

BAB III

RENCANA PEMASARAN

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

Riset pasar atau *market research* merupakan sebuah penelitian yang sistematis, diawali dengan penelitian dengan pengumpulan data yang nantinya akan menjadi suatu hasil analisa yang dapat berupaya mengantisipasi kinerja pemasaran yang akan dilakukan agar hasilnya maksimal. Hal ini juga dilakukan untuk mengetahui segmentasi, target, serta *positioning* dari usaha yang penulis rencanakan guna berlangsungnya pemasaran yang sesuai pasar dengan tujuan akhir keuntungan dan usaha ini pun dapat terus berkembang.

Dalam menentukan riset pasar, menentukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* produk menjadi suatu metode strategi pemasaran yang tepat dan juga dianggap menjadi salah satu metode paling efektif. Berikut merupakan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* untuk usaha *Luxcation Bag Laundry & Store* :

1. Segmentasi

Segmentasi atau *segmentation* yang mana pada dasarnya adalah strategi untuk memahami struktur dari pasar usaha yang akan dibuat. Segmentasi biasanya dilakukan selain dengan riset pasar juga dilakukan dengan analisis data pelanggan. Dalam hal segmentasi kita dapat mengelompokkan individu-individu berdasarkan aspek dibawah ini :

- a) Demografi, terdiri dari beberapa kombinasi seperti usia, jenis kelamin, pendapatan ataupun pekerjaan, status pendidikan, etnis, dan juga status perkawinan. *Luxcation Bag Laundry & Store* mempunyai target pasar dengan wanita atau pun pria dengan gaya hidup mewah yang berpenghasilan tinggi. Wanita dan pria yang dituju mulai dari kalangan dewasa dengan kisaran umur 25-45 tahun dan juga wanita dan pria yang masih remaja, yang mana di era sekarang para remaja juga tidak jarang yang memakai tas mewah serta mulai menjadikan tas mewah tersebut salah satu koleksinya. Dengan rata-rata pendapatan wanita dan pria diatas 15 juta, target pasar *Luxcation Bag Laundry & Store* dirasa sudah tepat. Dan untuk para remaja, mereka biasanya akan pula berkeinginan merawat tas mewah yang dimilikinya dengan hasil pendapatan orang tua. Walaupun disini usaha penulis memiliki target pasar kalangan wanita dan pria dengan penghasilan tinggi, tapi tidak mengecualikan juga yang lainnya untuk menggunakan jasa *Luxcation Bag Laundry & Store*.
- b) Psikografi, dari sini kita dapat mengetahui alasan para pelanggan menggunakan jasa dan membeli produk di *Luxcation Bag Laundry & Store* dari gaya hidup, sikap para pelanggan ataupun kepribadiannya, hobi maupun sosialnya. Dengan menargetkan calon pelanggan dengan gaya hidup yang mewah, maka dipastikan mereka memiliki waktu yang sedikit dan selalu memilih jalan mudah. Peran *Luxcation Bag Laundry & Store*

akan sangat membantu mereka dalam hal merawat tas-tas yang mereka miliki. Dengan adanya penjualan produk tas mewah yang asli akan menambah kesan elegan dan mendukung kepercayaan calon pelanggan pada *Luxcation Bag Laundry & Store*. Kalangan-kalangan sosialita baik wanita maupun pria akan sangat memperhatikan keaslian dan hasil dari jasa maupun produk yang akan mereka gunakan.

