

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar

Ridwansyah (2017:17) "Perusahaan harus mampu menemukan target pasarnya dahulu sebelum memasarkan suatu produk. Dengan mengetahui target pasarnya, perusahaan dapat menyusun strategi pemasarannya sendiri." Berdasarkan teori tersebut Riset pasar merupakan suatu kegiatan berupa perumusan masalah, analisis dan pengumpulan data, disusun secara teratur sebagai acuan dalam menentukan perencanaan pemasaran. Riset pasar merupakan bagian penting sebelum melakukan sebuah bisnis, dengan riset pasar perusahaan dapat mengamati, menganalisa dan mengumpulkan informasi yang mendukung kemajuan bisnis.

Riset pasar juga berfungsi sebagai tolak ukur kelebihan dan kekurangan sehingga bisnis menghasilkan keuntungan yang optimal. Riset pasar merupakan mata dan telinga perusahaan untuk mengenali kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap perusahaan. Program pemasaran dalam sebuah perusahaan akan berubah setiap awal tahun dengan dilakukannya riset pasar diakhir tahun sebelumnya.

Pelaksanaan riset pasar terdapat beberapa tahapan dan cara untuk mengetahui segmen pasar sesuai dengan produk yang akan diproduksi oleh perusahaan, berikut ini adalah tahapan penting dalam merencanakan riset pasar diantaranya :

1. Segmenting

Segmentasi adalah urutan cara mengetahui target pasar secara inventif dan menggolongkan pasar ke dalam beberapa kelompok yaitu secara geografis, demografis, dan psikografis yang bertujuan agar aktivitas pemasaran terlaksana dengan terencana agar mencapai hasil yang maksimal. Sebagai penentu target pasar Jomlah!, perusahaan menetapkan target pasar dengan cara memilih segmen geografis, demografis dan psikografis. Berikut ini adalah Segmentasi pasar Jomlah!, Diantaranya:

a. Segmen Geografis

Segmentasi geografis adalah pembagian pasar berdasarkan tepat atau lokasi seperti negara, kota dan daerah tertentu. Kantor Jomlah! berada di Jl. Hang Tuah, E kang Anculai, Tik. Se bong, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau 29151. Pemilihan lokasi ini dikarenakan pulau Bintan merupakan pulau dengan wilayah terluas di Kepulauan Riau. Selain ukurannya yang luas ibu Kota Provinsi Kepulauan Riau juga berlokasi di Pulau Bintan

b. Segmen Demografis

Segmentasi Demografis ialah pengklasifikasian dalam kelompok usia, jenis kelamin, tempat tinggal, dan pekerjaan. Sasaran pengguna aplikasi Jomlah! ialah wisatawan yang akan berkunjung ke Kepulauan Riau dan pengusaha akomodasi sebagai mitra usaha.

Aplikasi Jomlah! juga dapat digunakan disegala umur dengan fitur yang mudah digunakan.

c. Segmen Psikografis

Segmentasi psikologis pada usaha Jomlah! adalah konsumen yang cenderung memiliki gaya hidup kekikian, menyukai kemudahan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Aplikasi Jomlah! juga menargetkan pelanggan yang memiliki dan ingin memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier.

2. *Targeting*

Setelah menetapkan segmen pasar tahapan selanjutnya ialah menentukan target. Penentuan target dapat diambil dari beberapa hasil segmen pasar. Semakin terperinci target pasar yang dimiliki semakin bagus juga rencana penjualan, dikarenakan kita akan lebih fokus dalam satu target tanpa harus memikirkan banyak hal yang akan membuat konsentrasi menjadi terbagi.

Target pasar aplikasi Jomlah! ialah wisatawan yang akan mengunjungi Kepulauan Riau. Jumlah kunjungan wisman Ke Kepulauan Riau pada tahun 2019 hampir mencapai 3 juta pengunjung, hal ini juga yang menjadi kesempatan yang diambil oleh penulis. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, aplikasi Jomlah! dirancang untuk membantu wisatawan yang akan berkunjung ke Kepulauan Riau dalam pemesanan akomodasi.

3. Positioning

Merupakan tahapan yang dilaksanakan oleh perusahaan agar dapat memberi sebuah kesan yang dapat dikenang dan diingat ketika menggunakan aplikasi kita, kenangan yang diberikan akan menempel dalam benak konsumen pada aplikasi Jomlah!. kesan yang diberikan adalah berupa pengalaman yang baik dari aplikasi Jomlah!

