

BAB III

RENCANA PEMASARAN

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

Di saat zaman yang sudah sangat modern ini, tidak mudah untuk memulai sebuah usaha, berbeda dengan zaman sebelumnya dikarenakan telah terjadinya kemajuan teknologi dan informasi. Dengan mengandalkan kuantitas jumlah dari produksi dengan harapan seluruh produk yang kita sediakan terjual sesudah proses produksi yang sudah dijalani tidak lagi bisa diandalkan yang dikarenakan situasi pada saat ini sangat berbeda. Maka dari itu manajemen pemasaran yang lebih kompleks seperti riset pasar yang sangat dibutuhkan.

Dari riset pasar yang sudah dijalani, maka dari itu kita bisa mengetahui keperluan apa saja yang akan dibutuhkan oleh pasar, masyarakat ataupun para pelanggan. Dan dari itu juga kita dapat mengetahui siapa pesaing dari usaha yang kita jalani. Dari pengetahuan yang sudah kita ketahui tentang produk yang sesuai dengan pasar dan bisa bersaing dengan pesaing lain dari usaha yang kita jalani. Sehingga akan mempermudah kita untuk merencanakan strategi bisnis dan berjuang dengan keuntungan yang maksimal.

1. Segmentasi Pasar

- **Segmentasi Geografi**

Segmen Geografi adalah sesuatu yang berhubungan dengan penempatan ataupun lokasi dari suatu usaha tersebut. *Cisto Bijelo Laundry* berlokasi di Kabupaten Belitung Barat, yang beralamat di Kecamatan Tanjung Pandan yang bertempat di Jln. Dahlan Rt13 Rw05, Desa Pangkal Lalang . Kecamatan Tanjung Pandan, Belitung Barat, 33412, Indonesia. Tempat tersebut adalah tempat tinggal dari penulis yang akan dijadikan sebagai tempat usaha *Cisto*

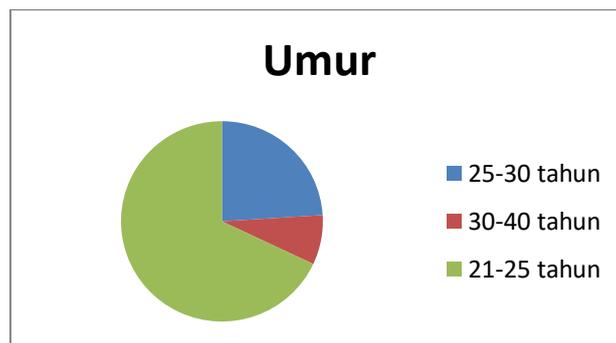
Bijelo Laundry yang cukup luas untuk membuka usaha laundry dan strategis karena dekat dengan target pasar kami, yang berada di daerah sekitaran kecamatan Tanjung Pandan.

- **Segmentasi Demografis**

Segmentasi Demografis adalah suatu segmen dimana membagi kelompok-kelompok berdasarkan jenis kelamin, usia dan tingkat ekonomi. Segmentasi Demografis dari *Cisto Bijelo Laundry* yaitu pria dan wanita, usia 20-40 tahun, dengan tingkat pendapatan 1 hingga 5 juta perbulan.

Gambar 3.1

Segmentasi Demografis



(Sumber : Olaha Penulis)

Dari diagram di atas, dapat dilihat bahwa segmentasi pasar dari *Cisto Bijelo Laundry* sebagian besar berumur 21-25 tahun.

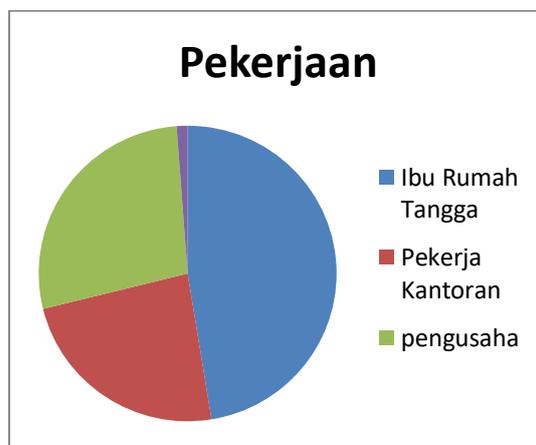
- **Segmentasi Psikografis**

Segmen Psikografis adalah suatu segmen yang sudah ditentukan oleh suatu perusahaan kepada para konsumen supaya para konsumen dapat menerima stimuli pemasaran dari suatu perusahaan. Segmentasi Psikografis dari *Cisto Bijelo Laundry* adalah masyarakat yang mempunyai kesibukan di luar rumah,

