

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar

Riset pasar adalah kegiatan penelitian yang dilakukan dibidang pemasaran kegiatan ini dapat memberikan informasi atau gambaran tentang jenis produk dan jasa, dan apa yang dapat memberikan sebuah keuntungan untuk bisnis, Riset pasar adalah kegiatan penelitian/ riset yang fokus pada kondisi atau keadaan pasar yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan riset pemasaran tidak fokus pada variabel pasar maupun produk saja, tetapi memiliki pengertian yang lebih luas

Menurut (Maholtra,2005) Riset pasar adalah proses identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta penggunaan informasi secara sistematis dan obyektif untuk membantu manajemen membuat keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah (dan peluang) dalam bidang pemasaran.

Riset pemasaran memiliki tiga fungsi utama, yakni:

Evaluating: Fungsi ini digunakan untuk mengevaluasi program-program pemasaran yang telah dilakukan sebelumnya. Melalui fungsi ini, Anda akan mengetahui hal apa saja yang sudah berjalan dengan efektif dan apa yang tidak. Fungsi evaluasi juga dibutuhkan ketika perusahaan ingin melakukan peninjauan ulang terkait brand positioning yang dibandingkan dengan produk pesaing

Understanding: Fungsi ini bertujuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik. Untuk menjalankan fungsi ini, riset yang dilakukan biasanya mengenai perilaku dan kebiasaan konsumen, serta harapan dan keluhan terhadap produk Anda.

Predicting: Fungsi ini bertujuan untuk memprediksi kondisi pasar di masa yang akan datang ataupun mempersiapkan langkah-langkah preventif terhadap suatu kondisi tertentu.

Tabel 8
SEGMENTASI PASAR JINJAROO9

| No | Segmentasi | Deskripsi |
|----|------------|---|
| 1 | Geografis | Bandun sebagai kota destinasi wisata favorit yang sering dikunjungi oleh wisatawan local/asing dan memiliki beragam wisata fasion,kuliner wisata alam |
| 2 | Demografis | Masyarakat usia 15-25 khususnya pelajar dengan pengeluaran 50.000 perhari. |
| 3 | Prilaku | Masyarakat yang ingin mecoba makanan Korea yang baru dan unik |
| 4 | Psikologis | Masyarakat yang menyukai makanan Korea |

(Sumber : olahan penulis, 2021)

Pada tabel 8 segmentasi pasar tersebut merupakan hasil kuesioner yang di buat pada google form dan disimpulkan oleh penulis

- Targeting

Targeting Positioning di lakukan untuk menentukan perusahaan akan masuk dan melalui targeting ini kita bisa menentukan segmen mana yang akan dijadikan sebuah target untuk perusahaan agar produk tersebut sampai dengan benar ke pelanggan hal ini dilakukan agar produk perusahaan sampai ke peminat produk yang perusahaan tersebut keluarkan tiga tahap yang harus dilakukan dalam segmentasi pasar (Kotler, 2003) yaitu:

Targeting yang di lakukan oleh Jinjaroo9 Dengan adanya gambaran awal tentang preferensi konsumen, peneliti dapat mengenali lebih lanjut dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data tentang ,Atribut produk,Kesadaran merek, Pola-Pola pemakaian produk Sikap terhadap katagori produk, Demografis, geograpis, dan psikografis.

B. Validasi Produk (Market Fit)

Validasi ide adalah proses pengujian sebelum meluncurkan nama bisnis, slogan, produk, layanan, atau situs *web* Ini seperti proses penelitian dan pengembangan yang digunakan perusahaan besar untuk menguji ide produk sebelum dirilis ke masyarakat umum. Validasi ide dapat diteliti dengan cakupan survei, wawancara, riset *online* dan sebagainya untuk mendapatkan hasil terbaik. Berikut ini adalah beberapa langkah cerdas untuk memvalidasi sebuah ide bisnis agar konsep bisnis yang akan Anda jalankan menjadi sukses.