- c) Geografi, dalam hal geografi kita dapat mengelompokan pasar berdasarkan lokasi atau wilayah, iklim maupun kepadatan penduduk di tempat kita membuka usaha. Keberadaan *Luxcation Bag Laundry & Store* yang mana akan berlokasi di Mall Paris Van Java yang ada dikota Bandung dirasa cocok dengan kondisi saat ini yang mana penduduk dari kota Bandung sudah mulai banyak mengikuti trend koleksi barang-barang mewah khususnya tas. Di kota Bandung sendiri, persaingan laundry tas dirasa masih kecil apalagi mengenai penjualan tas mewah asli dengan status baru ataupun *second* yang mana di kota Bandung sendiri belum tersedia *official store* dari beberapa merek tas mewah. Hal itu akan menambah ketertarikan para calon pelanggan untuk berkunjung dan membeli produk maupun jasa *Luxcation Bag Laundry & Store*. Pemilihan lokasi di Mall Paris Van Java beralasan karena Mall memiliki ciri khas sendiri yang mana para pengunjungnya pun rata-rata kalangan menengah keatas. Dalam hal ini tempat tinggal dari para pelanggan juga

sedikit banyak berpengaruh pada perilaku pembelian mereka, dan lokasi *Luxcation Bag Laundry & Store* berada di dekat tempat tinggal kalangan penghasilan tinggi.

2. Target

Luxcation Bag Laundry & Store memiliki target pria dan wanita berpenghasilan tinggi dan gaya hidup mewah dari kalangan dewasa maupun remaja ini mendukung penulis agar membuka usaha ini di Mall Paris Van Java Bandung. Berada di dekat tempat tinggal mewah dan dekat dengan jalan tol menjadikan mall ini selalu ramai pengunjung menengah ke atas. Mall ini pun sering menjadi tujuan para kalangan menengah keatas untuk berbelanja. Adanya *store* barang mewah lainnya di mall ini menjadi pendukung *Luxcation Bag Laundry & Store* untuk membuka usaha di Mall Paris Van Java. Seimbangny antara remaja dan dewasa untuk pengunjung Mall Paris Van Java juga dapat menjadi lokasi tepat usaha ini pada pasar yang ditargetkan.

3. Positioning

Positioning merupakan strategi usaha dalam menempatkan produk pemasaran yang dapat menciptakan kesan tertentu untuk para pelanggan dan dapat membedakan produk ataupun jasa yang kita miliki dengan usaha pesaing. *Positioning* juga bertujuan untuk menciptakan nilai yang cocok dimata para pelanggan yang akan menjadi alasan para pelanggan membeli produk ataupun menggunakan jasa *Luxcation Bag Laundry & Store*. Cara

menanamkan citra, imajinasi serta persepsi atas produk dan jasa dalam usaha penulis yang akan ditawarkan kepada konsumen melalui proses komunikasi juga termasuk dalam strategi *positioning* ini. *Luxcation Bag Laundry & Store* memosisikan sebagai usaha yang bergerak pada jasa laundry tas dengan kelas premium yang menjadi tempat yang baik untuk pencucian maupun perawatan tas-tas bermerek dan juga *store* pertama di Bandung yang menjual tas baru maupun *second* bermerek yang keasliannya terjamin.

B. Validasi Produk – *Market Fit*

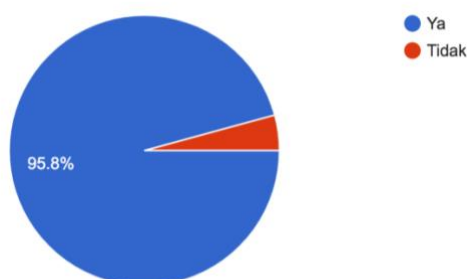
Suatu usaha di buat pastinya sesuai dengan apa yang diminati dan dibutuhkan masyarakat, maka dari itu penulis juga membutuhkan survey dari beberapa kelompok yang mana melihat seberapa minat dan tertarik mereka nantinya pada usaha yang akan penulis bangun. Jasa dari usaha yang penulis bangun merupakan suatu solusi untuk para kalangan menengah keatas yang tidak memiliki banyak waktu untuk merawat ataupun sekedar membersihkan tas-tas yang mereka miliki. Dalam hal validasi produk ini juga bertujuan agar penulis dapat melihat seberapa tertarik masyarakat pada jasa pencucian tas berkualitas tinggi dengan memperhatikan ketelitian, kualitas, hasil yang maksimal dan bahan serta proses yang baik dan benar. Serta mencari tahu seberapa tertarik masyarakat dengan produk tas yang akan penulis jual di *Luxcation Bag Laundry & Store* yang mana tas tersebut baru maupun *second* tetapi keasliannya terjamin. Berikut merupakan hasil dari survey melalui questioner pada 120 responden pria dan wanita dari beberapa kalangan mulai

dari remaja sampai dewasa dengan usia mulai dari 21 tahun hingga 35 tahun dimulai dari pelajar maupun pekerja atau pengusaha:

- **Validasi terhadap ketertarikan calon konsumen**

Berdasarkan hasil survey penulis melalui questioner 95,8% responden pemilik tas menjawab tertarik pada jasa dan produk yang akan penulis sediakan di *Luxcation Bag Laundry & Store*. Dengan ini dapat diyakini bahwa dengan adanya *Luxcation Bag Laundry & Store* para pemilik tas nantinya akan mudah merawat tas mereka.

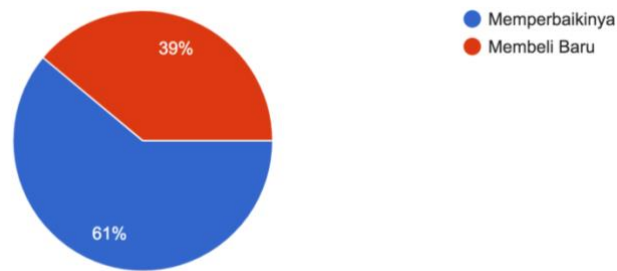
Gambar 3.1



sumber : data olahan penulis

- **Validasi jasa dan produk yang akan dipilih**

Survey ini mengenai bagaimana pola pikir para calon konsumen mengenai tas bermerek yang mereka miliki jika memiliki kerusakan apakah memilih untuk memperbaikinya atau membeli yang baru. Hasilnya 61% responden memilih untuk memperbaikinya, yang mana jasa ini tentu tersedia di *Luxcation Bag Laundry & Store*. Dan 39% responden memilih untuk membeli tas baru yang tentunya *Luxcation Bag Laundry & Store* pun menjual tas bermerek sesuai dengan kelas para pelanggan nantinya.

Gambar 3.2

sumber : data olahan penulis

C. Kompetitor

Usaha laundry khususnya untuk tas memang bukan lah hal yang asing, adanya competitor pada usaha ini harus diakui. Tetapi competitor itu sendiri dapat menjadikan usaha penulis memiliki acuan untuk memiliki daya saing yang lebih kuat lagi dalam menarik pelanggan nantinya. Usaha sejenis yang menjadi kompetitor pun justru adalah salah satu alasan penulis membuka usaha ini yang mana dapat dilihat minat para konsumen terhadap jasa maupun produk pada kebersihan dan perawatan tas yang nantinya tersedia di Luxcation Bag Laundry & Store terus meningkat.

Untuk kompetitor yang penulis rasa memiliki jasa maupun produk yang dijual menyerupai jasa dan produk yang akan penulis sediakan pada usaha penulis adalah sebagai berikut :

- Your Bag Spa

Gambar 3.3

Sumber : yourbagspa.com

Your Bag Spa merupakan usaha yang menawarkan jasa pencucian dan perawatan untuk tas tetapi bukan hanya tas, *Your Bags Spa* juga melayani jasa pencucian sepatu yang sudah tersebar luas untuk cabangnya di berbagai kota. Untuk di Bandung, *Your Bag Spa* memiliki cabang di Paris Van Java Mall dan Paskal23 Mall. Jasa yang di tawarkan usaha ini juga sejenis, mulai dari cleaning, repairing, coating, recolour, dan retouch. Tetapi *Your Bag Spa* tidak menjual produk tas bermerek, hanya melayani jasa saja. Hal itu membuat usaha penulis memiliki keunggulan lain.

