

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar (Segmen, Target, *Positioning*)

Riset pasar adalah hal yang sangat penting dalam mendirikan suatu usaha. Dengan menggunakan riset pasar, kita dapat mengetahui apa saja yang sedang diperlukan oleh masyarakat saat ini. Suatu usaha dapat mengembangkan keunggulan yang dimiliki usaha tersebut dan juga mengetahui strategi terbaik dalam menjalankan usaha sehingga dapat menghasilkan laba yang optimal.

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan pengelompokan karakteristik konsumen yang memiliki kebutuhan tertentu dan berbeda. Segmentasi **Tjiptono dan Chandra (2012:150)**, “Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses mengelompokan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok – kelompok atau segmen – segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku, atau respon terhadap program pemasaran spesifik”.

- Segmen Geografi

Segmentasi geografi yaitu yang berhubungan dengan lokasi atau penempatan dari bisnis tersebut. *Hikari Treatment* tidak terlalu berpengaruh dengan tempat dikarenakan bisnis ini langsung ke tempat konsumen dengan menggunakan kendaraan, hanya saja jika terlalu jauh tempat tujuan konsumen akan dikenakan biaya tambah.

- Segmentasi Psikografis

Yaitu segmen pasar yang dibagi menjadi berkelompok dengan pembagian berdasarkan jenis kelamin, usia dan tingkat ekonomi. Dalam segmen ini Hikari

Treatment menerima konsumen dari semua jenis kelamin, dan juga membidik usia mulai dari 18-50 tahun.

- Segmentasi Psikografis

Segmen ini adalah pengelompokan pasar berdasarkan kepribadian, gaya hidup dan kelas sosial. Dengan melihat pada era new normal ini tentu saja hampir semua orang menjaga kebersihan dalam melakukan sesuatu. Begitupula dengan adanya bisnis ini akan membersihkan Kasur dan sofa konsumen yang nantinya konsumen akan merasa nyaman dan bersih saat tidur atau duduk.

2. Target Pasar

Target pasar adalah Langkah suatu usaha dalam menentukan siapa yang akan menjadi konsumen untuk usaha tersebut. Langkah menentukan target pasar adalah untuk lebih mengerucutkan konsumen potensial yang akan membeli ataupun menggunakan produk dan jasa yang akan di pasarkan. Berikut adalah pendapat **Donni Juni (2017:44)** “*Targetting* adalah menentukan segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu bisnis atau perusahaan”.

Target pasar yang dipilih oleh *Hikari Treatment* sendiri adalah menengah kebawah sampai dengan menengah keatas. Karena dengan melihat produk yang ditawarkan cukup relatif untuk jasa pembersihan Kasur dan sofa ini.

Dengan memilih kota Bandung sebagai kota yang dipilih untuk membuka jasa ini yang tepat nya di daerah Ciwastra, karena melihat daerah buah batu dan sekitarnya cukup efektif dikarenakan banyaknya perumahan, akomodasi seperti hotel dan apartmen, dan juga rumah sakit.

3. Positioning

Positioning merupakan penempatan produk pemasaran agar tercipta suatu kesan tertentu di dalam ingatan konsumen. Dengan adanya positioning agar terciptanya nilai

yang cocok menurut konsumen sehingga dapat menjadi alasan untuk konsumen membeli produk yang akan dijual. Menurut **Kotler dan Keller (2009:262)**, “Positioning adalah cara produk, merek atau organisasi perusahaan dipersepsikan secara relatif dibandingkan dengan produk, merek atau organisasi pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan”.

Ciri khas ini dibuat sehingga pelanggan dapat melihat perbedaan yang dimiliki dengan pesaing dan dapat menimbulkan persepsi yang baik dari pelanggan. *Hikari Treatment* memposisikan dirinya berdasarkan atribut, yaitu dilihat dari penggunaan mesin vacuum yang canggih dalam proses pembersihan dan kering saat pengerjaan, tidak membuat Kasur atau sofa rusak sehingga membedakan usaha ini dengan yang lainnya.

