

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar (Segmen, Target, Positioning)

Riset pasar adalah alat yang efektif untuk membantu perencanaan bisnis. Agar dapat mengetahui apakah suatu produk/jasa diterima di masyarakat atau tidak. Riset pasar merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mencari dan melakukan peluang pemasaran yang berkaitan dengan pangsa pasar, produk dan cara pemasaran. Setelah mencari dan menemukan peluang pemasaran kemudian melakukan evaluasi terhadap kegiatan pemasaran yang ada kepada pihak manajemen. Setiap riset pasti memiliki objek yang akan dilakukan penelitian lebih lanjut, dan objek riset pada *Maya Comfort Bed* ialah sebagai berikut:

- a. Produk, produk masuk dalam hal yang paling penting dalam pemasaran, apabila tidak ada produk atau jasa, maka tidak ada yang dipasarkan. Pada objek riset ini kami membutuhkan hasil untuk dapat mengetahui objek riset produk yang terdiri dari nilai/*value* produknya, kegunaan produknya, tingkat kegunaan produk, dan bagaimana rupa dari produk tersebut.
- b. Harga, tujuan riset ini untuk mengetahui daya beli konsumen sehingga nantinya kami dapat menentukan berapa harga yang tepat untuk kami gunakan sebagai penawaran produk kami.
- c. Alat pemasaran, pada objek riset ini memiliki kegunaan untuk mengetahui alat pemasaran apa yang efektif digunakan dalam pemasaran produk kami.

- d. Distribusi, bagaimana produk yang kami tawarkan tersampaikan dengan baik atau tidak kepada konsumen kami.

Riset pasar yang dilakukan usaha *Maya Comfort Bed* kami juga dibutuhkan untuk mengetahui segmentasi pasar, target pasar dan juga positioning produknya.

1. Segmentasi Pasar atau *Market Segmentation*

Strategi sebuah perusahaan untuk mengetahui minat serta kebutuhan konsumen dalam market yang menciptakan produk baru yang sesuai dengan minat serta kebutuhan konsumen merupakan segmentasi pasar. Salah satu ahli ekonomi yang berpendapat tentang segmentasi pasar adalah Philip Kotler dan Gary Amstrong. Keduanya berpendapat bahwa segmentasi pemasaran ini dapat diartikan dengan membagi pembeli ke dalam beberapa kelompok berbeda. Terdapat beberapa kategori kriteria segmentasi pasar yang dimiliki oleh *Maya Comfort Bed* diantaranya:

a) Segmentasi Pasar Geografis

Segmentasi pasar geografis yaitu membagi kelompok pasar berdasarkan geografis seperti halnya negara, regional, provinsi, kota, wilayah, kelurahan, kecamatan, dan kompleks-komplek perumahan.

- Negara : Indonesia
- Provinsi : Jawa Barat
- Kota : Bandung

b) Segmentasi Pasar Demografi

Segmentasi pasar demografi yaitu membagi kelompok pasar berdasarkan pada jenis kelamin, rentang umur, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, pendapatan/gaji, posisi jabatan, pendidikan, dan masih banyak faktor lainnya.

- Umur : 15-60 tahun
- Jenis Kelamin : Pria/Wanita
- Pendidikan : SD/SMP/SMA/Perguruan Tinggi
- Penghasilan : Rp. 2.000.000 – Rp. 10.000.000/ bulan
- Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa, Wiraswasta, Pebisnis
- Status : Menikah, Lajang

c) Segmentasi Pasar Psikografi

Segmentasi pasar psikografi merupakan dimana suatu stimuli pasar ditumbuhkan ketika pemasaran dilakukan dan yang termasuk dalam segmen pasar ini ialah seperti karakteristik individual, gaya hidup, ataupun kelas/tingkatan sosial.

- Kelas Sosial : Menengah ke atas
- Gaya Hidup : Konsumen yang ingin merasakan kenyamanan dan kebersihan pada saat beristirahat di kasur.

2. Penetapan Target Pasar

Penetapan Target Pasar yaitu suatu proses mengevaluasi minat dan ketertarikan dari setiap segmen pasar yang ada dan memilih satu atau beberapa segmen lebih yang akan kami tawarkan. Menurut **Tjiptono dan Chandra (2012:162)**, pengertian target pasar adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan.

