

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Laporan Penjualan dan Pasar Saat Ini

Dikutip dari situs *jurnal.id*, laporan penjualan adalah kumpulan dari seluruh informasi penjualan yang disusun dan di informasikan sebagai sebuah bahan pencatatan dan analisa penjualan.

Ada beberapa hal penting mengenai laporan penjualan untuk bisnis atau usaha yaitu:

- Menggambarkan kondisi bisnis
- Bahan evaluasi
- Bentuk pertanggungjawaban
- Meningkatkan produktivitas
- Menunjukkan kredibilitas perusahaan

Berdasarkan penjelasan di atas, berikut ini adalah laporan penjualan usaha Jason's Empanada di tahun 2021 selama 1 tahun:

Tabel 1 Laporan Penjualan Jason's Empanada

Laporan Penjualan Jason's Empanada					
1 Januari 2021 - 31 Desember 2022					
Bulan	Nama Produk	Kapasitas (pcs)	Harga (pcs)	Jumlah terjual	Total
Januari	Panada	100	Rp 6,500.00	75	Rp487,500.00
Februari	Panada	100	Rp 6,500.00	79	Rp513,500.00
Maret	Panada	100	Rp 6,500.00	62	Rp403,000.00
April	Panada	100	Rp 6,500.00	69	Rp448,500.00
Mei	Panada	100	Rp 6,500.00	90	Rp585,000.00
Juni	Panada	100	Rp 6,500.00	73	Rp474,500.00
Juli	Panada	100	Rp 6,500.00	64	Rp416,000.00
Agustus	Panada	100	Rp 6,500.00	83	Rp539,500.00
September	Panada	100	Rp 6,500.00	78	Rp507,000.00
Oktober	Panada	100	Rp 6,500.00	57	Rp370,500.00
November	Panada	100	Rp 6,500.00	55	Rp357,500.00
Desember	Panada	100	Rp 6,500.00	89	Rp578,500.00

Sumber: Olahan Penulis, 2021

B. Rencana Pengembangan Pasar Baru

Rencana pengembangan pasar pada umumnya dilakukan berdasarkan pada konsep *target marketing*, yang dimana serangkaian kegiatan dimulai dengan identifikasi segmen-segmen pasar (*Segmen*), pemilihan satu atau beberapa pasaran (*Target*), dan penetapan posisi (*Positioning*).

1. Segmen

Segmen atau segmentasi pasar ialah strategi dari suatu perusahaan untuk mengetahui kebutuhan konsumen yang dimana nantinya memudahkan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang sesuai berdasarkan dengan kebutuhan, karakter, dan perilaku dari konsumennya menjadi kelompok yang homogen. Singkatnya, segmentasi pasar ialah gambaran secara umum dari konsumen dan usaha yang akan dibentuk.

Dengan kata lain segmentasi pasar adalah cara yang efektif untuk memenuhi kebutuhan suatu kelompok konsumen yang ditargetkan. Terdapat 4 jenis klasifikasi segmentasi pasar, yaitu:

- Segmentasi Geografis

Jenis segmentasi ini cukup penting dikarenakan dapat meneliti orang-orang yang berasal dari berbagai daerah dengan kemungkinan memiliki kebutuhan yang juga berbeda.

- Segmentasi Demografis

Segmentasi ini terbagi atas beberapa macam seperti usia, jenis kelamin, status, agama dan lainnya.

- Segmentasi Perilaku

Segmentasi ini dapat memperkecil target pasar menjadi kelompok yang lebih homogen berdasarkan perilaku pembelian setiap konsumen.

- Segmentasi Psikografis

Jenis segmentasi ini lebih memperhatikan sisi psikologis konsumen berdasarkan kepribadian mencakup gaya hidup, temperamen, sifat, dan lainnya.

Tabel 2 Segmentasi Pasar Usaha Kuliner *Jason's Empanada*

No.	Segmentasi	Deskripsi
1	Geografis	Tinggal di daerah Otista, Jakarta Timur dan sekitarnya, akses yang mudah saat berkendara dan dekat dengan gedung perkuliahan dan kantor.