Dari segi pelayanan Jomlah! akan menerima ulasan langsung dari wisatawan yang sudah memesan dan menginap pada kolom ulasan, mitra usaha juga dapat menyampaikan keluhannya melalui layanan pelanggan yang sudah tertera pada aplikasi. Layanan keluhan sangat penting dalam proses perbaikan dan penyempurnaan layana terutama pada perusahaan yang menyediakan jasa.

B. Validasi Produk – Market Fit

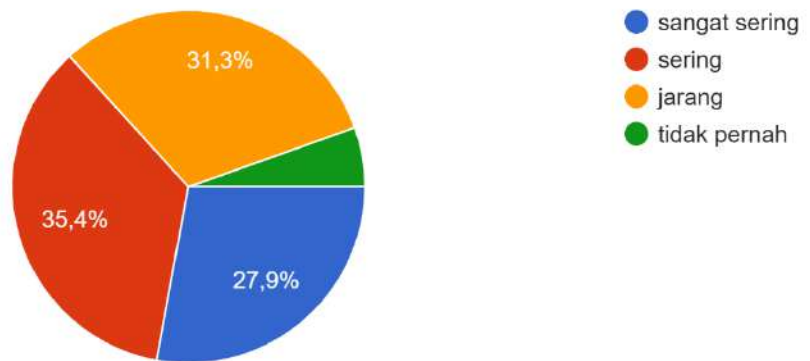
Ide bisnis bisa saja muncul secara tiba-tiba dan kapan saja, setelah munculnya ide munculah rasa ingin mewujudkan ide tersebut menjadi sebuah usaha yang baru, namun tak jarang juga muncul rasa takut gagal jika mewujudkan usaha tersebut. Dengan demikian suatu ide bisnis hendaknya dilakukan melalui proses validasi agar mendapat peluang lebih besar dalam mencapai kesuksesan ide bisnis.

Validasi juga dapat berfungsi sebagai proses pengujian produk yang akan diciptakan apakah layak untuk dipasarkan. Langkah yang dapat menguji validasi dari produk ialah dengan kuesioner, kuesioner merupakan salah satu dari beberapa cara laian dalam validasi. Penulis memilih kuesioner karena memudahkan mencari data dengan kuesioner secara online. Penulis menyebarkan kuesioner secara acak

kepada masyarakat. Berikut merupakan beberapa validasi yang akan digunakan aplikasi Jomlah! diantaranya adalah:

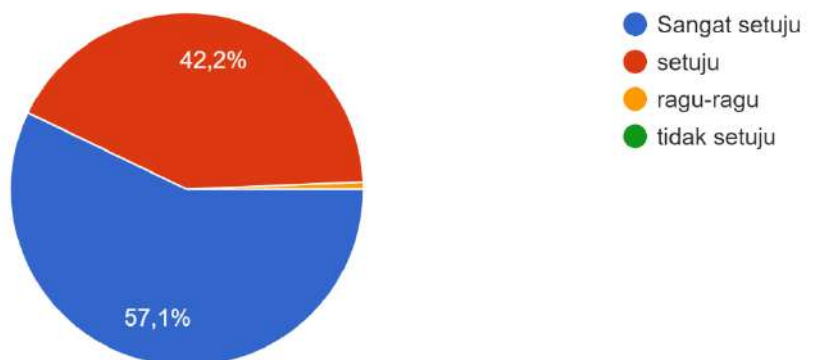
Gambar 1. 1 Diagram persentasi pengguna aplikasisi pemesanakan akomodasi

setiap akan menginap memesan penginapan menggunakan aplikasi
147 tanggapan



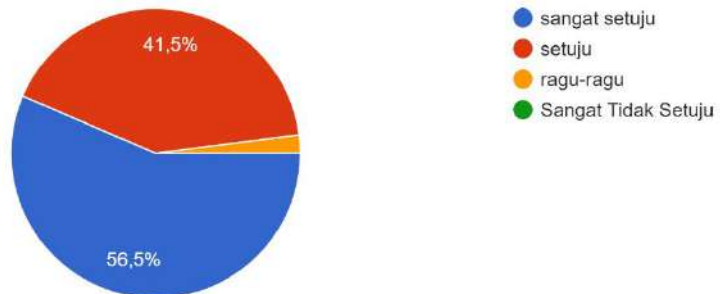
Gambar 1. 2 diagram persentasi aplikasi membantu

