

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar

Dalam melakukan suatu kegiatan usaha, kegiatan pemasaran perlu dilakukan untuk memperkenalkan produk yang dimiliki oleh perusahaan kepada masyarakat dan kegiatan pemasaran juga perlu dilakukan untuk mempertahankan eksistensi sebuah perusahaan. Riset pemasaran menurut **Philip Kotler (2000:109)** adalah perancangan, pengumpulan, analisis dan pelaporan yang sistematis dari data atau temuan yang relevan dengan situasi pemasaran tertentu yang dihadapi oleh perusahaan. *American Marketing Association (AMA)* mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasi.

Dalam penjelasan diatas, dapat disimpulkan konsep yang perlu diperhatikan dalam melakukan sebuah pemasaran untuk **Online Butler**, yaitu :

1. Segmentasi

Riset segmentasi merupakan jenis riset deskriptif yang berupa survei konsumen dengan metode kuantitatif yang dapat dilakukan sekali maupun berulang kali bergantung pada perkembangan *trend* pasar. Segmentasi

merupakan konsep strategi awal dalam pemasaran. Segmentasi dibagi berdasarkan kelas status ekonomi sosial, geografis, demografis dan psikografis. Berikut penjelasan tentang **Online Butler** dalam menentukan segmentasinya.

- a. Segmentasi status ekonomi sosial dalam **Online Butler** adalah kalangan menengah sosial yang pada saat ini sangat malas melakukan kegiatan berat dan lebih menyukai mengeluarkan uang untuk membeli jasa agar dimudahkan segala urusannya.
- b. Segmentasi geografis disini perusahaan memilih kantor utama berlokasi di Summarecon Bandung dikarenakan Summarecon Bandung nantinya direncanakan akan menjadi kota komersial yang modern dan inovatif, maka daerah ini sangat cocok untuk dijadikan kantor yang strategis dan nyaman.
- c. Segmentasi demografis **Online Butler** yaitu kalangan muda hingga yang tua yang sedang berlibur maupun yang sedang melakukan urusan bisnis berkisar umur 22-60 tahun dengan pendapatan lebih dari 8 juta perbulan.
- d. Segmentasi psikografis **Online Butler** adalah pelanggan yang memiliki gaya hidup tinggi dan yang selalu menginginkan hal yang praktis. Dengan mereka melakukan kegiatan yang jauh dari rumah,

memiliki gaya hidup tinggi, ingin serba praktis, dan mendapatkan pelayanan yang prima, maka hal ini yang merupakan kesempatan bagi **Online Butler** untuk mendapatkan pelanggan.

2. Target

Selanjutnya adalah *targeting*, yaitu menetapkan segmen-segmen potensial yang disesuaikan dengan kemampuan sumber daya yang dimiliki secara efektif. Jika terjadi kesalahan dalam penentuan segmentasi, maka akan terjadi pula kesalahan dalam menentukan target.

Target dari **Online Butler** adalah para kalangan menengah keatas dengan gaya hidup yang tinggi dan ingin selalu melaksanakan segala hal dengan praktis. Selain itu juga **Online Butler** ini menargetkan bagi mereka yang ingin mendapatkan pelayanan prima namun dengan harga yang masih terjangkau.

3. Positioning

Yang terakhir, *positioning* yang berarti cara menempatkan produk di benak konsumen agar dipresepsikan berbeda dan relatif unggul dibanding produk kompetitor. Disini **Online Butler** memposisikan diri sebagai perusahaan *online* butler pertama di Indonesia dimana para pelanggannya akan mendapatkan pengalaman yang berbeda khususnya dalam bagian pemesanan dimana mereka dapat memilih butler sesuai keinginan melalui

aplikasi yang sudah disediakan. Kemudian pelanggan akan mendapatkan harga yang sangat terjangkau dengan kualitas layanan yang sangat baik.

B. Strategi Promosi

Setelah melakukan riset pasar, yang selanjutnya dilakukan adalah strategi promosi agar memikat para pelanggan. Strategi Promosi merupakan suatu hal yang penting dilakukan oleh sebuah perusahaan agar memberitahu pasar tentang produk yang dimiliki dan dapat mendapatkan keuntungan akan produk yang dibuat.

