

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar

Riset pasar adalah cara untuk menganalisa bisa berupa data maupun laporan yang dilakukan oleh perusahaan perihal situasi pemasaran tertentu yang akan dipilih oleh perusahaan. Hal ini memiliki manfaat sebagai alat atau media untuk menganalisis dan memperoleh data target pasar yang akan dipilih untuk pemasaran dan mendapatkan informasi perihal potensi, peluang dan persaingan di tempat pemasaran.

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah salah satu strategi awal dalam mendirikan sebuah bisnis yang dapat mempengaruhi jasa yang akan dikembangkan. Suatu bisnis harus menentukan segmentasi pasar yang lebih mengerucut sehingga optimal.

Ada beberapa variabel dalam segmentasi pasar yaitu :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi Geografis untuk perusahaan ini memilih kota Bandung sebagai tempat untuk menjalankan usaha. Segmentasi pasar terdapat di daerah Cimahi, Bandung Barat, Bandung Timur, Bandung Selatan, Bandung utara. Usaha ini menentukan target pasar untuk orang-orang yang berada di

bandung karena di kota ini sendiri sudah banyak kompleks menengah ke atas. Jenis usaha yang sama untuk ditawarkan dan orang-orang yang berada di kota Bandung memiliki tingkat kependudukan dan tingkat kesibukan yang termasuk tinggi. Selain itu, juga memasuki perkantoran kecil yang belum memiliki alat tertentu dalam membersihkan sesuatu.

2. Segmentasi Demografis

Segmen pasar Resik.in sudah menargetkan penduduk yang memiliki mobilitas tinggi dimana pasar untuk usaha ini adalah penduduk bekerja laki-laki maupun perempuan dengan kelompok umur lebih dari 17 tahun dan juga penduduk yang tidak memiliki waktu lebih untuk melakukan pembesihan.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis menentukan karakteristik, minat latar belakang dan faktor lainnya. Resik.in memilih calon pelanggan yang dituju adalah pelanggan yang mempunyai latar belakang mengikuti era teknologi di mana memanfaatkan teknologi sebagai media yang mudah digunakan.

b. Target

Selain segmentasi, suatu bisnis perlu menentukan target pasar yang jelas agar dapat menghasilkan penjualan jasa yang maksimal. Menurut **Daryanto (2011:42)**, target pasar merupakan suatu cara mengelola daya tarik suatu pasar dan menentukan satu atau beberapa segmen pasar.

Resik.in telah menentukan target pasarnya perumahan menengah ke atas maupun perkantoran kecil yang mana konsumen yang membutuhkan pelayanan kebersihan yang membutuhkan alat dan keahlian dalam proses pembersihan.

c. *Positioning*

Positioning adalah penempatan produk kepada konsumen dengan cara menanamkan ciri khas atas produk yang ditawarkan sehingga menjadi kesan tertentu dalam benak konsumen.

Untuk Positioning Resik.in mencoba dalam menentukan posisi jasa pelayanan ini kepada calon konsumen yang ingin merawat dan membersihkan suatu area rumah dan perkantoran kecil maupun kolam renang serta barang yang berupa langit – langit. Jasa pelayanan ini berbasis aplikasi yang menjadikan daya tarik bagi konsumen, ini pun yang membuat perbedaan dengan perusahaan sejenis lainnya.

B. Validasi Produk

Suatu ide atau sebuah inovasi bisa datang dari mana dan kapan pun dalam dunia bisnis. Hal ini bisa dilihat dari tingginya permintaan suatu produk atau jasa dari konsumen. Dalam hal ini, validasi produk perlu dilakukan untuk bisa berjalan usaha bisnisnya. Selain itu, validasi ini juga membantu dalam memprediksi bagaimana konsumen terkait reaksi terhadap jasa yang ditawarkan.

Validasi produk ini menyesuaikan dengan pasar, di mana suatu cara perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa yang menambahkan nilai tambah pada produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Nilai tambah ini bisa dilihat dari faktor keunggulan pesaing bahkan penilaian dari konsumen.