Penulis telah melakukan survei berlandaskan pada teori slovin berikut :

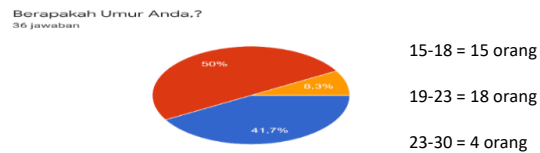
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dengan menggunakan data populasi penduduk Bandung yang berusia 15-30 tahun yang berjumlah 3.762 orang dan menggunakan margin error sebesar 17%.

Gambar 4

HASIL SURVEY USIA RESPONDEN

n = 36



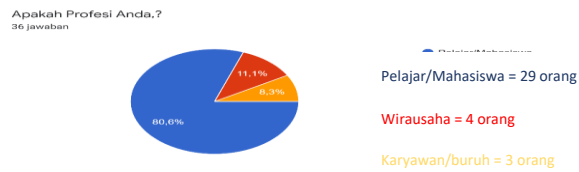
Sumber : Olahan Penulis 2021

Pada gambar 4 di atas penulis telah melakukan survey melalui google form terhadap resoponeden dan telah di respon sebanyak 36 orang dengan usia 15-18 sebanyak 15 orang 41.7%, umur 19-23 sebanyak 18 orang 50%, dan 20-30 sebanyak 4 orang 8.3%.

Gambar 5

HASIL SURVEY PROFESI RESPONDEN

n = 36



Sumber : Olahan penulis, 2021

Dari hasil survey responden rata-rata berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa bisa dilihat pada diagram diatas pada gambar 5 yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 29 orang 80,6% sisanya terdiri dari dari wirausa 4 orang 11,1% dan karyawan atau buruh 3 orang 8,3%.

Gambar 6

SURVEY KETERTARIKAN TERHADAP MAKANAN KOREA

n = 36



Sumber : Olahan penulis, 2021

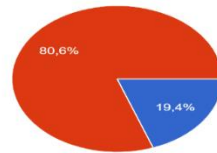
Dari hasil survey kepada 36 responden sebanyak 27 orang 75% responden menyukai makanan Korea dan sebanyak 8 orang 25% tidak menyukai.

Gambar 7

SURVEY LEBIH TERTARIK MAKANAN JALANAN/RESTAUTANT

n = 36

Apakah Anda lebih tertarik makanan pinggir jalan/restaurant,?
36 jawaban



Restaurant = 5 orang

Pinggir Jalan = 31 orang

Sumber : Olahan penulis, 2021

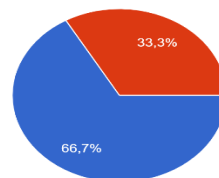
Dari hasil survey 36 responden sebanyak 31 orang 80,6% lebih menyukai makanan jalanan atau street food dari hasil tersebut menjadi peluang bagi penulis untuk menggunakan konsep Korean street food.

Gambar 8

SURVEY LEBIH TERTARIK BELI ONLINE ATAU BELI LANGSUNG

n = 36

Apakah Anda lebih suka membeli online(gofood,grabfood,dll)atau membeli langsung,?
36 jawaban



Beli Langsung = 24 orang

Beli Online = 12 orang

Sumber :

Olahan penulis, 2021

Dari hasil survey terhadap Responden sebanyak 24 orang 66,7% responden lebih tertarik membeli langsung dan 12 orang 33,3% tertarik membeli online dari hasil survey tersebut penulis akan menjual produk dine-in makan di tempat dan online melalui mitra,gofood,grabfood,dll.

C. Kompetitor (pesaing bisnis)

Dalam menjalankan sebuah usaha, pasti ada pesaing bisnis yang memiliki produk barang atau jasa yang serupa karena itu lah dibutuhkan persiapan yang matang sehingga usaha yang dimiliki bisa mendapat ruang di hati konsumen. apalagi jika bisnis yang hendak dirintis, produk atau jasanya sudah banyak ditemukan di pasaran. Akan dibutuhkan ide yang lebih baru dan cemerlang. begitu juga dengan usaha yang penulis akan jalankan, banyak kompetitor/pesaing makanan jalanan Korea khususnya di Kota Bandung Berikut pada tabel 9 dibawah merupakan pesaing usaha sejenis Jinjaroo9 yang ada di kota Bandung.