Strategi promosi yang akan dilakukan oleh penulis ialah dengan melakukan Bauran Pemasaran. Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Berikut penjelasan tentang variabel Bauran Pemasaran dalam **Online Butler** :

1. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat dijual baik itu berupa fisik maupun tidak. Produk yang dibuat adalah produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

Dalam **Online Butler** Produk yang dijual ialah jasa. Jasa yang disediakan adalah pelayanan prima dari seorang butler dimana para

pelanggan bisa memilih butler sesuai dengan kriteria yang diinginkan melalui aplikasi yang sudah disediakan oleh perusahaan.

2. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayarkan menggunakan mata uang yang berlaku terhadap pembelian suatu produk. Disini selain produk, harga adalah variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima atau tidaknya sebuah produk oleh konsumen.

Dalam **Online Butler**, harga yang harus dibayar oleh pelanggan dalam menyewa jasa butler yaitu sebesar Rp. 650.000,- / hari atau 8 jam kerja dan Rp. 4.400.000,- / 1 minggu. Namun jika harus menambah jam kerja, akan dikenakan biaya Rp. 100.000.- / jam.

3. Distribusi

Distribusi adalah serangkaian kegiatan pemasaran dengan menyalurkan barang atau jasa produksi kepada konsumen melalui berbagai perantara. Distribusi ini menyangkut cara penyampaian produk ke tangan konsumen. Disini, penulis merancang cara dalam pendistribusian dengan cara membuat aplikasi yang dapat diunduh melalui *Google Play Store* dan *App Store*. Selain itu pendistribusian juga dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan hotel yang belum memiliki butler

didalamnya dan juga bisa melalui pengiklanan melalui media massa maupun media sosial.

4. Promosi

Promosi adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mengenalkan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen akan produk yang ditawarkan. Promosi dari bauran pemasaran sangatlah penting peranannya. Bentuknya antara lain adalah pemberian sampel, kupon, hadiah, dan lain sebagainya. Salah satu promosi dari bisnis **Online Butler** yaitu melalui iklan di suatu aplikasi, iklan di media sosial (*instagram, facebook, dan twitter*), iklan pada majalah, radio, dan brosur yang disebar ke hotel-hotel. Lalu perusahaan kami akan memberikan potongan diskon kepada pelanggan yang sudah melakukan minimal transaksi minimal 2 kali ataupun juga kita dapat memberikan *extra service* seperti pemberian suatu buket bunga.

C. Media Promosi

Media promosi merupakan salah satu hal penting dalam melakukan kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan secara luas produk yang ditawarkan perusahaan kepada masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui media promosi terbaik dalam melakukan promosinya. Karena promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan

dengan konsumen, namun harus dapat mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang dijual.

Dari penjelasan tentang strategi promosi diatas, media promosi yang akan **Online Butler** melalui media yang sedang banyak digandrungi oleh banyak milenial dengan kemudahan dalam mengaksesnya, diantaranya disediakan aplikasi, promosi melalui media massa, dan kerjasama dengan hotel. Berikut merupakan penjelasan media promosi yang dilakukan oleh **Online Butler** :

a) Aplikasi

Agar memudahkan pelanggan dalam memesan atau membeli jasa **Online Butler**, penulis merencanakan untuk membuat aplikasi yang bernama **oButler** yang dapat diunduh melalui *Google Play Store* dan *App Store* secara gratis.

b) Media Massa

- Media internet / media sosial

Saat ini media sosial menjadi media yang sangat digemari oleh para milenial diseluruh dunia karena dapat diakses dengan mudah dan mempermudah kegiatan masyarakat. Masyarakat pada saat ini mudah terpengaruh oleh hal-hal menarik yang diiklankan atau dipromosikan oleh masing-masing perusahaan. Oleh karena itu **Online Butler** memanfaatkan peluang dengan merencanakan

untuk memasang iklan di media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *Youtube* dan *website*.

- Media Cetak

Meskipun pada zaman ini, media sosial menjadi hal yang banyak digandrungi masyarakat, media cetak seperti koran, brosur, majalah dan tabloid masih eksis dikalangan masyarakat. Dengan ini, **Online Butler** merencanakan untuk memasang iklan atau promosi di koran, brosur, majalah maupun tabloid.

c) Kerjasama Hotel

Selain melalui aplikasi maupun media massa, promosi yang akan dilakukan oleh **Online Butler** ialah dengan melakukan kerjasama kepada hotel–hotel yang belum memiliki *Butler service*. Selain itu juga kita dapat bekerja sama dengan hotel untuk membagikan brosur kepada tamu mereka agar mereka dapat memesan sendiri melalui aplikasi.