B. Validasi Produk – Market Fit

Setiap bisnis pasti memiliki kelayakan untuk memvalidasikan produknya yang nanti akan dijual. Validasi merupakan suatu tindakan pembuktian dengan cara sesuai bahwa tiap bahan, prosedur, kegiatan, system mekanisme yang digunakan dalam setiap produksi dan pengawasan akan mencapai tujuan atau hasil yang diinginkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) validasi adalah pengajuan kebenaran atas sesuatu. Maka dari itu, validasi produk merupakan sebuah tindakan pembuktian bahwa produk yang dihasilkan berkualitas dan sesuai dengan yang diharapkan.

Hikari Treatment sudah sangat mampu mencapai produk – *market fit* karena usaha ini sudah dapat memenuhi kebutuhan karyawan dan konsumen yaitu membersihkan Kasur dan sofa. Selain itu, usaha ini juga sudah memiliki nilai tambah yaitu dengan menggunakan vacuum yang canggih dan diakhir pembersihan akan diberikan pengharum Kasur dan sofa yang sepenuhnya pembersihannya dengan kering. Maka dari itu, *Hikari Treatment* sudah sangat sesuai dengan kebutuhan pasar yang tersedia.

C. Kompetitor

Dalam mendirikan suatu usaha, tentunya tidak akan terlepas dari pesaing atau competitor. Namun, pesaing bukanlah suatu hal yang buruk bagi suatu usaha tapi bisa digunakan sebagai tolak ukur usaha tersebut. Suatu usaha dapat melihat apa yang menjadi keunggulan dari usahanya dibandingkan dengan usaha sejenis lainnya. Berikut adalah contoh pesaing dari usaha *Hikari Treatment* dan juga perbedaannya :

- *Cipta Karya Utama*



Gambar 3.1 Logo *Cipta Karya Utama*

Cipta Karya Utama adalah bisnis yang hampir sama dengan bisnis *Hikari Treatment*, namun bedanya tidak berfokus pada Kasur dan sofa saja *Cipta Karya Utama* juga melakukan pencucian pada karpet, gordena dan jok mobil. Perbedaan lainnya *Cipta Karya Utama* juga jangkauannya sudah luas di beberapa kota. Perbedaan yang terakhir adalah *Cipta Karya Utama* melakukan pembersihan dengan cara basah dan dengan manual menggunakan sikat dan vacuum extractor sedangkan *Hikari Treatment* melakukan pembersihan dengan kering menggunakan vacuum yang canggih. Ini merupakan keunggulan dari *Hikari Treatment* dimana jika melakukan pencucian dengan basah akan memakan waktu yang lama dikarenakan harus mengeringkan Kasur atau sofa.

D. Program Pemasaran

Dalam hal pemasaran atau *marketing*, tentu saja dibutuhkan strategi. Strategi pemasaran atau promosi adalah sebuah alat untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang dan rencana untuk mencapai suatu sasaran usaha yang diinginkan. Promosi juga merupakan aktivitas perusahaan yang sifatnya memberikan sebuah informasi kepada konsumen untuk menarik ketertarikan para konsumen agar konsumen membelik produk yang kemudian bisnis akan mendapatkan profit. Menurut **Sigit (2007:101)**, “Promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dengan barang atau jasa yang akan ditawarkan”.

Terdapat empat jenis kegiatan promosi yang dapat dilakukan dalam membuat suatu usaha atau bisnis, sebagai berikut :

1. Periklanan

Periklanan merupakan kegiatan atau aktivitas menyebar luaskan informasi antara penjual dan calon pembeli untuk menarik konsumen agar dapat menjadikannya pelanggan. Periklanan dalam Hikari Treatment sepenuhnya akan menggunakan media internet dan juga media sosial seperti Facebook, Youtube, Instagram ataupun menggunakan jasa influencer.

2. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah strategi berbagai rangsangan yang diberikan perusahaan untuk meningkatkan penggunaan produk yang dijual atau ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen langsung. Oleh sebab itu, *Hikari Treatment* akan membuat strategi penggunaan promo dimana setelah mencuci Kasur atau sofa 5 kali akan mendapatkan gratis 1 kali dan juga setiap pembersihan akan mendapatkan merchandise totebag dan

sticker. Hal ini dirasa akan efektif dalam menjalankan hubungan baik dengan pelanggan.

E. Media Pemasaran

Dalam memasarkan suatu produk atau jasa, suatu usaha tentunya memerlukan media yang tepat untuk menyampaikan produknya kepada masyarakat. Dengan media promosi yang tepat, informasi yang ingin disampaikan akan diterima dengan baik oleh masyarakat dan dapat meningkatkan penjualan.

Di era sekarang ini, media yang paling efektif yang digunakan adalah media sosial karena hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakan media sosial. Maka dari itu, media yang digunakan oleh Hikari Treatment Facebook, Youtube dan juga Instagram. Karena seperti yang kita tahu Sekarang ini sudah sangat jarang masyarakat yang tidak mengenal *gadget* apalagi media sosial. Dengan begitu akan memudahkan untuk mempromosikan produk agar dapat dilihat oleh masyarakat.

F. Proyeksi Penjualan

Proyek penjualan merupakan suatu cara untuk memperkirakan potensi penjualan yang akan dilakukan usaha tersebut. Berikut adalah proyeksi penjualan dari *Hikari Treatment* :

Tabel 3.1

Target Penjualan

Target Penjualan Perbulan		
Bulan	Produk	Target
Januari	Kasur atau Sofa	360
Februari	Kasur atau Sofa	360
Maret	Kasur dan Sofa	360

April	Kasur dan Sofa	360
Mei	Kasur dan Sofa	360
Juni	Kasur dan Sofa	360
Juli	Kasur dan Sofa	360
Agustus	Kasur dan Sofa	360
September	Kasur dan Sofa	360
Oktober	Kasur dan Sofa	360
November	Kasur dan Sofa	360
Desember	Kasur dan Sofa	360
TOTAL		4320

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Tabel 3.2
 Proyeksi Penjualan 1 Tahun
 (Dalam Rupiah)

Proyeksi Penjualan 1 Tahun	
Bulan	Revenue Streams
Januari	46.800.000
Februari	46.800.000
Maret	46.800.000
April	46.800.000
Mei	46.800.000
Juni	46.800.000
Juli	46.800.000
Agustus	46.800.000

September	46.800.000
Oktober	46.800.000
November	46.800.000
Desember	46.800.000
Total	561.600.000

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Tabel diatas merupakan perhitungan untuk 1 tahun penjualan oleh *Hikari Treatment*. Angka tersebut didapatkan dari target penjualan dan perkiraan nilai jual yang sebelumnya akan dijelaskan. Sedangkan untuk target penjualan tahun berikutnya, usaha *Hikari Treatment* meningkat target penjualannya sebanyak 10% pertahun. Berikut target penjualan untuk 5 tahun kedepan :

Tabel 3.3
Target Penjualan 5 Tahun Kedepan

Tahun ke-	Harga/ Kasur atau Sofa	Target	Total	Grand Total
1	130.000	40%	561.600.000	224.640.000
2	130.000	50%	561.600.000	280.800.000
3	130.000	60%	561.600.000	336.960.000
4	130.000	70%	561.600.000	393.120.000
5	130.000	80%	561.600.000	449.280.000

Sumber Olahan Penulis, 2020

Jadi dapat dilihat bahwa peningkatan target penjualan dari usaha *Hikari Treatment* meningkat sebanyak 10% nya dan mxeningkatkan total revenue