2	Demografis	Mahasiswa dan para tenaga kerja.
3	Perilaku	Senang mengkonsumsi makanan ringan saat kapan pun.
4	Psikografis	Ingin mencari tahu produk local khususnya produk yang berasal dari suatu daerah.

Sumber: Olahan penulis, 2021

Adapun tujuan mengapa segmentasi pasar ini dilakukan, antara lain:

- Meningkatkan pelayanan kepada konsumen untuk menjadi lebih baik.
- Perencanaan strategi pemasaran menjadi lebih teratur dan terarah.
- Penilaian target berdasarkan karakter pasar untuk titik rencana usaha yang akan di kembangkan.
- Mengetahui pesaing dengan produk yang sama.

2. Target

Menurut **(Solomon dan Elnora, 2003)**, Target pasar ialah sebuah grup yang diubah menjadi pelanggan sebagai hasil dari segmentasi dan penargetan. Untuk menentukan target pasar, langkah baiknya terlebih dahulu membuat segmentasi pasar.

Dengan menentukan target pasar, maka suatu usaha akan mendapatkan *benefit*, seperti:

- Menghasilkan daya tarik dalam pemasaran.
- Bisa mengelola keuangan secara baik dan teratur.
- Sebagai penilaian dari perusahaan lain.
- Menghasilkan produk sesuai dengan kemauan pasar.

Berdasarkan dengan pengertian di atas, usaha *Jason's Empanada* dengan mahasiswa dan tenaga kerja sebagai target pasarnya dikarenakan Panada (yang dimana tergolong sebagai makanan ringan) bisa menjadi salah satu pilihan terbaik untuk di konsumsi kapanpun dan dimanapun.

3. *Positioning*

Menurut (**Philip Kotler**), *Positioning* ialah segala upaya untuk mendesain produk serta merek agar dapat menempati sebuah posisi yang unik di benak konsumen. Hal ini merupakan salah satu alasan bagi konsumen membeli produk yang telah ditawarkan.

Menurut (**Tjiptono, 1997**), ada 7 pendekatan yang bisa dilakukan saat melakukan posisi pasar, yaitu:

- Posisi pasar berdasarkan atribut, dengan cara memperkenalkan atribut tertentu.
- Posisi pasar berdasarkan harga dan kualitas, dengan cara memberikan harga jual tinggi guna menciptakan kualitas produk yang baik ataupun sebaliknya.
- Posisi pasar berdasarkan konsumen, dengan cara menyesuaikan tipe dari konsumennya.
- Posisi pasar berdasarakan kompetitor atau pesaing, dengan cara mengevaluasi dari pesaing.
- Posisi pasar berdasarkan manfaat.

- Posisi pasar berdasarkan penggunaan.
- Posisi pasar berdasarkan kelas dari produk atau kategori.

Berdasarkan penjelasan di atas dan pengertian dari *positioning*, *Jason's Empanada* menggunakan metode posisi pasar berdasarkan harga dan kualitas juga posisi pasar berdasarkan kompetitor walaupun usaha Panada di Jakarta tergolong tidak banyak.

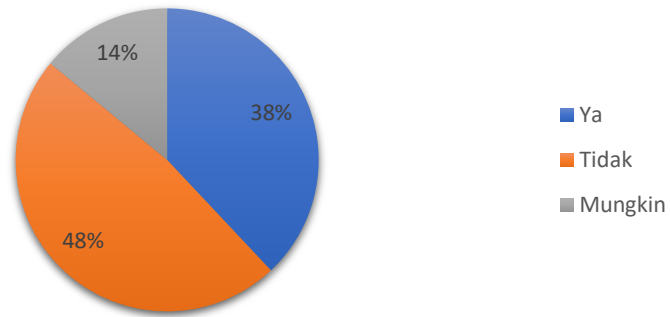
C. Validasi Produk – *Market Fit*

Validasi produk – *Market fit*, konsep ini pertama kali diciptakan dan dikembangkan pada tahun 2007 oleh Marc Andreessen berkebangsaan Amerika Serikat. Dalam artikel miliknya dengan judul *The Only Thing That Matters*, Andreessen menjelaskan maksud product – *Market fit* sebagai keberhasilan dari suatu produk yang telah memasuki pasar yang cocok juga mampu menyediakan solusi yang dapat memuaskan pasar. Istilah lainnya tentang product – *Market fit* tertulis pada artikel milik John Porter yang berjudul *Principle Product of Design* yaitu tingkat tingkat loyalitas dan kecintaan konsumen atau pelanggan terhadap suatu merek dagang menjadi salah indikator untuk melihat bagaimana konsumen mempromosikan produk yang dihasilkan.