Proses pemesanan kamar melalui aplikasi menghemat waktu
147 tanggapan



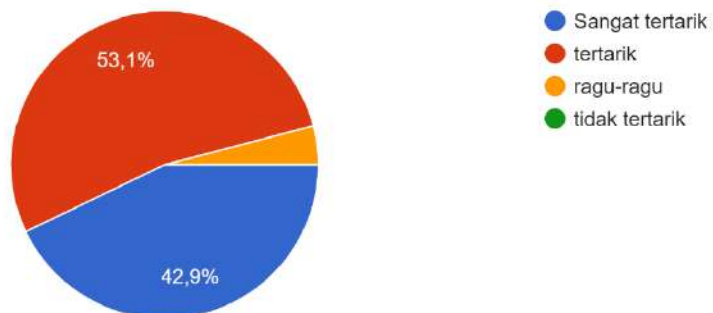
Gambar 1. 3 Diagram persentasi kegunaan aplikasi

Aplikasi pemesanan kamar membantu menemukan penginapan yang sesuai dengan kebutuhan
147 tanggapan



Gambar 1. 4 diagram persentasi kegunaan aplikasi

Aplikasi pemesanan kamar dengan pilihan yang variatif dan murah di Kepulauan Riau
147 tanggapan



Gambar 1. 5 persentase ketertarikan terhadapn aplikasi



C. Kompetitor

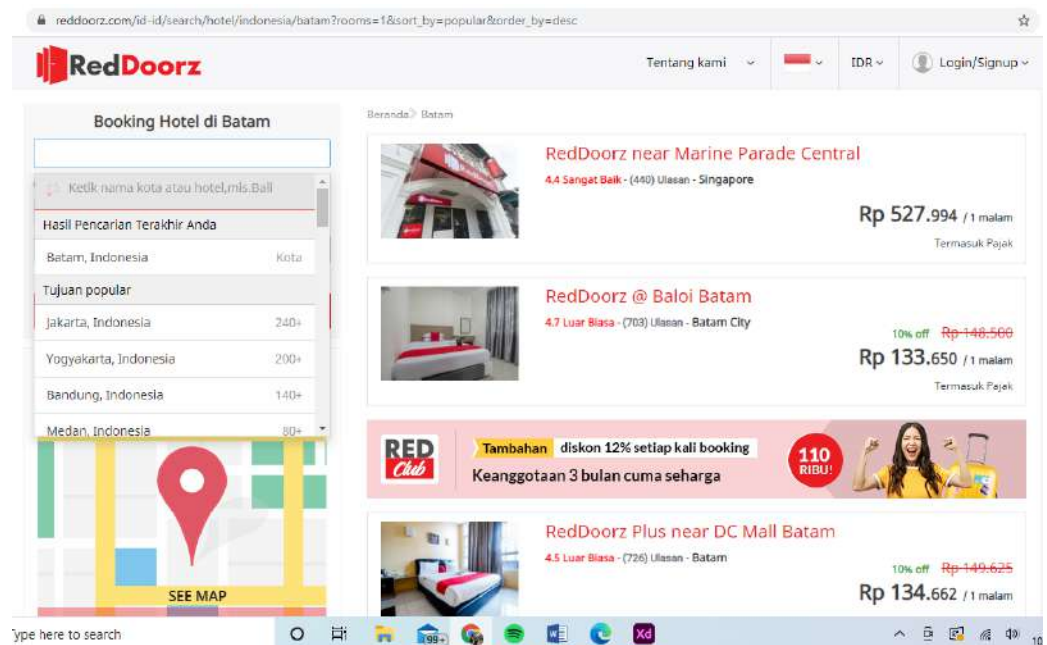
Competitor ialah sebuah perusahaan lain yang sejenis dalam segi pelayanan dan produk yang akan di pasangkan kepada pelanggan. Hingga saat ini aplikasi pemesanan akomodasi sudah cukup banyak bermunculan, sayangnya kebanyakan dari palikasi tersebut ialah mitra usaha tidak dapat menjual produknya secara langsung. Jomlah! hadir sebagai aplikasi yang menjual kamar bersistim *marketplace*. Berikut ini bebeapa competitor dari aplikasi Jomlah!:

1. Reddoorz

Redddoors merupakan salah satu aplikasi pemesanan akomodasi yang menawarkan jasa menginap dengan harga budget. Aplikasi reddoorz hanya menyediakan jasa penginapan di Pulau Batam, penulis melihat bahwa Jomlah! akan mampu menyaingi aplikasi Reddoors dengan kemampuan

marketing dengan langsung menjemput mitra kerja untuk bekerja sama dibantu oleh pemerintah.