sehingga pada saat mereka kembali kerumah setelah berakifitas dan sudah kelelahan untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap pakaian bersih, dan juga untuk Ibu Rumah tangga yang tidak memiliki mesin cuci dirumah mereka dan kesulitan dalam mengurus anak, terlebih lagi jika anak tersebut masih kecil, sehingga para Ibu Rumah Tangga tersebut kesusahan untuk pergi keluar rumah untuk mengantar cucian kotor mereka.

Gambar 3.2

Segmen Psikografis



(Sumber : Olahan Penulis)

Dari diagram diatas, dapat diartikan bahwa dari segi segmentasi psikografis dari *Cisto Bijelo Laundry* adalah Ibu Rumah Tangga.

2. Target Pasar

Dalam menentukan target pasar, perusahaan harus menentukan dengan tepat target pasar yang akan di tentukan supaya produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dari target pasar yang sdah direncanakan. *Cisto Bijelo Laundry* adalah suatu usaha yang bergerak di bidang jasa pencucian pakaian para pelanggan secara kiloan, maka target pasar dari *Cisto Bijelo Laundry* adalah wirausahawan dan ibu rumah tangga.

Cisto Bijelo Laundry juga sudah menargetkan jumlah produksi 30% dari *potential maximum productivity* yang dimana berjumlah 600Kg/hari. Maka hasil yang didapat dari 30% dari 600Kg kurang lebih 180Kg/hari. Dan target jumlah peningkatan konsumen adalah 10% setiap tahunnya.

Tabel 3.1
Target Pasar Dalam Sehari

TARGET PASAR	JUMLAH KONSUMEN	KAPASITAS CUCIAN (KG)	TOTAL KAPASITAS (KG)
Rumah Tangga	15	6	90
karyawan	7	5,2	36,4
pengusaha	8	6,8	54,4
TOTAL	30		180,8

(Sumber: Olahan Penulis)

Tabel 3.2
Target Pasar Dalam Tahunan

TARGET PASAR	TAHUN KE-					JUMLAH KONSUMEN	KAPASITAS CUCIAN/KONSUMEN(KG)	TOTAL KAPASITAS
	1	2	3	4	5			
Rumah Tangga	5.475	6.022	6.624	7.286	8.014	33.421	6	200.526
Karyawan	2.555	2.810	3.091	3.400	3.740	15.596	5.2	81.099
Pengusaha	2.920	3.212	3.533	3.886	4.274	17.825	6.8	121.210
TOTAL	10.950	12.044	13.248	14.572	16.028	66.842		402.835

(Sumber : Olahan Penulis)

3. Positioning

Positioning adalah suatu rencana yang dirancang oleh suatu perusahaan untuk menjadikan suatu produk atau jasa yang dibuat oleh perusahaan tersebut menjadi unik dan menarik sehingga memberikan kesan yang baik bagi produk atau jasa perusahaan tersebut yang berdampak pada nama perusahaan yang akan selalu dikenang oleh para pelanggan. Dengan adanya jasa antar jemput dan jasa *Pressing Only* yang disediakan oleh pihak *Cisto Bijelo Laundry*, menjadi ciri khas dari *Cisto Bijelo Laundry* yang memudahkan para pelanggan dalam mengakses cucian mereka.

