



## BAB V

### RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta dimiliki IBI BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Segmentasi Pasar

Menurut Philip Kotler dan Gray Armstrong (2008:225), “segmen pasar adalah membagi sebuah pasar kedalam kelompok-kelompok kecil dengan kebutuhan karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran tersendiri”.

Menurut Philip Kotler dan Gray Armstrong (2008:225), “targeting adalah proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segment pasar dan memilih satu atau lebih segmen yang ingin di masuki.

Melalui segmen pasar, perusahaan membagi pasar yang besar ke dalam segmen-segmen yang kecil, sehingga dapat di jangkau oleh perusahaan secara lebih efektif dan efisien dengan produk dan jasa yang sesuai dengan dengan kebutuhan konsumen kedalam segmen tersebut. Dalam hal ini yang akan di lakukan *Back Come Futsal* fokus pada segmen pasar tertentu yaitu berdasarkan :

##### 1. Segmentasi Geografis

Membagi pasar menjadi beberapa unit secara geografis seperti negara, regional, negara bagian, kota, dan kompleks perumahan. Berdasarkan segmen geografis, fokus yang di tuju *Back Come Futsal* yaitu para konsumen yang berada di daerah sekitar Kelapa Gading dan wilayah Jakarta utara lainnya.

##### 2. Segmentasi Demografis

Segmentasi yang membagi bagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variable variable demografis, yaitu :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI BIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BIKKG.



- a. Usia dan siklus hidup, yaitu membagi kelompok kedalam usia dan siklus hidup yang berbeda karena kebutuhan dan keinginan konsumen berubah sesuai usia. Fokus segmentasi *Back Come Futsal* yaitu kepada usia 10 tahun ke atas, karena usia-usia tersebut lah yang berpotensi paling banyak untuk melakukan olahraga fustal.
- b. Jenis kelamin, yaitu membagi pasar ke dalam kelompok menurut jenis kelamin, *Back Come Futsal* lebih fokus kepada pria karena lebih berpotensi, tetapi tidak menutup kemungkinan kepada jenis kelamin wanita karena melihat pada perkembangan olahraga sepak bola yang sudah ada kompetisi untuk para wanita.

### 3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pembeli menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan :

- a. Gaya hidup: gaya hidup merupakan salah satu faktor yang paling membuat orang cenderung konsumtif karena konsumen berani membayar mahal untuk gaya hidup mereka. *Back Come Futsal* lebih memfokuskan kepada orang-orang yang ingin memiliki gaya hidup sehat serta memiliki hobby untuk berolahraga khususnya futsal.
- b. Kelas sosial: mengenai kelas sosial, *Back Come Futsal* lebih memfokuskan kepada kalangan menengah.
- c. Karakteristik kepribadian : membagi pasar kedalam kelompok pribadi yang berbeda beda. *Back Come Futsal* fokus pada orang orang yang mempunyai hobby olahraga khususnya sepak bola.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. Segmentasi perilaku

Segmentasi perilaku membagi pembeli menjadi kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respon terhadap sebuah produk. Banyak pemasara percaya bahwa variable perilaku adalah titik awal terbaik untuk membangun segment pasar.

Targeting yang dituju oleh usaha ini adalah para pelajar dan konsumen sekitar wilayah usaha dan di luar usaha yang berusia sekitar 12-30 tahun, yang menurut penulis usia segitu yang sangat berpotensi untuk menggunakan jasa penyewaan ini dan fokus yang dilakukan *Back Come Futsal* yaitu bagi mereka yang ingin menyewa lapangan yang nyaman yaitu lapangan yang bersih serta sesuai dengan standard lapangan yang di inginkan konsumen, dan berlokasi strategis agar mudah di akses oleh konsumen.

#### B. Harga

Menurut Philip Kotler dan Gray Amstrong (2008:345), “harga adalah sejumlah uang yang di tagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah yang di tukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”.

Menurut Jeff Madura (2004:17) “ penawaran harga yang di usulkan dari produk harus di umumkan. Harga produk yang dijual pesaing harus di prediksi karena harga akan mempengaruhi permintaan untuk produk”.

