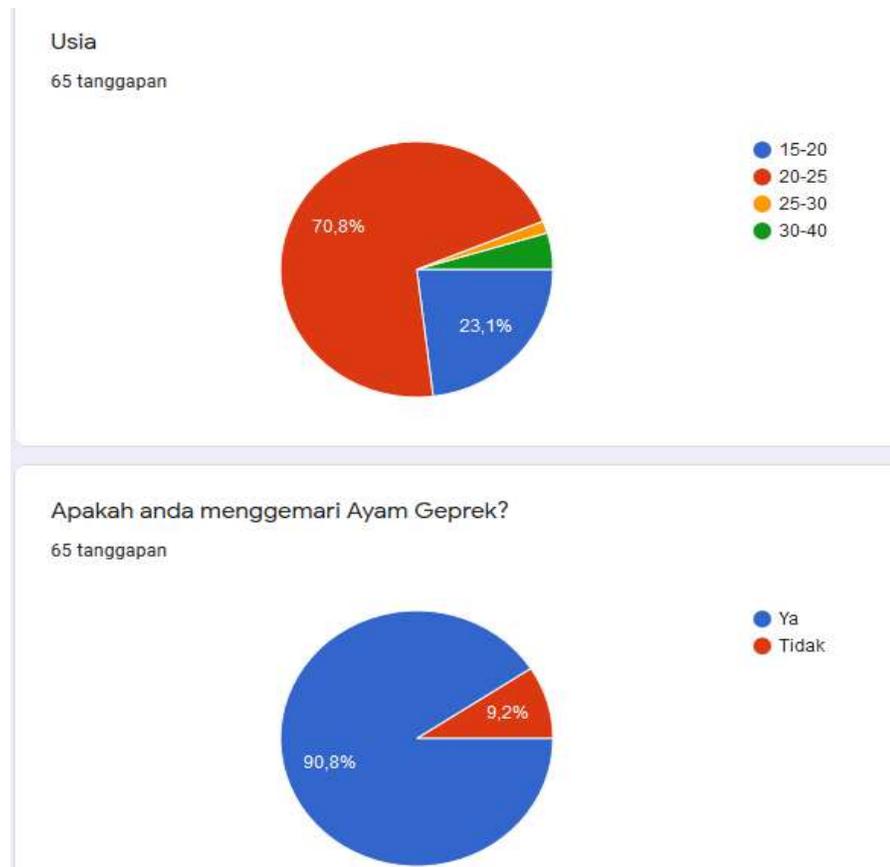
Validasi ide adalah proses pengujian sebelum meluncurkan nama bisnis, slogan, produk, layanan, atau situs *web* usaha. Ini seperti proses penelitian dan pengembangan yang digunakan perusahaan besar untuk menguji ide produk sebelum dirilis ke masyarakat umum. (jurnal.id, 2020)

Penulis sudah membagi kuisisioner melalui *google form* untuk mempraktekkan pengujian ide hasil usaha ke beberapa responden dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

- Alamat email
- Nama lengkap
- Usia
- Apa anda menggemari Ayam Geprek?
- Apakah anda menggemari Rendang?
- Apakah anda menggemari Taliwang?
- Apabila ada menu yang menggabungkan Ayam dengan taliwang, apakah anda bersedia untuk mencobanya? Berikut contoh produk
- Apabila ada menu yang menggabungkan Ayam dengan rendang, apakah anda bersedia untuk mencobanya? Berikut contoh produk dengan contoh produk geprek lainnya.
- Apakah anda bersedia untuk membeli produk ini dengan harga Rp.25.000? Bila tidak, uraikan alasannya di kolom lainnya.
- Setelah melihat ilustrasi diatas, tolong berikan komentar dan saran menurut kalian masing-masing. Terimakasih.