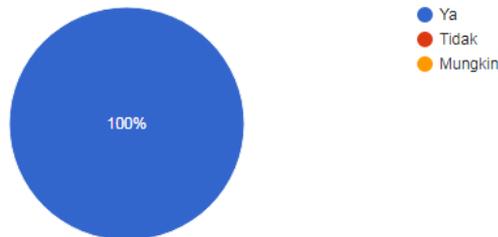
B. Validasi Produk – *Market Fit*

Validasi Produk adalah sebuah proses pengujian suatu produk atau jasa sebelum dipasarkan kepada masyarakat, proses yang dimaksud adalah dengan cara penelitian dan pengembangan yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna untuk meneliti apakah produk kita bisa bersaing di pasar atau tidak dan menganalisa kekurangan dari produk yang kita buat sebelum di rilis kepada masyarakat luas. Validasi produk juga dapat dilakukan dengan cara wawancara, survei, riset baik secara *offline* maupun *online* dan lain-lain untuk mendapatkan hasil yang terbaik, dengan tujuannya yaitu agar perusahaan dapat mengetahui apakah nilai tambah dan kekurangan dari produk atau jasa yang akan di terima oleh masyarakat.

Berikut adalah diagram *Market Fit* dari *Cisto Bijelo Laundry*:

Gambar 3.3

Diagram Validasi Market



(Sumber : Olahan Penulis)

Dari diagram di atas, dapat di lihat bahwa *Cisto Bijelo Laundry* mempunyai peluang yang sangat besar untuk membuka usaha tersebut di daerah Tanjung Pandan.

C. Kompetitor

- **Cahaya Laundry**

Cahaya Laundry mempunyai 4 karyawan yang berkerja selama 5 hari dan 2 hari libur. Perusahaan ini memiliki 3 mesin pencuci pakaian dan 3 mesin penegring pakaian. Perusahaan ini memberikan layanan antar jemput laundry gratis bagi pelanggan yang mencuci lebih dari 5 kilo gram. Di sekitar daerah Tanjung Pandan. Keunggulan yang diberikan oleh *Cahaya Laundry* adalah mereka menyediakan pelayanan pencucian helm, sepatu dan karpet.

Lokasi :

Jl. Gatot Subroto, Kelurahan Paal Satu Kecamatan.Tanjung Pandan . Belitung, Kepulauan Bangka Belitung 33411

Jenis Service :

- 4 jam pencucian

Cahaya Laundry menarifkan Rp. 15.000/kg.

- 1 hari pencucian

Cahaya *Laundry* menarifkan Rp. 9.000/kg.

- 2 sampai 3 hari pencucian

Cahaya *Laundry* menarifkan Rp. 7.000/kg.

- **Bund *Laundry***

Bund *Laundry* memiliki 4 orang karyawan yang berkerja selama 6 hari dan 1 hari libur. Perusahaan ini mempunyai 4 mesin pencuci pakaian dan 3 mesin pengering pakaian. Perusahaan laundry ini tidak mempunyai antar – jemput *laundry* para pelanggan dan hanya mempunyai satu jenis service, yaitu 2 sampai dengan 3 hari pencucian pakaian pelanggan. Mereka juga mempunyai layanan sebagai berikut:

- Cuci Setrika

Bund *Laundry* menarifkan Rp. 6.000/kg.

- Cuci Kering

Bund *Laundry* menarifkan Rp. 4.000/kg.

- Setrika

Bund *Laundry* menarifkan Rp. 4.000/kg.

- Bed Cover

Bund *Laundry* menarifkan sebagai berikut

Besar : Rp. 25.000

Kecil : Rp. 20.000

- Selimut

Bund *Laundry* menarifkan sebagai berikut

Besar : Rp. 15.000

Kecil : Rp. 10.000

➤ Karpét

Bund Laundry menarifkan Rp. 9.000/kg.

D. Program Pemasaran

Program pemasaran yang akan dilakukan oleh *Cisto Bijelo Laundry* adalah sebagai berikut:

1. *Advertising*

Cisto Bijelo Laundry juga melakukan periklanan, baik itu iklan *online* atau pun konvensional. Yang dimana *Cisto Bijelo Laundry* memperkenalkan jasa yang ditawarkan melalui *internet* dan juga menyebarkan brosur kepada calon pelanggan.

2. *Direct Marketing* (Penjualan Secara Langsung)

Direct Marketing adalah suatu proses pemasaran secara langsung dengan cara menawarkan produk atau jasa kepada para pelanggan dengan cara berkomunikasi secara langsung sehingga mendapatkan respon langsung atau transaksi secara langsung dari pelanggan tersebut.