Berdasarkan definisi di atas menurut penulis harga merupakan suatu faktor yang terpenting dalam membantu keberhasilan sebuah usaha, bila sebuah usaha memiliki harga yang tidak dapat bersaing dengan kompetitornya maka usaha tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



lama kelamaan akan tersingkir. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli/menggunakan atau tidak. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong ada beberapa strategi dalam menetapkan harga tapi dalam usaha ini *Back Come Futsal* menggunakan tiga strategi, yaitu :

1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*Customer-value-based pricing*). Menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjualan, sebagai kunci penetapan harga. Perusahaan pertama menilai apa yang menjadi kebutuhan pelanggan kemudian menetapkan harga dengan membandingkan manfaat yang diberikan dan nilai tambah yang akan dimiliki oleh pelanggan ketika menggunakan produk tersebut.
2. Penetapan harga berdasarkan biaya (*Cost-based pricing*). Penetapan harga berdasarkan biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk beserta tingkat pengembalian yang wajar sebagai imbalan bagi usaha dan resiko.
3. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition-based pricing*) penetapan harga berdasarkan persaingan dengan menetapkan harga yang ditetapkan para pesaing jasa /produk yang sama.

Pendekatan harga yang dilakukan oleh *Back Come Futsal* adalah penetapan harga berdasarkan ketiga strategi di atas, dimana perusahaan harus menetapkan biaya yang dikeluarkan dalam operasi, setelah melakukan evaluasi biaya yang akan dikeluarkan perusahaan dapat melihat harga yang ada di pasar atau para pesaing, harga yang dapat ditetapkan perusahaan sudah dapat mencakup nilai tambah dari jasa yang diberikan seperti pemberian air mineral, rompi, dan bola tanpa mengurangi keuntungan dari perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam menetapkan harga sewa pada konsumen selain perusahaan menghitung biaya-biaya yang di keluarkan perusahaan juga melihat konsumen agar tidak terlalu membuat perusahaan merugi karena biaya operasi lebih besar dari hasil pendapatan laba dari jasa ini. Selanjutnya *Back Come Futsal* juga mempertimbangkan nilai yang di berikan pada konsumen dari jasa dan produk yang tersedia, sehingga harga yang dipilih sesuai dengan kualitas layanan dan produk yang diberikan. Berdasarkan pertimbangan di atas, maka *Back Come Futsal* menetapkan harga untuk penyewaan lapangan dan penjualan di kantin :

#### 1. Penyewaan lapangan dari hari

a. Senin – Jumat, pukul 09.00 - 15.00 wib, dengan tarif Rp 150.000,-/jam

b. Senin – Jumat, pukul 15.00 – 23.00 wib, dengan tarif Rp 250.000,-/jam

Sabtu – Minggu, pukul 09.00-24.00 wib, dengan tarif Rp 250.000,-/jam

2. Makanan dan minuman di kantin berkisar dari harga Rp 1500,- sampai Rp 4000,- untuk minuman dan harga jual makanan berkisar dari harga Rp 2000,- sampai Rp 6.000,- dengan margin keuntungan 100% untuk makanan dan 80% untuk minuman.

### C. Distribusi

Menurut philp kotler dan Gray Amastrong (2008:40), saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang membantu membuat sebuah produk atau jasa siap untuk di gunakan atau konsumsi oleh pengguna konsumen atau bisnis.

Menurut Jeff Madura (2004:17), “distribusi adalah cara produk yang akan di salurkan kepada pelanggan harus di terangkan. Beberapa produk di jual langsung kepada pelanggan, dan ada juga lewat pengecer.



Menurut Philip Kotler dan Gray Armstrong (2008:43) ada dua, macam tingkat saluran distribusi, yaitu :

1. Saluran pemasaran langsung adalah saluran yang tidak menggunakan perantara
2. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu atau lebih perantara.