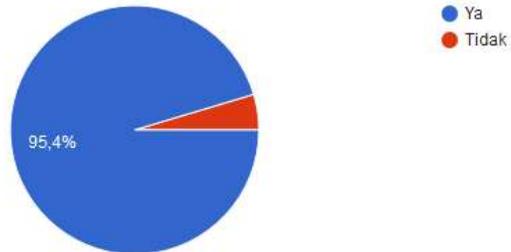
Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan diatas, ada 28 responden yang sudah mengisi kuisisioner dan mencantumkan kritik dan saran mereka masing-masing dalam kurun waktu dua hari dengan hasil seperti berikut :

GAMBAR 3.1
KUISISIONER GEPREK BARU



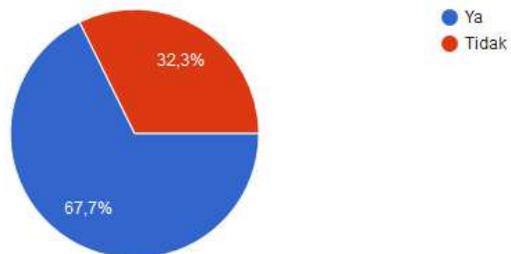
Apakah anda menggemari Rendang?

65 tanggapan



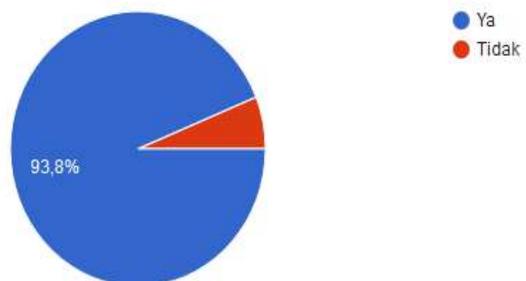
Apakah anda menggemari Taliwang?

65 tanggapan



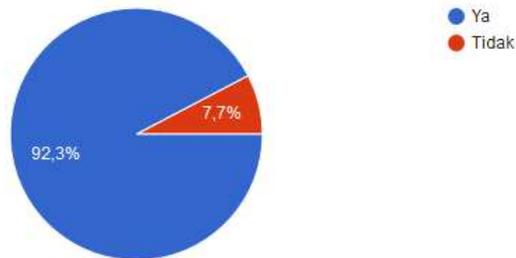
Apabila ada menu yang menggabungkan Ayam dengan taliwang, apakah anda bersedia untuk mencobanya? Berikut contoh produk

65 tanggapan



Apabila ada menu yang menggabungkan Ayam dengan rendang, apakah anda bersedia untuk mencobanya? Berikut contoh produk

65 tanggapan



Apakah anda bersedia untuk membeli produk ini dengan harga Rp.25.000? Bila tidak, uraikan alasannya di kolom lainnya.

65 tanggapan



Sumber : Desain penulis, 2020

Dari respon 65 orang dengan mayoritas umur 20 sampai 25 menyatakan bahwa mereka penggemar ayam geprek, rendang, dan beberapa penggemar taliwang. Seluruh responden bersedia untuk mencoba produk GEPREK BARU dengan beberapa catatan tertentu yang akan menjadi poin perubahan yang perlu dilakukan penulis agar dapat memenuhi keinginan pasar berdasarkan saran dan kritik responden. Seperti harga yang disesuaikan dengan konten produk, kemasan, jenis menu dan sebagainya.

Berdasarkan hasil kuisisioner, penulis menjadi yakin bahwa usahanya dapat diterima dengan baik oleh pasar dengan syarat usaha ini dapat fleksibel dan dapat menerima saran dan kritik dari pasar.

3.3 Kompetitor

Kompetitor adalah badan atau organisasi usaha yang menawarkan barang atau jasa yang serupa atau memiliki perbedaan-perbedaan tertentu maupun yang spesifik yang memiliki tujuan dengan badan usaha yang lain yaitu mendapat keuntungan. GEPREK BARU menggunakan konsep usaha yang menawarkan produk ayam geprek yang sudah dikenali banyak orang, letak perbedaannya terdapat pada kombinasi bumbu Indonesia yang menjadi nilai jual yang pembedakan geprek lainnya. GEPREK BARU juga menggunakan *stand-booth* untuk menargetkan pasar yaitu jenis konsumen yang membutuhkan jasa makanan cepat dan dapat dibawa untuk dikonsumsi lain waktu.