3. *Personal Selling*

Personal Selling adalah proses pemasaran yang dilakukan secara langsung kepada pelanggan dengan cara tatap muka antara pihak perusahaan dan calon pelanggan, dengan tujuan mendapatkan *feed back* dari pelanggan secara langsung. Dalam proses *Persolan Selling* ini, pihak *Cisto Bijelo Laundry* mengandalkan pihak *Driver Cisto Bijelo Laundry* sebagai perwakilan dari *Cisto Bijelo Laundry* untuk melakukan *Personal Selling*.

4. *Sales Promotion*.

Sales Promotion adalah suatu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan suatu produk atau jasa yang sudah dikeluarkan oleh pihak perusahaan, dan meningkatkan loyalitas dari para konsumen kepada perusahaan, serta meningkatkan daya tarik dari para konsumen yang ingin mencoba produk atau jasa yang sudah disediakan dari suatu perusahaan tersebut. *Cisto Bijelo Laundry* mempunyai sebuah strategi dalam proses *Sales Promotion* dengan cara membuat beberapa program, berikut adalah beberapa program *Sales Promotion* dari *Cisto Bijelo Laundry* adalah sebagai berikut: *membership*, *discount* setelah melakukan pencucian pakaian dengan ketentuan yang sudah ditentukan, program gratis antar dan jemput pakaian pada hari tertentu, dll. dengan mengadakan beberapa program di atas, akan berdampak kepada ketertarikan konsumen dan bahkan konsumen juga dapat menceritakan pengalaman mereka kepada orang-orang di sekitar mereka.

5. *Public Relation*

Public Relation adalah suatu cara pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan cara membangun nama baik perusahaan tersebut kepada para konsumen agar para konsumen ingin menggunakan suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini, *Cisto Bijelo Laundry* mengandalkan petugas *pick-up and delivery* dari *Cisto Bijelo Laundry*, maka dari itu pihak *Cisto Bijelo Laundry* mencari petugas *Pick-up and Delivery* yang mempunyai *net working* yang luas, *humble* dan pandai berbicara untuk menarik minat dari para pelanggan.

E. Media Pemasaran

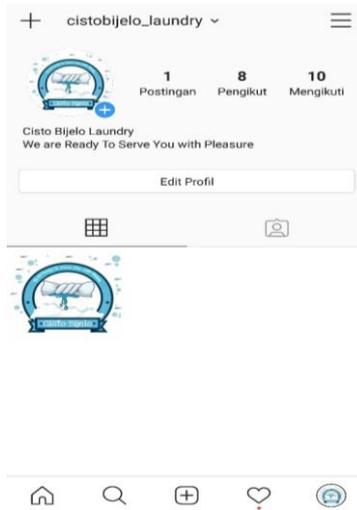
Media pemasaran adalah suatu cara untuk memasarkan suatu produk atau jasa yang menggunakan suatu media sebagai program pemasaran supaya para pelanggan dapat mengetahui produk terbaru dari sebuah perusahaan atau sebagai media

pemberitahuan jika ada sebuah promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Pada era modernisasi seperti sekarang ini, internet adalah suatu media yang paling efektif untuk melakukan sebuah pemasaran. Dan pada umumnya, masyarakat lebih sering menggunakan telepon genggam mereka masing-masing dibandingkan dengan menonton televisi atau sekedar mendengarkan radio, dan ataupun membaca majalah atau koran. Dan bahkan di zaman modern dan pada masa pandemic seperti sekarang ini, masyarakat lebih sering untuk menggunakan telepon genggam mereka untuk mengobrol dengan teman atau keluarga mereka. Dengan begitu, *Cisto Bijelo Laundry* menitik beratkan pemasaran kami kepada media internet. Berikut ini adalah beberapa *social media* yang *Cisto Bijelo Laundry* gunakan untuk mempromosikan Produk atau jasa yang akan kami manfaatkan:

1. *Social Media*

- *Instagram*

GAMBAR 3.4



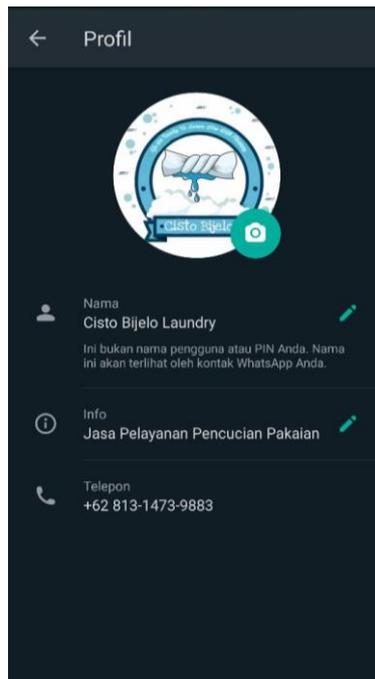
- *Line*

GAMBAR 3.5



- *WhatsApp*

GAMBAR 3.6



2. Brosur

GAMBAR 3.7

PICK-UP & DELIVERY SERVICE	DIRECT SERVICE
• Express Full Service Rp.14.000/kg	• Express Full Service Rp.12.000/kg
• One-day Full Service Rp.11.000/kg	• One-day Full Service Rp.9.000/kg
• Regular Full Service Rp.8.000/kg	• Regular Full Service Rp.6.000/kg
• Express Pressing Only Service Rp.7.000/kg	• Express Pressing Only Service Rp.6.000/kg
• One-Day Pressing Only Service Rp.6.500/kg	• One-Day Pressing Only Service Rp.4.500/kg
• Regular Pressing Only Service Rp.5.000/kg	• Regular Pressing Only Service Rp.3.000/kg
• Express Washing Only Service Rp.10.000/kg	• Express Washing Only Service Rp.8.000/kg
• One-Day Washing Only Service Rp.8.000/kg	• One-Day Washing Only Service Rp.6.000/kg
• Regular Washing Only Servicer Rp.6.000/kg	• Regular Washing Only Servicer Rp.4.000/kg

Alamat : Jln. Dahlan Rt13
 Rw05, Desa Pangkal
 Lalang .
 Kecamatan Tanjung
 pandan, Belitung. Kode
 pos : 33412

Contact:
 WhatsApp : 0813-1473-9883
 Instagram : cistobijelo_laundry
 Line : @cistobijelolaundry

Cisto Bijelo
 Laundry & Pressing Only

F. Proyeksi Penjualan

Menurut **Heizer dan Barry Render (2011:136)** “ Peramalan penjualan adalah sebuah ilmu dan seni untuk memperkirakan kejadian di masa yang akan datang dengan

mengaitkan pengambilan data historis dan memproyeksikannya ke masa depan dengan model pendekatan sistematis”.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diartikan bahwasanya proyeksi penjualan atau peramalan penjualan ialah meramalkan jumlah produk atau unit yang akan terjual di masa depan.

Cisto Bijelo memiliki 2 mesin cuci, yang setiap mesin cucinya membutuhkan waktu 60 menit untuk mencuci 15Kg pakaian, jam operational dari mesin cuci tersebut adalah 10 jam, maka 1 mesin cuci perhari dapat menghasilkan pencucian sebanyak 10 kali atau 150Kg, untuk 2 unit mesin cuci *Cisto Bijelo Laundry* mencuci sebangak 20 kali pencucian perhari, atau setara dengan 600Kg. Penulis menargetkan penjualan pada awal dari mesin cuci dalam seharinya yaitu 30%, yang dimana dalam sehari menargetkan 180kg/hari dengan rata-rata penjualan yaitu Rp. 9.000. serta mengalami kenaikan penjualan sebesar 10% setiap tahunnya.

Tabel 3.3

Proyeksi Penjualan *Cisto Bijelo Laundry* selama 5 Tahun

TAHUN KE-	TARGET PENJUALAN(KG)	HARGA/KG	TOTAL
1	65.700	9.000	Rp 591.300.000
2	72.270	9.000	Rp 650.430.000

3	79.497	9.000	Rp 715.473.000
4	87.447	9.000	Rp 787.023.000
5	96.192	9.000	Rp 865.728.000
TOTAL	1.266.106		Rp 3.609.954.000

(Sumber: Olahan Penulis)

Dapat dijelaskan bahwa proyeksi penjualan dari *Cisto Bijelo Laundry* dalam 5 tahun kedepan, yaitu 1.266.106 Kg dengan total pendapatan kotor yaitu Rp. 3.609.954.000 selama 5 tahun.