Penulis telah mengajukan ide bahwa Resik.in diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pasar, di mana Resik.in menawarkan pelayanan kebersihan misalnya, *Daily Cleaning, Floor Cleaning, Pool Cleaning* dan *Ceiling cleaning*.

C. Kompetitor

Resik.in adalah perusahaan baru yang pastinya sudah mempunyai beberapa kompetitor yang sudah memulai usahanya lebih awal. Berikut pesaing yang mempunyai usaha sejenis:

1. Grades Home Cleaning

Grades Home Cleaning adalah salah satu usaha yang sudah bergerak awal di Bandung yang menyediakan jasa layanan general cleaning seperti perawatan kebersihan lantai, *home cleaning*, dan sanitasi toilet.

Gambar 3.1

Grades Home Cleaning



Sumber : Google.com

2. PT. Nandya Perkasa

PT. Nandya Perkasa merupakan salah satu juga usaha pelayanan

kebersihan di kota Bandung. Perusahaan ini baru bisa diakses oleh konsumen melalui fitur yang ada di website. Selain itu, Konsumen harus melakukan panggilan dengan kontak yang sudah tertera di website.

Gambar 3.2

PT Nandya Perkasa



Sumber : Google.com

D. Program Pemasaran

Dalam dunia bisnis, pemasaran perlu dilakukan dengan baik dan harus dicapai. Setiap perusahaan haruslah merencanakan strategi pemasarannya untuk mendukung tujuannya. Tujuan ini tidak hanya untuk meningkatkan tingkat penjualan, namun juga membangun *brand awareness* dari perusahaan tersebut.

Untuk meraih tujuan tersebut, maka perlu dibuatlah suatu pemasaran. Program pemasaran atau yang disebut *marketing mix* merupakan beberapa rangkaian rencana agar tercipta penggabungan sehingga muncul hasil yang yang diinginkan. Dengan hal ini perusahaan harus berkembang dengan mengikuti jaman agar kelangsungan perusahaan berjalan dengan baik. *Marketing mix* memiliki 4 aspek yaitu produk (*Product*), harga (*price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*). berikut ini adalah *marketing mix* yang digunakan Resik.in:

1. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan perusahaan Resik. In berupa pelayanan *Daily Cleaning* dan *Special Treatment* spesifiknya seperti *Floor Cleaning*, *Pool*

Cleaning dan *Ceiling Cleaning*. Resik.in menggunakan alat, *chemical* dan tentunya tenaga ahli yang terbaik agar pengerjaan yang cepat dan bersih sehingga menimbulkan kesan terhadap konsumen

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan nilai jual yang sudah dirancang dan ditetapkan oleh perusahaan dan konsumen membayar sesuai dengan harga dan pelayanan yang mereka butuhkan. Untuk merancang harga jual, perusahaan perlu menentukan biaya produksi yang diperlukan dan laba yang ditentukan agar mengetahui harganya.

3. *Place* (Saluran Distribusi)

Dalam penentuan lokasi pendirian suatu perusahaan juga penting demi kelancaran dalam penjualan. Tempat juga merupakan mempengaruhi dalam cakupan distribusi usaha, karena Resik.in ini juga berbasis aplikasi konsumen dapat menggunakan jasa pelayanannya melalui aplikasi yang dapat diunggah di telpon genggam. Resik.in berlokasi di Ngamprah, Kab. Bandung barat diharapkan juga dapat menjangkau kompleks elit yang ada di kota Bandung, Cimahi dan Bandung Barat.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi ini adalah sebuah upaya untuk membujuk atau mengajak calon konsumen untuk menggunakan produk yang perusahaan tawarkan.

Resik.in melakukan promosi melalui sales call dan media sosial yang sudah digunakan oleh banyak orang seperti Instagram dan Facebook. Perusahaan kami pun menyediakan pemesanan melalui aplikasi yang mudah diakses oleh konsumen. Hal ini pun dilakukan untuk memangkas

biaya promosi yang mahal.