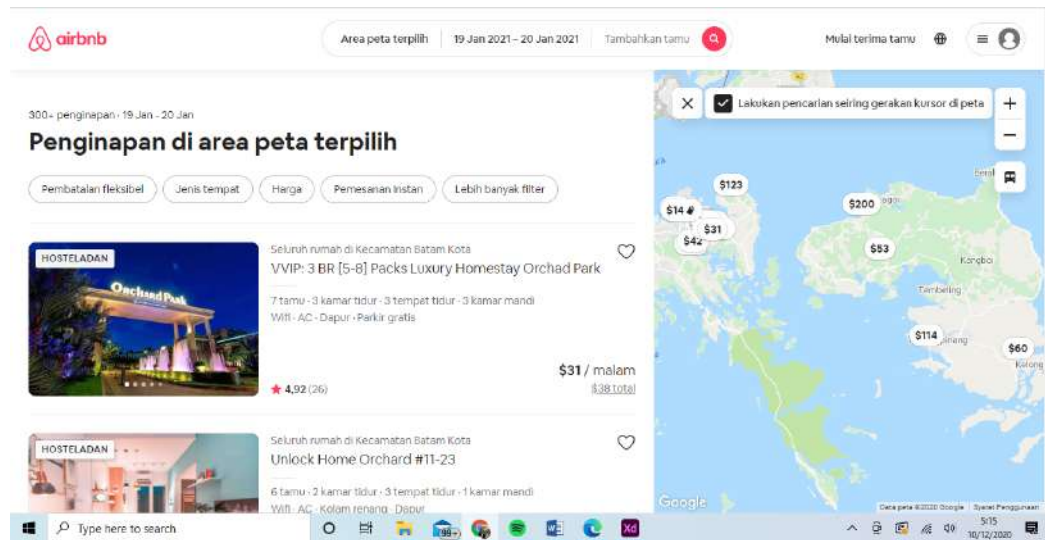
Gambar 1. 6 RedDoorz



2. Airbnb

Aplikasi pemesanan akomodasi Airbnb merupakan aplikasi yang memberi keleluasaan pemilik rumah atau property lainnya dijual secara harian mingguan dan bulanan, aplikasi ini tidak terlalu terkenal dikalangan masyarakat Kepulauan Riau. Aplikasi ini juga memiliki kelemahan terutama di Kepulauan Riau, seperti tidak diperbarui harga setiap harinya, tidak ada promosi dan paket menginap. Aplikasi Airbnb khususnya di Kepulauan Riau hanya digunakan masyarakat menengah ke atas sehingga hannya jasa akomodasi mahal saja yang terdaftar.

Gambar 1. 7 airbnb



D. Program Pemasaran

Program pemasaran merupakan urutan rencana pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. perusahaan umumnya membuat lebih sedikit perubahan bauran pemasaran dari periode ke periode dalam jangka pendek dibandingkan jumlah yang mungkin disarankan oleh variabel – variabel keputusan bauran pemasaran.

4 P menggambarkan pandangan penjual tentang perangkat pemasaran yang dapat digunakan untuk menarik perhatian pembeli. Berikut konsep marketing mix terdiri dari 4p, berikut ini beberapa program pemasaran yang dilakukan aplikasi Jomlah! :

1. Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang disediakan dari sebuah perusahaan yang bertujuan untuk profit dari proses jual-beli.

Perusahaan Jomlah! Merupakan perusahaan yang menyediakan jasa pemesana akomodasi di Kepulauan Riau berbasis aplikasi. Jomlah! Merupakan aplikasi pertama yang hadir di Kepulauan Riau, yang menjual akomodasi yang berada di Provinsi ini.

2. Harga

Harga merupakan sebuah nilai yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang diinginkan. Dalam menentukan harga, perusahaan tentunya harus menyesuaikan dengan produk sejenis agar pelanggan memiliki satu persepsi, harga juga dapat menyesuaikan dengan produk atau jasa yang akan didapatkan. Berbicara tentang harga, aplikasi Jomlah! Tidak menetapkan harga untuk pelanggan yang mencari akomodasi melalui aplikasi, Jomlah akan menarik 20% dari harga penjualan akomodasi.

Untuk pelanggan lainnya yaitu mitra usaha pemilik akomodasi, sebagai aplikasi yang bertujuan untuk mempromosikan jasa penginapan, Jomlah! Tidak menetapkan harga untuk melakukan kerjasama, hanya saja membutuhkan biaya administrasi dan surat kerjasama yang akan diurus oleh pihak paham hukum dengan biaya kira-kira satu juta rupiah.