Guna mendapatkan *value* dari produk agar produk – *Market fit* berjalan dengan baik untuk meningkatkan penjualan, dalam hal ini *Jason's Empanada* membagikan *sample* produk secara acak untuk mengisi kuesioner yang diberikan. Berikut adalah hasil kuesioner yang telah dibagikan:

Gambar 16 Kuesioner 1

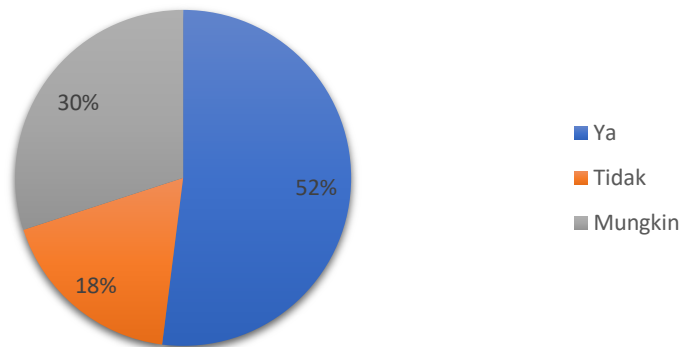
Apakah sudah pernah mendengar produk Panada sebelumnya?



Sumber: Olahan penulis, 2021

Gambar 17 Kuesioner 2

Apakah Anda merasa cocok dengan produk Panada?



Sumber: Olahan penulis, 2021

Gambar 18 Kuesioner 3



Sumber: Olahan penulis, 2021

Berdasarkan gambar dari hasil kuesioner di atas, data tersebut menunjukkan bahwa hampir semua responden memberikan hasil yang positif terhadap *sample* yang diberikan dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Dari 50 responden, 24 di antaranya tidak pernah mendengar produk Panada sebelumnya.
2. 26 dari 50 responden merasa cocok dengan produk Panada sehingga lebih meyakinkan penulis untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas dari Panada untuk ke depannya.
3. Hanya 1 dari 50 responden yang menilai segi penampilan Panada tidak terlihat menarik dan merupakan respon yang sangat positif bagi bisnis usaha *Jason's Empanada* untuk semakin berkembang ke depannya.

D. Kompetitor

Dalam setiap usaha, pasti ada yang namanya pesaing atau kompetitor. Pesaing sendiri memiliki definisi yaitu pemilik usaha lain yang menciptakan atau menghasilkan produk sejenis dengan usaha yang direncanakan. Pesaing memiliki 2 tipe yaitu pesaing usaha sejenis dan tidak sejenis. Dibawah ini adalah pesaing usaha sejenis seperti *Jason's Empanada*:

Tabel 3 Pesaing Usaha Sejenis

No	Nama	Lokasi
1.	Panada D'Lula	JalanBalap Sepeda II Nomor 46 Rawamangun, Jakarta Timur, RT.5/RW.6, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220
2.	Toko Kue Manado	RT 8/RW 1, Susukan, Ciracas, Jakarta Timur 13750

Sumber: Olahan Penulis, 2021

Pesaing di atas sudah pernah penulis kunjungi dan merasakan produknya. Panada D'Lula sendiri pada awal berdiri hanya menjual satu varian produk saja yaitu Panada. Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan usaha Panada D'Lula dari tahun ke tahun, akhirnya Panada D'Lula mencoba untuk menjual berbagai jenis varian produk selain Panada termasuk aneka *beverage*. Panada D'Lula juga menjual berbagai varian rasa dari produk Panada yaitu Panada dengan isi Ikan Cakalang, Ayam Rica, Ayam Woku, Ayam Gurih, dan Sapi.