Berikut tabel yang berisikan usaha-usaha lain yang berjalan yang memiliki konsep yang serupa dengan GEPREK BARU dalam radius 5 kilometer dari lokasi usaha :

TABEL 3.1

DAFTAR NAMA PENYEDIA USAHA

No.	BRAND
1	Ayam Geprek Sakahayang
2	Raihan Fried Chicken
3	Ayam Goreng & Geprek Meteor
4	Jagoan Geprek

Sumber : Penulis, 2020

Berikut ulasan survey yang penulis lakukan ke beberapa competitor yang memiliki usaha yang serupa, sebagai berikut :

TABEL 3.2

SURVEY USAHA LAIN

4P	Ayam Geprek Sakahayang	Raihan Fried Chicken
Price	Rp.17.000-23.000	Rp.6.000-11.000
Place	Tempat makan kecil, banyak take out, didalam gang	Kedai kecil, dipinggir jalan besar
Promotion	Penjualan online melalui GoFood, pembayaran dengan ovo, dana	Web khusus
Product	Masakan rumah seperti ayam goreng, nasi paket, roti bakar	Ayam geprek
4P	Ayam Goreng & Geprek Meteor	Jagoan Geprek
Price	Rp.11.000-17.000	Rp.15.000-25.000
Place	Kedai kecil, lokasi persimpangan dari jalan utama	Dipinggir jalan besar, ruko kecil
Promotion	GoFood	Mulut ke mulut
Product	Ayam Geprek, minuman	Ayam Geprek, Kulit goreng, minuman

Sumber : Penulis, 2020,

3.4 Program Pemasaran

Program pemasaran adalah sebuah rencana yang disiapkan untuk mencapai tujuan atau target sebuah perusahaan. Untuk mencapai tujuan itu ada beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai alat bantu untuk mencapainya, (a) Produk, (b) Harga, (c) Tempat, (d) Promosi. Seluruh aspek itu harus dimaksimalkan untuk mencapai tujuan atau target perusahaan.

Produk yang ditawarkan GEPREK BARU adalah ayam goreng tepung yang sudah diracik dengan bumbu khas *brand* ini, kemudian di geprek dengan bumbu khas masakan Indonesia sebagai pembeda dengan geprek lain yang umumnya selalu dilengkapi dengan sambal. Harga produk GEPREK BARU menggunakan harga yang *reasonable*, tidak hanya mengincar angka yang kecil dimata banyak orang, tetapi tetap disesuaikan dengan konten dan kualitas bahan, karena GEPREK BARU menomorsatukan kualitas produknya. Kisaran harga sebesar Rp.16.000 rupiah dengan set paket yang sudah lengkap dari ayam, nasi, lalap, tempe, tahu, teh manis dan bumbu khas masing-masing menunya.

Lokasi usaha GEPREK BARU terletak di Jalan A.H.Nasution, mengandalkan arus yang ramai penduduk dan dipenuhi kios-kios usaha lain, jalan ini menjadi sangat padat dan terkadang terjadi kemacetan karena adanya persimpangan lampu merah. GEPREK BARU dapat memanfaatkan situasi ini untuk membuka usaha dengan

lapak terbuka dan terlihat oleh orang-orang, diharapkan orang-orang dengan mudah dapat menyadari adanya *brand* penyedia masakan cepat saji dengan bahan dasar ayam.

Promosi GEPREK BARU akan menggunakan beberapa cara, diantaranya menggunakan *platform Instagram Bussiness* dan *Facebook Ads* sebagai penyedia informasi basis akan produk dan promosi yang disediakan. Kemudian meningkatkan *engagement* dengan calon konsumen dan konsumen, dengan mengadakan *campaign*, diantaranya seperti *giveaway campaign*, *merchandise campaign*. Strategi promosi berikutnya adalah bonus pembelian, memberikan sesuatu sebagai penambah nilai jual kepada produk untuk menambah nilai pada produk maupun pada *brand* itu sendiri. Kemudian mengadakan diskon untuk pembelian produk yang tujuan utamanya adalah menarik konsumen yang gemar akan diskon.