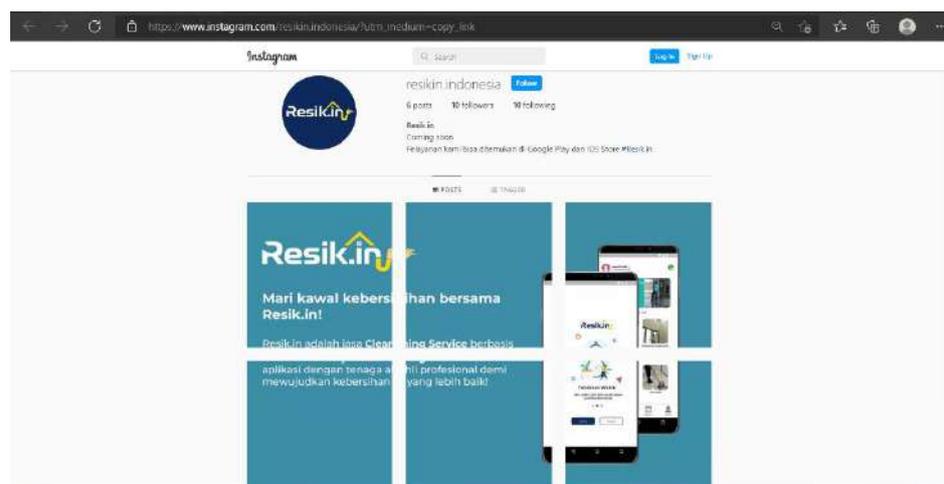
E. Media Pemasaran

Pemasaran adalah suatu rangkaian acara di dalam sebuah perusahaan, dengan kata lain juga sebagai media untuk mengomunikasikan suatu jasa dari perusahaan tersebut. Penggunaan media juga penting dalam melaksanakan suatu pemasaran agar berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana yang sudah dipersiapkan. Fungsi media adalah untuk menyampaikan informasi mengenai produk, jasa dan promosi daripada suatu produk maupun jasa milik suatu perusahaan.

Resik.in menggunakan media sosial yang sering digunakan oleh banyak kalangan masyarakat di era teknologi ini diantaranya, Instagram dan Facebook. Lantaran berkembangnya teknologi yang pesat, membuat masyarakat terdorong untuk menggunakannya apalagi media sosial.