Pada zaman yang semakin maju ini, terdapat banyak sekali cara untuk perusahaan dalam melakukan promosi. Promosi bisa berupa membuat brosur menarik dan disebarakan melalui internet, namun bisa juga dapat dengan menggunakan potongan harga di waktu yang khusus atau dengan syarat tertentu agar dapat menarik perhatian pelanggan.

Melalui peluang media promosi dalam melakukan pemasaran yang sudah disebutkan diatas, berikut ini merupakan target penjualan untuk tahun pertama didalam bisnis **Online Butler** :

TABEL 3.1

TARGET PENJUALAN PERBULAN

Bulan	Produk	Target
Agustus	<i>Butler Service</i>	60 Panggilan
September	<i>Butler Service</i>	80 Panggilan
Oktober	<i>Butler Service</i>	100 Panggilan
November	<i>Butler Service</i>	120 Panggilan
Desember	<i>Butler Service</i>	140 Panggilan
Januari	<i>Butler Service</i>	160 Panggilan
Februari	<i>Butler Service</i>	180 Panggilan
Maret	<i>Butler Service</i>	200 Panggilan
April	<i>Butler Service</i>	200 Panggilan
Mei	<i>Butler Service</i>	200 Panggilan
Juni	<i>Butler Service</i>	200 Panggilan
Juli	<i>Butler Service</i>	200 Panggilan

Sumber : Olahan Penulis, 2019

Target penjualan yang diperkirakan pada awal operasional yaitu sekitar 60 panggilan yang akan meningkat secara bertahap seiring perkembangan dari hasil riset penjualan perbulannya. Target penjualan diakhir pun terbilang stabil di 200 panggilan yang dikarenakan perusahaan Online Butler memiliki sekitar 20 pegawai saja meskipun bisa saja melebihi dari 200 panggilan

D. Proyeksi penjualan

Proyeksi penjualan didefinisikan oleh **Swastha (2012:99)** adalah estimasi realistis tentang penjualan actual dalam rupiah atau unit yang diharapkan akan dicapai suatu perusahaan dalam periode mendatang menurut rencana pemasaran serta kondisi lingkungan ekstern yang terantisipasi. Proyeksi penjualan atau dapat disebut ramalan penjualan merupakan jumlah perkiraan penjualan dari produk yang dijual yang diharapkan perusahaan nantinya dapat memperkirakan target penjualan dengan tepat.

Terdapat beberapa cara dalam melakukan proyeksi penjualan yaitu melalui perbandingan pesaing dan pendapat dari konsumen. Namun, dikarenakan bisnis **Online Butler** merupakan bisnis baru dan belum terdapat pesaing dari perusahaan lain, maka penulis menggunakan metode pendapat dari konsumen. Untuk mendapatkan pendapat konsumen tentang keunggulan dari **Online Butler**, bisa dilakukan dengan cara mengirim *kuisisioner* melalui *email* para

pelanggan yang sudah mendaftarkan diri pada aplikasi yang disediakan agar dapat meningkatkan kualitas kinerja baik butler maupun perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, berikut merupakan proyeksi penjualan dalam **Online Butler** :

TABEL 3.2

PROYEKSI PENJULAN

Revenue Stream	Online Butler Package (Rp)				
	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Agustus	31.200.000	39.000.000	70.200.000	81.900.000	93.600.000
September	31.200.000	39.000.000	70.200.000	81.900.000	93.600.000
Oktober	31.200.000	39.000.000	70.200.000	81.900.000	93.600.000
November	31.200.000	39.000.000	70.200.000	81.900.000	93.600.000
Desember	31.200.000	39.000.000	70.200.000	81.900.000	93.600.000
Januari	31.200.000	39.000.000	70.200.000	81.900.000	93.600.000
Total 6 Bulan	187.200.000	234.000.000	421.200.000	491.400.000	561.600.000
Total 1 Tahun	374.400.000	468.000.000	842.400.000	982.800.000	1.123.200.000

Sumber : Olahan Penulis, 2019