3. Lokasi

Lokasi juga merupakan salah satu faktor penting yang mendukung penjualan dan pemasaran. Semakin mudah sebuah lokasi dijangkau semakin banyak juga masyarakat akan mengenal aplikasi Jomlah!.

Kantor Jomlah! berada di Jl. Hang Tuah, Ekang Anculai, Tlk. Sebong, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau 29151. Pemilihan lokasi ini dikarenakan pulau Bintan merupakan pulau dengan wilayah terluas di Kepulauan Riau. Selain ukurannya yang luas ibu Kota Provinsi Kepulauan Riau juga berlokasi di Pulau Bintan

4. Promosi

Promosi ialah suatu kegiatan dimana bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa yang dijual dengan tujuan menarik pelanggan. Ada lima unsur dalam melakukan promosi yaitu *advertising*, Untuk *advertising* dalam Bahasa Indonesia Iklan, Jomlah! akan menyiapkan dan mengiklankan cara kerja dan keuntungan bergabung dengan Jomlah!. *sales promotion*, untuk promosi ini merupakan promosi yang diberikan oleh penjual dalam waktu tertentu biasanya harganya lebih murah. *public relation*, tetap menjalin hubungan baik juga merupakan salah satu unsur promosi dimana perusahaan Jomlah akan tetap selalu melakukan koordinasi yang baik dengan pelanggan dan mitra usahanya. *personal selling*, atau yang biasa diartikan keunggulan yang menjadikan suatu produk atau jasa dipilih.

Jomlah! menyediakan tampilan yang sangat menarik dan gampang digunakan sebagai aplikasi penyedia jasa Jomlah juga menyediakan layanan keluhan 24 jam untuk kepuasan tamu. dan *direct marketing* pada tahapan ini aplikasi Jomlah! didukung sepenuhnya oleh pemerintah kepulauan riau, dinas pariwisata siap membantu

membujuk dan memasukan mitra usaha akomodasi di kepulauan riau dengan tujuan meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke kepulauan riau..

E. Media Pemasaran

Media pemasaran merupakan sebuah alat atau sebuah tata cara untuk menginformasikan suatu produk atau kepada pelanggan. Selain itu tujuan lain dari media promosi ialah sebagai alat penyebar informasi kepada pelanggan dengan cakupan lebih luas. Dengan demikian media pemasaran memudahkan perusahaan menyampaikan program pemasaran perusahaan seperti detail prouduk, keunggunlan dan keunikan produk atau jasa yang disajikan. Media promosi yang saat ini sedang berkembang ialah promosi melalui media sosial dan peromosi daring lainnya. Jomlah memiliki akun Instagram dengan nama Jomlahofficial

Gambar 1. 8 Instagram Jomlah!



F. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan adalah adalah sebuah perkiraan atau tafsiran biaya perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Proyeksi penjualan berfungsi sebagai gambaran rencana penjualan agar mendekati target volume penjualan yang realistis. Berikut tafsiran penjualan dari Aplikasi Jomlah!

Tabel 1. 1 Proyeksi Penjualan

Tahun	Jumlah Hotel	biaya admin	Biaya Admin
1	30	Rp1.000.000	Rp20.000.000
2	35	Rp1.000.000	Rp25.000.000
3	40	Rp1.000.000	Rp30.000.000
4	40	Rp1.000.000	Rp40.000.000
5	50	Rp1.000.000	Rp50.000.000
total	195	total	Rp165.000.000

Tabel 1. 2 Proyeksi penjualan

occupancy	Total Room Available per day	Total Room Available per year	room sold	10% Rata-rata harga kamar (200.000)	Penjualan Kamar
30%	150	54750	16425	Rp50.000	Rp821.250.000
30%	325	118625	35588	Rp50.000	Rp1.779.375.000
35%	525	191625	67069	Rp50.000	Rp3.353.437.500
40%	725	264625	105850	Rp50.000	Rp5.292.500.000
45%	975	355875	160144	Rp50.000	Rp8.007.187.500
Total	2700	985500	385075		Rp19.253.750.000

Tabel 1. 3 Proyeksi Penjualan

tahun	Biaya Admin	Penjualan Kamar	Total Revenue
1	Rp20.000.000	Rp821.250.000	Rp841.250.000
2	Rp25.000.000	Rp1.779.375.000	Rp1.804.375.000
3	Rp30.000.000	Rp3.353.437.500	Rp3.383.437.500
4	Rp40.000.000	Rp5.292.500.000	Rp5.332.500.000
5	Rp50.000.000	Rp8.007.187.500	Rp8.057.187.500
	Rp165.000.000	Rp19.253.750.000	Rp19.418.750.000