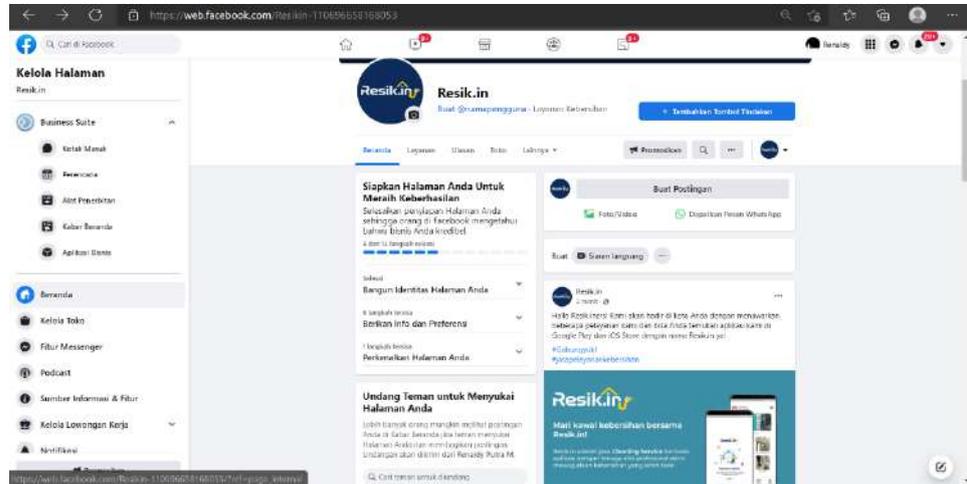
Gambar 3.3

Halaman Instagram



Sumber : Data Diolah oleh Penulis, 2022

Gambar 3. 4
Halaman Facebook



Sumber : Data Diolah oleh Penulis, 2022

F. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan adalah metode atau cara yang memakai beberapa asumsi untuk memprediksi permintaan tamu dalam kurun waktu tertentu. Resik.in mampu mengambil langkah dan keputusan di masa yang akan datang berdasarkan data proyeksi yang sudah direncanakan. Berikut proyeksi penjualan Resik.in dalam jangka waktu 5 tahun :

Tabel 3.1

Perkiraan Proyeksi Tahun ke-1

NO	Jenis Pelanggan	Target Pelanggan	Rata - rata	Harga Per-pelayanan	Total
1	Daily Cleaning	460	2	Rp 208,824	Rp 192,264,257
2	Floor Cleaning	153	4	Rp 189,882	Rp 116,549,572
3	Pool Cleaning	153	3	Rp 47,432	Rp 21,835,321
4	Ceiling Cleaning	153	5	Rp 52,822	Rp 40,527,680
Total Pendapatan					Rp 371,176,829
Target Total Occupancy					42%

Sumber : Data diolah oleh Penulis, 2022

Tabel 3.2**Perkiraan Proyeksi Tahun ke-2**

NO	Jenis Pelanggan	Target Pelanggan	Rata - rata	Harga Per-pelayanan	Total
1	Daily Cleaning	510	2	Rp 208,824	Rp 212,875,186
2	Floor Cleaning	170	4	Rp 189,882	Rp 129,043,807
3	Pool Cleaning	170	3	Rp 47,432	Rp 24,176,090
4	Ceiling Cleaning	170	5	Rp 52,822	Rp 44,872,289
Total					Rp 410,967,372
Target Total Occupancy					47%

Sumber : Data diolah oleh Penulis, 2022

Tabel 3.3**Perkiraan Proyeksi Tahun ke-3**

NO	Jenis Pelanggan	Target Pelanggan	Rata - rata	Harga Per-pelayanan	Total
1	Daily Cleaning	565	2	Rp 208,824	Rp 236,054,650
2	Floor Cleaning	188	4	Rp 189,882	Rp 143,095,075
3	Pool Cleaning	188	3	Rp 47,432	Rp 26,808,566
4	Ceiling Cleaning	188	5	Rp 52,822	Rp 49,758,324
Total					Rp 455,716,615
Target Total Occupancy					52%

Sumber : Data diolah oleh Penulis, 2022

Tabel 3.4**Perkiraan Proyeksi Tahun ke-4**

NO	Jenis Pelanggan	Target Pelanggan	Rata - rata	Harga Per-pelayanan	Total
1	Daily Cleaning	619	2	Rp 208,824	Rp 258,419,700
2	Floor Cleaning	206	4	Rp 189,882	Rp 156,652,650
3	Pool Cleaning	206	3	Rp 47,432	Rp 29,348,550
4	Ceiling Cleaning	206	5	Rp 52,822	Rp 54,472,688
Total					Rp 498,893,588
Target Total Occupancy					57%

Sumber : Data diolah oleh Penulis, 2022

Tabel 3. 5

Perkiraan Proyeksi Tahun ke-5

NO	Jenis Pelanggan	Target Pelanggan	Rata - rata	Harga Per-pelayanan	Total
1	Daily Cleaning	673	2	Rp 208,824	Rp 281,160,634
2	Floor Cleaning	224	4	Rp 189,882	Rp 170,438,083
3	Pool Cleaning	224	3	Rp 47,432	Rp 31,931,222
4	Ceiling Cleaning	224	5	Rp 52,822	Rp 59,266,284
Total					Rp 542,796,223
Target Total Occupancy					62%

Sumber : Data diolah oleh Penulis, 2022