Pesaing berikutnya yaitu ada Toko Kue Manado. Berbeda dengan bisnis usaha *Jason's Empanada* yang hanya menjual satu jenis produk, pada umumnya usaha Toko Kue Manado menjual semua berbagai kue ciri khas dari Manado termasuk Panada salah satunya. Penulis tidak merasa khawatir untuk lebih mengembangkan bisnis yang sudah berjalan ini dikarenakan pesaing yang disebutkan di atas akan menjadi acuan bagi penulis untuk lebih konsisten menjual hanya satu jenis produk saja hingga kedepannya yaitu Panada terutama di kawasan Jakarta Timur. Hal ini lah yang menurut pandangan penulis akan menjadi daya tarik untuk mendapatkan konsumen.

E. Program Promosi

Promosi adalah bagian dari pemasaran untuk menarik pelanggan, mendorong penjualan, dan keluarnya barang. Apabila dilakukan dengan baik dan benar, promosi penjualan dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi suatu bisnis atau usaha.

Dengan adanya perencanaan program promosi ini dapat membantu usaha untuk dapat di kenal oleh banyak masyarakat dengan tujuan dapat diterima dengan baik. Agar program promosi ini dapat berjalan dengan baik, program promosi yang dilakukan perlu sesuai dengan target pasar dari produk yang dijual.

Berdasarkan penjelasan di atas, usaha *Jason's Empanada* memiliki 2 program promosi untuk saat ini dan kedepannya akan menambahkan beberapa program promosi, yaitu:

1. Diskon

Diskon adalah pengurangan harga yang dimana konsumen bisa dapatkan saat melakukan transaksi dengan potongan harga yang memiliki persentase tertentu. Usaha *Jason's Empanada* memberikan diskon sebesar 15-20% untuk setiap pembelian di atas 100 pcs Panada.

2. Media Sosial

Dikutip dari *Wikipedia*, sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk berkomunikasi dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial media bagi penggunaanya. Dalam hal ini, *Jason's Empanada* menggunakan Instagram dan bergabung bersama transportasi online sebagai platform media sosial dalam mengembangkan usaha penulis.

F. Media Promosi

Media diperlukan untuk memenuhi aktivitas promosi. Media berguna sebagai sarana komunikasi dari pihak penjual kepada pembeli mengenai produk atau jasa yang di jual. Adapun media promosi seperti sosial media, brosur, baliho, dan banner adalah media yang akan digunakan oleh *Jason's Empanada* bertujuan untuk memberikan informasi perihal bisnis usaha juga memperkenalkan *Jason's Empanada* kepada seluruh masyarakat terlebih di kota Jakarta.

Penulis berniat untuk menggunakan promosi berbayar seperti mendaftarkan *Jason's Empanada* pada *Google ads*. Ini dilakukan untuk meraih konsumen yang lebih banyak

dan mencapai keuntungan usaha semaksimal mungkin. Selain itu juga mendaftarkan pada aplikasi *Tripvisor* akan digunakan pada usaha ini sehingga para konsumen dapat memberikan ulasan langsung serta penilaian terhadap *Jason's Empanada*.

Berikut ini adalah contoh desain promosi yang akan ditunjukkan pada media sosial, banner, dan brosur oleh *Jason's Empanada*:

Gambar 19 Flyer *Jason's Empanada*



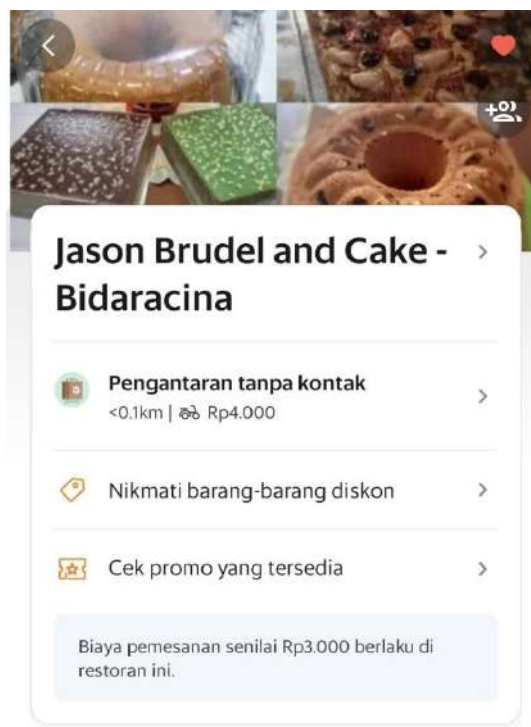
Gambar di atas adalah desain promosi dari usaha *Jason's Empanada* yang akan ditampilkan di media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*. *Flyer* di atas juga akan disebarluaskan secara langsung yang dimana dianggap sebagai media pemasaran ke berbagai tempat perkantoran dan perkuliahan.