Dengan ditentukan nya target pasar maka nantinya perusahaan kami akan lebih mudah untuk mengembangkan dimana posisi produk dan strategi bauran pemasaran untuk memasarkan kepada setiap segmen dari target pasar kami. *Maya Comfort Bed* akan melakukan hal dibawah ini agar usaha kami dapat berkembang, diantaranya:

- Memanfaatkan SDM dan SDA *Maya Comfort Bed* yang terbatas dengan seefektif dan seefisien mungkin.
- Memudahkan *Maya Comfort Bed* untuk menyesuaikan produk/jasa yang akan ditawarkan dipasaran dan strategi bauran pemasaran seperti memasang harga yang sesuai, saluran mendistribusikan produk dengan efektif, dan gencar melakukan promosi.
- Membidik sasaran pada peluang yang ada di pasar dengan jangkauan yang lebih luas, hal ini penting agar *Maya Comfort Bed* dapat dikenal oleh masyarakat di seluruh indonesia.
- Mengantisipasi kompetisi pasar pada *Maya Comfort Bed*.

Dalam usaha ini target pasar utama kami adalah tempat penginapan seperti hotel dan masyarakat yang berdomisili di Kota Bandung dan sekitarnya. Untuk menarik minat mereka kami akan melakukan strategi marketing khusus yaitu dengan pemberian diskon dan loyalty program untuk mengikat mereka.

3. *Positioning/* Posisioning Pasar

Positioning adalah suatu tindakan perusahaan untuk menyusun beberapa penawaran terbaik dan citra terbaik perusahaan agar dapat tercipta kesan tertetu, sehingga dapat menempati posisi persaingan yang ada dan selalu berada di hati para pelanggannya. *Positioning* merupakan hal yang sangat penting dalam strategi pemasaran. Menurut **Kotler dan Keller (2009:225)** *positioning* adalah pengaturan produk untuk menduduki tempat yang jelas, berbeda dan diinginkan dibandingkan produk pesaing dalam pikiran konsumen sasaran.

Dalam hal ini *Maya Comfort Bed* memiliki hal yang berbeda dengan pesaing yang lainnya. Dimana untuk sewa kasur, kualitas kasur kami menggunakan kasur yang terbaik dan dengan pengemasan yang baik. Selain itu proses pengerjaan untuk jasa pembersihan kasur dilakukan oleh para pegawai yang sudah ahli di bidangnya sehingga proses pengerjaan akan lebih cepat dan efisien.

B. Validasi Produk – *Market Fit*

Suatu bisnis yang akan mencapai suatu kesuksesan dan memiliki kesempatan atau peluang untuk mengembangkan usahanya menjadi sebuah

usaha yang lebih besar selalu mampu ketika akan melakukan identifikasi terhadap ide bisnis yang dimilikinya untuk diuji agar nantinya ide tersebut valid dan dapat dengan mudah di jalankan. Dengan berbagai macam usaha yang dapat dilakukan seperti melakukan proses interaksi dengan orang lain dan bertanya sesuai topik dari ide bisnis yang diambil agar kedepannya dapat diketahui bahwasannya ide yang dimiliki sudah dapat menyelesaikan permasalahan atau masih belum menghasilkan sebuah solusi dari permasalahan yang ada.

C. Kompetitor

Dalam dunia bisnis, keberadaan dari kompetitor atau pesaing yang menjalankan atau menawarkan jenis produk/jasa yang sama dengan produk/jasa yang nantinya akan kita tawarkan menjadi suatu keniscayaan. Artinya, bahwa ketika memutuskan untuk terjun dalam dunia bisnis pasti akan menemui satu atau dua orang pesaing yang apabila tidak dapat dikendalikan dapat menjadi ancaman yang tentunya akan menghancurkan usaha kami kedepan nya. Tidak adanya pengguna pelanggan yang berhasil tertarik lalu setuju membeli atau menggunakan produk/jasa kami, tentu akan berdampak tidak adanya pemasukan yang berarti dan apabila hal tersebut terus terjadi dan usaha yang dijalankan tidak memiliki pengguna dan pemasukan maka bangkrut adalah hal yang pasti akan terjadi pada bisnis tersebut.