Distribusi yang dilakukan *Back Come Futsal* menggunakan jalur distribusi langsung karena pembelian makanan dan minuman yang ada di kantin dapat di beli langsung karena lokasi tempat futsal yang dekat dengan mall dan dapat di jual langsung ke konsumen akhir . Begitu juga dengan jasa penyewaaan lapangan futsal yang menggunakan jalur distribusi langsung.

#### D. Promosi

Promosi yang di lakukan *Back Come Futsal* agar dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa ataupun untuk menyampaikan berita tentang produk/jasa tersebut dengan jalan mengadakan komunikasi dengan para pendengar yang sifatnya membujuk. Menurut Philip kotler dan Gary amstrong (2008:117) ada lima alat utama promosi yaitu:

1. Periklanan : semua terbentuk terbayar presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang atau jasa dengan sponsor tertentu.
2. Promosi penjualan : insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk dan jasa
3. Hubungan masyarakat : membangun hubungan baik dengan semua kalangan untuk membangun publisitas, membangun citra yang baik, dan menghadiapi rumor atau berita yang tidak baik.



4. Penjualan personal : presentasi peribadi seorang pemasar untuk tujuan menghasilkan penjualan dan menghasilkan hubungan dengan pelanggan
5. Hubungan langsung dengan konsumen individu atau kelompok yang di targetkan secara cermat untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan pelanggan secara langsung.

Berikut ini promosi yang akan di lakukan oleh *Back Come Futsal* :

1. Spanduk dan Banner

Memasang spanduk dan banner di depan tempat usaha agar orang-orang lewat dapat melihat kalau ada tempat futsal ini. Biaya pembuatan banner seharga Rp 650.000,- ukuran 4 meter lebarnya dan 5 meter tingginya sebanyak 5 buah.

2. Internet/ Media sosial

*Back Come Futsal* akan mengiklankan jasa penyewaan lapangan futsal dengan internet dari blog atau iklan di website, serta lewat media sosial seperti *FaceBook, Twitter, Path, Line*, dll. Promosi lewat internet/media sosial terbilang murah dan dapat menjangkau lebih luas.

3. Brosur

*Back Come Futsal* akan membuat brosur dan membagikan kepada target pasar seperti, lembaga pendidikan, perkantoran, dan perumahan sekitar Kelapa Gading serta wilayah Jakarta Utara.

**Tabel 5.1**

**Harga Brosur**

Keterangan	Harga satuan (Rp)
Kertas 4A Full Color	1.500
Kertas 5A Full Color	1.000

Sumber: *Back Come Futsal*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Brosur yang akan di cetak sebanyak 1000 lembar dengan ukuran A5 yang

berisikan tentang informasi waktu operasi, lokasi, harga penyewaan, dan identitas *Back Come Futsal* dan akan di sebarakan satu hari sebelum pembukaan dan sampai satu bulan pasca pembukaan, di sebarakan di daerah Kelapa Gading dan wilayah Jakarta Utara.

#### 4. Kompetisi futsal lokal

*Back Come Futsal* akan mengadakan kompetisi futsal lokal guna mengangkat citra perusahaan di mata konsumen

#### 5. Diskon

*Back Come Futsal* akan memberikan diskon pada saat pembukaan sebesar 20% dari biaya sewa seluruhnya dan selanjutnya akan memberikan diskon 10% untuk para konsumen yang mempunyai kartu anggota.

#### 6. Memasarkan ke sekolah-sekolah dan assosiasi sepak bola yang ada.

#### 7. Ikut partisipasi ke dalam komunitas atau *network* futsal yang ada.

#### 8. Menggunakan Jasa iklan di majalah/ tabloid olahraga, karena ada beberapa orang yang mencari tempat untuk berolahraga lewat majalah-majalah olahraga.