Gambar 20 Instagram *Jason's Empanada*



Gambar di atas merupakan sosial media *Instagram* yang digunakan oleh Jason's Empanada dalam mempromosikan usaha. *Instagram* memiliki banyak pengguna dan sangat efektif dijadikan sebagai lahan media pemasaran dalam suatu bisnis.

Gambar 21 Jasa *Delivery* Transportasi Online



Dan yang terakhir bisnis *Jason's Empanada* telah bergabung bersama salah satu jasa transportasi online. Saat ini sangat banyak masyarakat menggunakan jasa transportasi online dalam pemesanan makanan maupun minuman dikarenakan tidak perlu memesan langsung di tempat dan mudah untuk di lakukan.

G. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan adalah perkiraan atau proyeksi secara teknis permintaan konsumen potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi.

Adapun bahan pertimbangan sebelum menyusun proyeksi penjualan yaitu:

- **Internal factors**, dipengaruhi dari usaha tersebut seperti tujuan usaha itu sendiri.
- **External factors**, perkembangan dari lingkungan luar usaha seperti perkembangan ekonomi, kehidupan sosial, teknologi, persaingan pasar, dan juga kondisi alam.

Berdasarkan penjelasan mengenai proyeksi penjualan di atas, berikut di bawah ini adalah proyeksi penjualan *Jason's Empanada*:

Tabel 4 Proyeksi Penjualan *Jason's Empanada*

<i>No</i>	<i>Bulan</i>	<i>Kapasitas (Pcs)</i>	<i>Rata-Rata Harga</i>	<i>Hari</i>	<i>Jumlah</i>
1	Januari	100	Rp 6.500	31	Rp 20.150.000
2	Februari	100	Rp 6.500	29	Rp 18.850.000
3	Maret	100	Rp 6.500	31	Rp 20.150.000
4	April	100	Rp 6.500	30	Rp 19.500.000
5	Mei	100	Rp 6.500	31	Rp 20.150.000
6	Juni	100	Rp 6.500	30	Rp 19.500.000
7	Juli	100	Rp 6.500	31	Rp 20.150.000

8	Agustus	100	Rp 6.500	31	Rp 20.150.000
9	September	100	Rp 6.500	30	Rp 19.500.000
10	Oktober	100	Rp 6.500	31	Rp 20.150.000
11	November	100	Rp 6.500	30	Rp 19.500.000
12	Desember	100	Rp 6.500	31	Rp 20.150.000
TOTAL					Rp 237.250.000

Sumber: Olahan Penulis, 2021

Tabel di atas adalah perhitungan proyeksi selama 1 tahun pertama dari usaha *Jason's Empanada*. Tabel di atas diambil berdasarkan harga jual yang sudah ditentukan oleh penulis.

Tabel 5 Proyeksi Penjualan Selama 5 Tahun Kedepan

<i>Tahun</i>	<i>Kapasitas</i>	<i>Total</i>	<i>Unit</i>	<i>Rata-</i>	<i>Pendapatan</i>
<i>Ke-</i>	<i>(Pcs)</i>	<i>Penjualan</i>		<i>Rata</i>	
				<i>Harga</i>	
1	100	36.500	Pcs	6.500	Rp 237.250.000
2	100	36.865	Pcs	6.500	Rp 239.622.500
3	100	37.230	Pcs	6.500	Rp 241.995.000
4	100	37.595	Pcs	6.500	Rp 244.367.500
5	100	37.960	Pcs	6.500	Rp 246.740.000

Tabel di atas ialah data proyeksi penjualan dari *Jason's Empanada* untuk tahun pertama dan 5 tahun kedepan. Tercapai atau tidaknya proyek tersebut bergantung pada kondisi pasar saat itu.