- Lovelo Spa

Gambar 3.4

Sumber : [Pinterest.com/lovelospa.bandung](https://www.pinterest.com/lovelospa.bandung)

Dengan nama yang dikenal *Lovelospa* atau lengkapnya adalah *LOVELO Bag & Shoes Spa* telah memiliki banyak cabang di beberapa kota. Memiliki kemajuan yang sangat pesat ketika usaha ini di undang ke salah satu acara di stasiun tv swasta. *Lovelospa* juga mengembangkan cabangnya lebih cenderung untuk membuka di mall-mall, contohnya ada di Kuningan City Mall Jakarta salah satunya, akan tetapi untuk di Kota Bandung *Lovelospa* berlokasi di Paskal23 di salah satu ruko (rumah toko) yang bergabung dengan suatu usaha yang menjual berbagai macam tas salah satunya tas bermerek. Hal itu menjadikan *lovelospa* sangat mendekati usaha penulis yang menyediakan jasa pencucian dan perawatan tas serta menjual produk berupa tas. Tetapi *lovelospa* tidak terfokus hanya pada tas melainkan seperti umumnya, bisa melayani pencucian sepatu juga.

D. Program Pemasaran

Dalam program pemasaran, penulis akan menentukan pemasaran yang tepat pada target pasar yang dituju tetapi dengan meminimalisir pengeluaran dan tetap gencar melakukan pemasaran. Pemasaran sendiri sangat penting dilakukan suatu usaha untuk dapat diketahui dan dikenal oleh target pasar yang dituju. Pemasaran yang akan penulis lakukan tentu harus menghasilkan keuntungan untuk usaha penulis. Berikut rencana pemasaran yang akan dilakukan oleh penulis :

- *Endorsement*

Dalam hal ini penulis akan melakukan penawaran pada sejumlah media maupun kepada seseorang yang memiliki pengaruh pada bidang promosi. *Endorsment* (kerja sama) yang mana penawaran dengan saling memberi keuntungan, biasanya dilakukan tanpa mengeluarkan biaya tambahan maupun adanya biaya. Rencananya penulis akan menawarkan media ataupun orang yang berpengaruh pada promosi untuk bekerja sama yang mana untuk media itu sendiri, penulis dapat di promosikan dan media mendapatkan keuntungan memiliki konten untuk ditayangkan. Sedangkan untuk seseorang yang memiliki pengaruh untuk mempromosikan suatu barang maupun jasa biasanya terdapat biaya tambahan. Seperti halnya sedang marak dilakukan yang terkenal dengan *endorsement influencer*, penulis akan melakukan kerja sama dengan membayarnya untuk datang ke *Luxcation Bag Laundry & Store* dan mereka nantinya akan mempromosikan melalui sosial media yang dimilikinya dengan modal pengikut yang banyak. Dari situ, para pengikut sosial medianya akan terpengaruh dan tertarik untuk mengetahui lebih lanjut usaha penulis.

- **Memasang iklan**

Memasang iklan untuk promosi sudah pasti dilakukan para pemilik usaha. Rencana promosi penulis dalam memasang iklan yaitu melalui radio dan digital. Penulis tidak memilih media cetak pada promosi karena melihat target pasar penulis yang mana kalangan yang memiliki kesibukan dan juga era sekarang yang bisa dibilang bahwa sudah jarang peminat media cetak dan beralih ke *ebook* ataupun sumber berita dari internet. Sedangkan untuk

radio dan digital peminatnya sesuai dengan target pasar dari usaha penulis, yaitu pria wanita kalangan menengah keatas baik dewasa maupun remaja.

E. Media Pemasaran

Media yang akan digunakan penulis pada pemasaran dan promosi usaha penulis akan lebih terarah pada teknologi digital, karena melihat dari perkembangan jaman yang hampir semua orang khususnya para target pasar usaha penulis merupakan pengguna internet. Selain itu promosi menggunakan internet sangat efektif dalam pentargetan, kemudahan dan biayanya. Jelasnya, media yang penulis gunakan yaitu :

1) Digital

Media pemasaran digital ini yaitu dengan memiliki website agar mudah melakukan *google ads*, memiliki instagram dan melakukan *instagram ads* serta *endorsement* dengan para *influencer*, memiliki facebook dan melakukan *facebook ads*. Memiliki *whatsapp business* yang juga nantinya bertujuan untuk mempermudah para calon pelanggan untuk bertanya-tanya seputar produk dan jasa yang tersedia serta layanan *pickup* dan *delivery service*.