### E. Orang

Karyawan yang bekerja di *Back Come Futsal* sudah lolos seleksi yang di berikan pihak perusahaan. Karywan juga bekerja dengan ramah dan sigap kepada konsumen, setiap karyawan menggunakan seragam untuk menandakan bahwa mereka karyawan tempat futsal ini agar konsumen dapat meminta bantuan pada orang yang tepat, selain itu juga di *Back Come Futsal* ada satpam yang menjaga keamanan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**F. Ramalan Penjualan**

Back Come Futsal mencoba membuat suatu ramalan penjualan untuk 5 tahun pertama (tahun 2016-2021). Penjualan terdiri dari penyewaan lapangan sebagai usaha ini dan kantin sebagai usaha pelengkap. Penyewaan di asumsikan naik 10% tiap tahunnya karena usaha sudah cukup terkenal. Penjualan kantin di asumsikan akan naik 5% pertahun dari tahun sebelumnya kenaikan ini di sebabkan bertambahnya jumlah konsumen yang loyal dan meningkat tiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel 5.2, 5.3, dan 5.4 berikut adalah ramalan penyewaan jasa futsal dan penjualan di kantin.

**Tabel 5.2**  
**Ramalan Penjualan**

Penyewaan Lapangan	Asumsi Penyewaan		Asumsi Penyewaan pertahun
	Lama (Jam)	Lapangan	Lama (jam sewa/tahun)
Senin – Jumat Pukul 09.00-15.00	3	3	144
Senin – Jumat Pukul 15.00-23.00	5	3	240
Sabtu – Minggu Pukul 09.00-24.00	6	3	312

Sumber: Back Come Futsal 2016

Angka penjualan asumsi dari penulis, dengan harapan penyewaan bertambah setiap tahun sebesar 10%. Lama sewa 3 x 3 lapangan x 48 minggu(dalam 1tahun)

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 5.3**

**Proyeksi Anggaran Minuman**

Tahun	Pendapatan per Tahun (Rp)
2019	28.350.000
2020	29.767.500
2021	31.255.875
2022	32.818.669
2023	34,459.600

Sumber: *Back Come* Futsal , lampiran 4 halaman 103

**Tabel 5.4**

**Proyeksi Anggaran Makanan**

Tahun	Pendapatan per Tahun (Rp)
2019	18.000.000
2020	18.900.000
2021	19.845.000
2022	20.837.250
2023	21.879.110

Sumber: *Back Come* Futsal, lampiran 4 halaman 104

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Keterangan:**

1. Keuntungan Margin atas makan sebesar 100% dan minuman 80%.
2. Persediaan barang dijual naik 5%/tahun
3. Persediaan akhir 25% dari barang tersedia dijual
4. Asumsi minuman
  - a. Air mineral 300 unit dengan harga satuan Rp 1.500,-
  - b. Soft drink 200 unit dengan harga satuan Rp 2.500,-
  - c. Isotonik 200 unit dengan harga satuan Rp 4.000,-



## 5. Asumsi makanan

- a. Makanan ringan 200 unit dengan harga satuan Rp 2000,-
- b. Roti 100 unit dengan harga Rp 6.000,-

## G. Pengendalian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu unsur terpenting di dalam setiap usaha, karena melalui pemasaran konsumen dapat mengenal dan mengetahui sesuatu yang ditawarkan oleh suatu badan usaha. Dana yang diperlukan dalam bisnis penyewaan lapangan futsal ini terbilang cukup besar dan juga ini bisnis baru yang akan dijalankan oleh penulis, oleh karena itu dibutuhkan pengendalian pemasaran yang akan dilakukan oleh *Back Come Futsal*. Berikut ini langkah-langkah pengendalian pemasaran yang akan dilakukan *Back Come Futsal* :

1. Mengawasi perencanaan agar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan sebelumnya dan menyusun jadwal perencanaan untuk tahun berikutnya.
2. Pengamatan secara langsung yang dilakukan penulis untuk mengetahui kinerja para karyawan, juga memantau kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.
3. Konsumen berhak menyampaikan keluhan dan masukan langsung kepada pemilik ataupun karyawan secara langsung atau lewat web yang disediakan.
4. Menjaga kepuasan konsumen dengan pelayanan dan membuat acara kompetisi lokal.
5. Mendatangi Asosiasi dan sekolah-sekolah futsal yang ada setiap bulan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.