3.5 Media Pemasaran

GEPREK BARU mengutamakan media pemasaran *online*, dalam bentuk media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*,

kemudian penyedia jasa *online* seperti Go-jek. GEPREK BARU akan merancang halaman bisnis *online* yang mudah dipahami dan mudah untuk disebar dengan mekanisme *online* melalui *Instagram Business page*, dan *Facebook Ads*. Go-jek akan dijadikan sebagai sarana operasional untuk melakukan usahanya secara *online* melalui *platform Go-Food*. Meskipun mengutamakan media pemasaran *online*, GEPREK BARU tidak menghapus kemungkinan untuk melakukan promosi secara *offline*, akan tetap diadakan promosi melalui selebaran, pamflet, dan kartu nama usaha yang dibagikan ke orang-orang dan dicantumkan dalam kemasan produk.

3.6 Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan dibutuhkan sebuah usaha untuk mengukur hasil sebuah usaha itu dapat menguntungkan atau tidak, kemudian untuk memantau perkembangan sebuah perusahaan. Sebuah proyeksi sangatlah penting untuk setiap jenis usaha, maka penulis akan menjabarkan pendekatan-pendekatan penulis untuk merancang proyeksi penjualan.

Dikarenakan GEPREK BARU adalah bisnis baru, maka dari itu usaha ini tidak memiliki data histori penjualan sendiri. Maka, pendekatan sederhana dapat dilakukan dengan cara meneliti usaha-

usaha yang serupa dengan usaha ini. Cara sederhana bisa dalam bentuk percakapan dengan pihak usaha yang sejenis untuk mendapatkan informasi umum mereka, memang tidak sempurna tapi dapat menambah wawasan penulis untuk usaha ini.

Kemudian memperkirakan penjualan berdasarkan lokasi dan pelanggan yang potensial. Dalam halnya ini GEPREK BARU memperkirakan berapa banyak pelanggan yang potensial dari radius lima kilometer dari lokasi usaha, lalu kemungkinan pembeli akan kembali lagi untuk mengkonsumsi produknya dan juga potensi pembeli lain dari jumlah populasi radius lima kilometer tersebut.

Kemudian menentukan pengeluaran rata-rata pembeli yang rasional. GEPREK BARU menawarkan produknya dengan rata-rata harga sebesar Rp.16.000 per pakatnya, berikut adalah tabel harga pilihan menu :

TABEL 3.3

TABEL HARGA PRODUK

No.	Menu	Harga
1	Geprek Rendang	Rp.16.000
2	Geprek Taliwang	Rp.16.000

3	Geprek Kuning Pedas	Rp.16.000
---	---------------------	-----------

Sumber : Rancangan penulis, 2020

Dengan rancangan harga produk dari tabel diatas, GEPREK BARU menentukan pengeluaran dalam setiap rata-rata pembelian sebesar Rp.16.000,00 rupiah. Kemudian perkiraan jumlah porsi yang terjual dalam setahun akan diproyeksikan sebagai berikut :

TABEL 3.4

PROYEKSI PENJUALAN GEPREK BARU

MONTH	AVERAGE PRICE	PAX/MONTH	REVENUE
Feb	IDR 16,000.00	1412	IDR 22,592,000.00
Mar	IDR 16,000.00	1553	IDR 24,851,200.00
Apr	IDR 16,000.00	1708	IDR 27,331,200.00
Mei	IDR 16,000.00	1878	IDR 30,051,200.00
Juni	IDR 16,000.00	2065	IDR 33,043,200.00
Juli	IDR 16,000.00	1413	IDR 22,608,000.00
Agus	IDR 16,000.00	1554	IDR 24,868,800.00
Sept	IDR 16,000.00	1709	IDR 27,348,800.00
Okt	IDR 16,000.00	1879	IDR 30,068,800.00
Nov	IDR 16,000.00	2066	IDR 33,060,800.00
Des	IDR 16,000.00	1414	IDR 22,624,000.00
Jan	IDR 16,000.00	1555	IDR 24,886,400.00
Feb	IDR 16,000.00	1710	IDR 27,366,400.00
TOTAL		21919	IDR 350,700,800.00