Oleh karena itu, bisnis *Maya Comfort Bed* yang akan kami jalankan mengidentifikasi pesaing usaha sejenis untuk mencari tahu apa saja kekuatan

dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut ini adalah pesaing-pesaing dari usaha kami, contohnya:

1. Rental Kasur Bandung

Rental Kasur Bandung merupakan layanan sewa kasur tambahan yang sudah memiliki cabang di daerah Jawa Barat, DKI & Banten. Untuk di daerah Bandung, rental kasur ini berlokasi di Jalan. Sersan Bajuri No. 88 Cihideung, Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Rental kasur ini sudah memiliki jumlah kasur yang banyak dengan berbagai macam jenis kasur. Harganya pun terjangkau. Dan sudah memiliki banyak cabang. Tetapi kasur yang digunakan adalah kasur dengan kualitas standard.

Gambar 3.1

Rental Kasur Bandung



2. Cipta Karya Utama

Cipta Karya Utama adalah penyedia jasa cuci sofa, *spring bed*, karpet, jok, gordena, dan jasa cuci kursi daerah Bandung dan sekitarnya. Yang berlokasi di

Jalan Muhammad Toha 138/201A Gang pak Uca RT/RW:05/06, Karasak, Astana Anyar, Kota Bandung, Jawa Barat. Didirikan sejak tahun 2004 hingga saat ini. Cara pembersihan *spring bed* nya hampir sama dengan kami. Harga terjangkau. Yang disayangkan adalah para petugas nya tidak menggunakan masker ataupun sarung tangan pada saat pengerjaan.

Gambar 3.2

Cipta Karya Utama



D. Program Pemasaran

Program pemasaran adalah alat yang berisikan sejumlah keputusan tentang perangkat bauran pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pengguna/pelanggan dan mempengaruhi pada saluran sistem perdagangannya. Bauran pemasaran atau yang biasa disebut juga dengan marketing mix merupakan alat-alat pemasaran yang terdiri dari 4P (*Product, Place, Promotion, Price*) yang terkontrol dan digabungkan oleh suatu perusahaan menjadi satu kesatuan perangkat variabel pemasaran yang utuh dimana nantinya akan digunakan untuk menghasilkan sebuah respon yang kita inginkan dari pasar yang disasarkan dan mempengaruhi tingkat pembelian. Berikut ini

merupakan program pemasaran dalam usaha bisnis *Maya Comfort Bed* ialah sebagai berikut:

1. Produk

Produk yang ditawarkan oleh *Maya Comfort Bed* adalah sebuah jasa penyewaan kasur dan pembersihan kasur. Dalam jasa penyewaan kasur kami memiliki 2 jenis yaitu *Spring Bed* dan *Bed Set*. Kemudian untuk jasa pembersihan kasur (*spring bed*) kami hanya menyediakan 1 paket saja yaitu full service yang terdiri dari *dry vacuum*, *washing*, dan *finishing*. Tentu nya dikerjakan dengan proses yang cepat dan oleh orang yang ahli di bidangnya. Konsumen tidak perlu datang membawa kasur ke tempat kami. Tetapi kami yang akan datang ke tempat mereka.

2. Place

Pemilihan tempat harus dipertimbangkan secara matang agar dapat memiliki peluang bisnis yang lebih baik. *Maya Comfort Bed* ini akan berlokasi di Jalan Cibolerang, Kopo, Bandung, Jawa Barat. Tempat ini merupakan persewaan gudang. Yang akan dijadikan sebagai tempat penyimpanan kasur dan peralatan pembersihan kasur serta terdapat ruangan office juga. Lokasinya sangat strategis sehingga mudah di akses.

3. Promotion

Promosi atau pengenalan produk akan dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Website. Promosi ini dilakukan agar menarik calon konsumen untuk menggunakan jasa kami. Selain itu

kami akan membagi kan brosur dan juga akan datang langsung menemui hotel untuk menjalin kerjasama.

4. Price

Price merupakan komponen yang sangat penting dari rencana pemasaran karena menentukan keuntungan juga kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Dengan pelayanan dan pengerjaan yang baik, kami menetapkan harga antara Rp. 50.000 – Rp. 300.000.

E. Media Pemasaran

Media pemasaran adalah suatu media yang dijadikan sebagai alat untuk mempromosikan atau memasarkan produk/jasa dari bisnis yang akan dijalankan dan untuk tampilannya sendiri sangatlah beragam, mulai dari yang berbentuk media cetak bahkan seiring dengan berkembangnya zaman semua orang melakukan pemasaran melalui media sosial yang ada dimana memang sudah banyak pengguna yang beralih dan lebih sering berselancar secara online di internet melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan masih banyak lagi platform yang digunakan untuk mengiklankan suatu produk dengan beragam bentuk dan harga yang disesuaikan dengan kemampuan anggaran dari seorang yang akan mengiklankan produknya. Berikut ini adalah media pemasaran yang digunakan oleh *Maya Comfort Bed*:

- Media Sosial (Facebook, Twitter, Instagram)

Gambar 3.3

Facebook *Maya Comfort Bed*

Gambar 3.4

Twitter *Maya Comfort Bed*

Gambar 3.5

Instagram *Maya Comfort Bed*

- Website
- Radio

F. Proyeksi Penjualan

Untuk memperkirakan dan merencanakan jumlah penjualan produk/jasa kita pada masa yang akan datang dikenal dengan istilah proyeksi penjualan. Hal ini merupakan serangkaian tumpuan rencana strategis serta salah satu pegangan untuk merencanakan berbagai kegiatan manajemen. Proyeksi penjualan juga digunakan sebagai bahan masukan untuk:

- Menyusun jadwal produksi
- Bagi pimpinan untuk mengevaluasi jumlah
- Sarana produksi

- Anggaran penjualan

Dengan melakukan proyeksi penjualan perusahaan pun bisa menyusun rencana strategis agar penjualan meningkat setiap hari, bulan, atau setiap tahun nya, maka berikut adalah proyeksi penjualan yang dimiliki oleh *Maya Comfort Bed*:

Tabel 3.1

Proyeksi Penjualan *Maya Comfort Bed* tahun ke-1

No	Jenis Penyewaan & Pembersihan	Pot. Max	Target	Target Penjualan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Spring Bed	9.125	10%	912	100.000	91.200.000
2	Bed set:					
	• Single	1.825	10%	182	50.000	9.100.000
	• Double	1.825	10%	182	70.000	12.740.000
	• Queen	1.825	10%	182	90.000	16.380.000
	• King	1.825	10%	182	110.000	20.020.000
3	Cuci kasur	5.475	10%	547	185.000	101.195.000
Total						250.635.000

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Tabel 3.2

Proyeksi Penjualan *Maya Comfort Bed* tahun ke-2

No	Jenis Penyewaan & Pembersihan	Pot. Max	Target	Target Penjualan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Spring Bed	9.125	10%	912	100.000	91.200.000
2	Bed set:					
	• Single	1.825	10%	182	50.000	9.100.000
	• Double	1.825	10%	182	70.000	12.740.000
	• Queen	1.825	10%	182	90.000	16.380.000
	• King	1.825	10%	182	110.000	20.020.000
3	Cuci kasur	5.475	10%	547	185.000	101.195.000
Total						250.635.000

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Tabel 3.3

Proyeksi Penjualan *Maya Comfort Bed* tahun ke-3

No	Jenis Penyewaan & Pembersihan	Pot. Max	Target	Target Penjualan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Spring Bed	9.125	15%	1.368	100.000	136.800.000
2	Bed set:					
	• Single	1.825	15%	273	50.000	13.650.000
	• Double	1.825	15%	273	70.000	19.110.000
	• Queen	1.825	15%	273	90.000	24.570.000
	• King	1.825	15%	273	110.000	30.030.000
3	Cuci kasur	5.475	15%	821	185.000	151.885.000
Total						376.045.000

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Tabel 3.4

Proyeksi Penjualan *Maya Comfort Bed* tahun ke-4

No	Jenis Penyewaan & Pembersihan	Pot. Max	Target	Target Penjualan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Spring Bed	9.125	20%	1.825	100.000	182.500.000
2	Bed set:					
	• Single	1.825	20%	365	50.000	18.250.000
	• Double	1.825	20%	365	70.000	25.550.000
	• Queen	1.825	20%	365	90.000	32.850.000
	• King	1.825	20%	365	110.000	40.150.000
3	Cuci kasur	5.475	20%	1.095	185.000	202.575.000
Total						501.875.000

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Tabel 3.5

Proyeksi Penjualan *Maya Comfort Bed* tahun ke-5

No	Jenis Penyewaan & Pembersihan	Pot. Max	Target	Target Penjualan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Spring Bed	9.125	25%	2.281	100.000	228.100.000
2	Bed set:					
	• Single	1.825	25%	456	50.000	22.800.000
	• Double	1.825	25%	456	70.000	31.920.000
	• Queen	1.825	25%	456	90.000	41.040.000
	• King	1.825	25%	456	110.000	50.160.000
3	Cuci kasur	5.475	25%	1.368	185.000	253.080.000
Total						627.100.000

Sumber: Olahan Penulis, 2020