2) Radio

Melakukan iklan di media radio dengan bertujuan untuk memberi informasi kepada para calon pelanggan dengan status menengah keatas yang biasanya melakukan perjalanan menggunakan kendaraan roda 4, pendengar radio pun masih bisa disebut banyak peminatnya.

F. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan atau peramalan dalam penjualan bisa menjadi suatu estimasi atau perkiraan dalam penjualan dimasa yang akan datang dalam perancangan atas apa saja yang menjadi kebutuhan untuk suatu usaha khususnya usaha yang akan penulis bangun. Menurut **Swasstha (2012:99)** “Proyeksi Penjualan adalah perkiraan secara real (nyata) berupa penjualan actual dalam satuan uang atau unit yang harus di capai perusahaan dalam jangka waktu berikutnya berdasarkan rencana pemasaran dan faltor eksternal yang diantisipasi.”

Berikut table perkiraan proyeksi penjualan *Luxcation Bag Laundry & Store* dari tahun ke – 1 sampai tahun ke – 5 dengan target ditahun pertama adalah 65% dan bertambah 5% setiap tahunnya, di kelompokkan sesuai dengan waktu pengerjaannya :

Tabel 3.1

Proyeksi penjualan *Luxcation Bag Laundry & Store* tahun ke-1

Jenis pelayanan	Target Persentase	Kapasitas Produksi /bulan/tas	Target Penjualan /bulan/tas	Target Penjualan /tahun/tas
Cleaning & Recolour	65%	210	137	1638
Coating, Reshine, & Metal Polish	65%	90	59	702
Retouch / Repair	65%	30	20	234
Total		330 Tas	215	2574

Sumber : data yang diolah penulis.

Tabel 3.2

Proyeksi penjualan *Luxcation Bag Laundry & Store* tahun ke-2

Jenis pelayanan	Target Persentase	Kapasitas Produksi /bulan/tas	Target Penjualan /bulan/tas	Target Penjualan /tahun/tas
Cleaning & Recolour	70%	210	147	1764
Coating, Reshine, & Metal Polish	70%	90	63	756
Retouch / Repair	70%	30	21	252
Total		330 Tas	231	2772

Sumber : data yang diolah penulis.

Tabel 3.3

Proyeksi penjualan *Luxcation Bag Laundry & Store* tahun ke-3

Jenis pelayanan	Target Persentase	Kapasitas Produksi /bulan/tas	Target Penjualan /bulan/tas	Target Penjualan /tahun/tas
Cleaning & Recolour	75%	210	158	1890
Coating, Reshine, & Metal Polish	75%	90	68	810
Retouch / Repair	75%	30	23	270
Total		330 Tas	248	2970

Sumber : data yang diolah penulis.

Tabel 3.4

Proyeksi penjualan *Luxcation Bag Laundry & Store* tahun ke-4

Jenis pelayanan	Target Persentase	Kapasitas Produksi /bulan/tas	Target Penjualan /bulan/tas	Target Penjualan /tahun/tas
Cleaning & Recolour	80%	210	168	2016

Coating, Reshine, & Metal Polish	80%	90	72	864
Retouch / Repair	80%	30	24	288
Total		330 Tas	264	3168

Sumber : data yang diolah penulis

Tabel 3.5

Proyeksi penjualan *Luxcation Bag Laundry & Store* tahun ke-5

Jenis pelayanan	Target Persentase	Kapasitas Produksi /bulan/tas	Target Penjualan /bulan/tas	Target Penjualan /tahun/tas
Cleaning & Recolour	85%	210	179	2142
Coating, Reshine, & Metal Polish	85%	90	77	918
Retouch / Repair	85%	30	26	306
Total		330 Tas	281	3366

Sumber : data yang diolah penulis.