Tabel 9

DAFTAR USAHA SEJENIS DI KOTA BANDUNG

| No | Nama | Lokasi |
|----|--|---|
| 1 | Spicywon Tamansari (Korean Street Food) | Jl. Tamansari Bawah No.1, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung |
| 2 | Hamkke (Korean Street Food) | Jl. Sukajadi No.5, Sukabungah, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat |
| 3 | Korean Streetfood Cihapit | Jl. Cilaki No.73, Cihapit, Bandung Wetan, Kota Bandung, |

(Sumber : Olahan penulis 2021)

Spicewon merupakan Pioneer Authentic Korean Street Food yang paling ramai dan populer di kota Bandung SPICYWON mampu meraup omset hingga ratusan

juta setiap bulannya hanya dengan konsep Mini Container Outlet yang berlokasi di jalan kecil, tepatnya jalan Tamansari bawah No 1 samping kampus Unisba Bandung.

Hamkke Korean street food merupakan makanan jalanan Korea yang bertempat di Sukajadi Bandung berdiri dari tahun 2017, sudah populer di kalangan masyarakat kota Bandung

Cihapit Korean street food Tempat ini menyediakan beragam menu ala Korea yang bisa Anda pilih dengan menyajikan berbagai varian rasa kuah, mulai dari kuah Samyang, tomyang, taichan, asam manis, barbeque, kecap pedas, odeng dan tteokbokki.

Kemudian selain pesaing sejenis ada juga pesaing tidak sejenis yang ada di sekitar lokasi rencana penulis mendirikan usaha berikut pada tabel 6 merupakan usaha tidak sejenis yang ada di kota Bandung.

D. Program Pemasaran

Marketing atau pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Biasanya mereka juga melibatkan selebriti, selebgram atau siapapun yang memiliki kepopuleran untuk mendongkrak produk tersebut. Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat

membantu para konsumen. Jadi mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. ada yang disebut strategi pemasaran 4p adalah kumpulan komponen dasar yang menjadi patokan awal bagi bisnis agar konsumen mau membeli produknya. Strategi pemasaran 4p atau disebut juga marketing mix 4p terdiri dari 4 bagian yaitu product, price, place, dan promotion. Berikut merupakan strategi pemasaran yang akan direncanakan oleh Jinjaroo9 mulai januari 2022.

Tabel 10

PROGRAM PEMASARAN JINJAROO9 KOREAN STREET FOOD 2022

| Lingkup | Aktivitas | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Agu | Sep | Okt | Nov | Des |
|-----------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Produk | Pengenalan produk | | | | | | ✓ | | | | | | |
| | Penambahan varian produk | | | | | | | | ✓ | | | | ✓ |
| Price | Harga opening | | | | | | ✓ | | | | | | |
| | Kenaikan harga menyesuaikan harga bahan baku | | | | | | | | | | | ✓ | |
| Place | presmian kedai | | | | | | ✓ | | | | | | |
| | pembukaan kedai | | | | | | ✓ | | | | | | |
| Promoting | Voucher potongan harga untuk 30 konsumen pertama | | | | | | ✓ | | | | | | |
| | Promo untuk pelajar | | | | | | ✓ | | | | | ✓ | ✓ |
| | Give Away melalui sosial media | | | | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| | promomelalui platform (gofood,grab,dll) | | | | | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | |

(Sumber : olahan penulis, 2022)

E. Media Pemasaran

Media promosi/pemasaran adalah sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat. Promosi

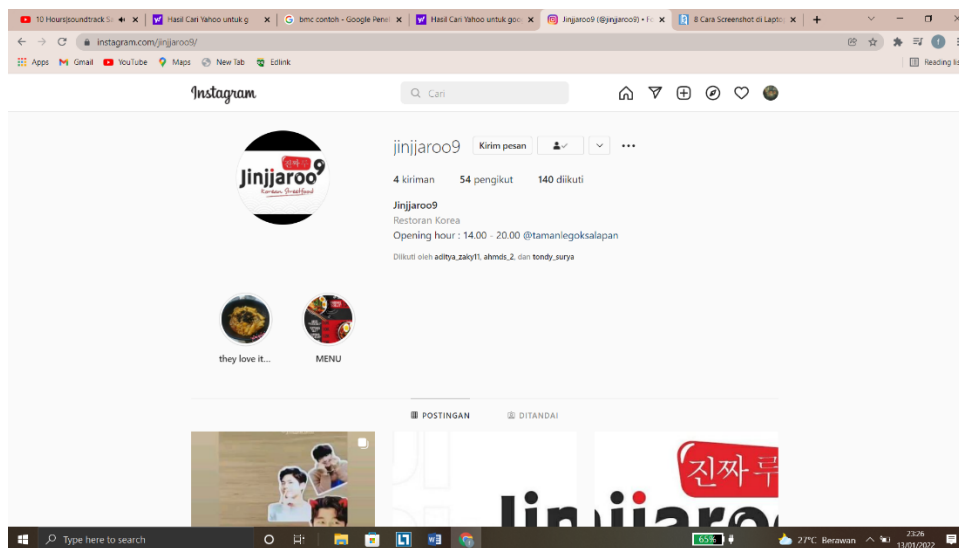
adalah suatu kegiatan dalam bidang pemasaran yang merupakan suatu komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada pembeli atau konsumen dalam strategi ini penulis memilih beberapa media untuk sarana promosi produk yaitu

- Media Internet

Penulis memasarkan melalui platform Instagram dan bekerjasama melalui aplikasi pesan antar makanan seperti (gofood,grabfood,dll) di bawah berikut ini merupakan instagram bisnis dari Jinjaroo9.

Gambar 9

INSTAGRAM BISNIS JINJAROO9



Sumber : Olahan Penulis, 2022

F. Proyeksi Penjualan

Sales forecast atau prakiraan penjualan, adalah proses mengevaluasi data penjualan dan membuat prediksi dan estimasi tentang nilai pendapatan masa depan yang akan diperoleh perusahaan. Prakiraan penjualan dapat menawarkan wawasan berharga tentang data keuangan perusahaan, seperti pendapatan, laba bersih, biaya dan pengeluaran, serta informasi keuangan lainnya yang penting bagi operasi bisnis. Menggunakan informasi ini dapat membantu bisnis membuat keputusan keuangan yang efektif yang memajukan pertumbuhan dan perkembangan . berikut pada tabel 8 merupakan proyeksi penjualan Jinjaroo9 Korean street foo dalam 1 tahun.

Tabel 11

PROYEKSI PENJUALAN JINJAROO9 DALAM 1 TAHUN

| Bulan | Produk | | | | | | | Hari | Jumlah Terjual | Jumlah | |
|--------------|---------|---------|---------|---------------|-------------|---------------|-------|------|----------------|--------|-------------|
| | Topokki | Rabokki | Corndog | Chiken Crispy | Chiken Skin | Crispy Musrom | Odeng | | | | |
| Jun-22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 | 945 | Rp | 12.420.000 |
| Jul-22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 | 945 | Rp | 12.420.000 |
| Aug-22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 | 945 | Rp | 12.420.000 |
| Sep-22 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 25 | 1050 | Rp | 13.800.000 |
| Oct-22 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 27 | 1134 | Rp | 14.904.000 |
| Nov-22 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 26 | 1092 | Rp | 14.352.000 |
| Dec-22 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 27 | 1323 | Rp | 15.498.000 |
| Jan-23 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 27 | 1323 | Rp | 15.498.000 |
| Feb-23 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 24 | 1176 | Rp | 13.776.062 |
| Mar-23 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 27 | 1512 | Rp | 17.712.080 |
| Apr-23 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 26 | 1456 | Rp | 17.056.077 |
| May-23 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 26 | 1456 | Rp | 17.056.077 |
| | | | | | | | | | | | |
| Total | 78 | 78 | 78 | 78 | 78 | 78 | 78 | 316 | 14357 | Rp | 176.912.296 |

(Sumber : Olahan penulis, 2022)

Pada tabel 10 di atas merupakan proyeksi penjuallan jinjaroo9 selama 1 tahun , penulis menargetkan penjualan dari januari-maret yatu total 4 item target jual dari

masing-masing menu dan terus naik target jualnya selama 3 bulan selanjuta sampa Desember.