



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Produk / Jasa yang dihasilkan

Jenis *Treatment* yang Autocare tawarkan untuk para *customer* :

1. *Wash Care*

Untuk jenis *Treatment* ini adalah jenis pelayanan untuk perawatan kendaraan yang termasuk *Interior Cleaning*, *Exterior Touchless Snow*, *Exterior Blower*, *Tire Polish*, *Fogging*. Karena untuk package ini bisa dikerjakan di *workshop* atau *home service* dengan menggunakan peralatan dan perlengkapan yang lengkap dengan waktu pengerjaan yang cukup cepat dan teliti. Sehingga *Package* ini diharapkan menjadi produk unggulan Autocare dengan ciri khas adalah kendaraan *mobile* Autocare yang cukup modern. Jenis *treatment* ini terdapat pada tahun 2022.

2. *Detailing Care*

Untuk jenis *Treatment* ini adalah jenis pelayanan untuk kendaraan ada beberapa *Package* Yaitu :

a. *Exterior Detailing*

Fokus untuk bagian luar kendaraan saja yang lebih detail seperti cat atau *body* kendaraan, dan kaca kendaraan akan jamur atau karat pada bagian luar kendaraan *customer* hasil dari *treatment* yang telah dilakukan akan membuat tampilan kendaraan akan seperti kembali baru. Jenis *treatment* ini terdapat pada tahun 2022.

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. *Interior Detailing*

Fokus untuk bagian dalam kendaraan saja yang lebih detail seperti kulit & busa jok, *door trim*, ac kendaraan sehingga setelah *treatment* akan lebih nyaman dan segar pada saat berkendara. Jenis *treatment* ini terdapat pada tahun 2022.

c. *Engine Detailing*

Untuk bagian ini akan lebih fokus kebagian-bagian yang jarang dibersihkan sehingga bisa mempengaruhi *performance* kendaraan tersebut dengan alat yang khusus untuk menjangkau bagian yang tersulit sehingga bisa bersih dengan baik dan akan tampak seperti baru. Jenis *treatment* ini terdapat pada tahun 2023.

d. *Complete Detailing*

Untuk *package* ini dikerjakan lebih baik di *workshop* dan proses pengerjaan tidak bisa selesai dalam 1 hari minimal 2 hari, untuk semua bagian kendaraan akan dilepas seperti interior dan beberapa *part* yang lain sehingga akan lebih maksimal dalam pengerjaannya. Jenis *treatment* ini akan terdapat pada tahun 2024.

3. *Coating Care*

Untuk jenis *Treatment* ini adalah layanan yang ditawarkan untuk dilakukan pengerjaan paket ini di *Workshop* dikarenakan butuh tempat yang khusus. Untuk *Package Coating Care* yaitu :

- *Exterior Coating 4 Layer*

Coating yang menggunakan *4 layer* untuk memaksimalkan hasil dan proteksi bagi kendaraan dari kotoran dan sinar matahari terutama sinar ultraviolet yang menyebabkan warna pada kendaraan akan memudar karena tingkat

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.

intensitas sinar ultraviolet yang kuat. Dengan daya tahan yang sangat kuat dan tahan lama. Jenis *treatment* ini akan terdapat pada tahun 2025.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Gambaran Pasar

1. Ramalan Jumlah Penjualan

Ramalan Jumlah Penjualan adalah suatu proses yang memperkirakan jumlah penjualan suatu bisnis untuk periode tertentu. Asumsi yang digunakan sebagai bahan pertimbangan Autocare adalah jumlah pelanggan dari para pesaing dengan bidang bisnis yang sama berdasarkan informasi dari karyawan pesaing maka kami sudah menentukan ramalan jumlah penjualan untuk Autocare dan asumsi jumlah penjualan bulanan berdasarkan data pesaing dengan menggunakan sebesar 40% dari jumlah total data para pesaing Autocare dan asumsi jumlah penjualan ada kenaikan sebesar 5% per-tahun. Berikut ini adalah rincian ramalan jumlah penjualan pada tahun 2022 :

Tabel 4. 1

Ramalan Jumlah Penjualan

Harian	Wash Care	Exterior Detailing	Interior Detailing
	4	1	1
Mingguan	Wash Care	Exterior Detailing	Interior Detailing
	24	6	6
Bulanan	Wash Care	Exterior Detailing	Interior Detailing
	96	24	24

Sumber : Autocare, 2021

Asumsi jumlah penjualan Autocare setiap bulan konsisten yaitu karena angka tersebut adalah jumlah maksimal pengerjaan yang Autocare laksanakan dikarenakan keterbatasan yang dimiliki Autocare.



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 4. 2

Ramalan Jumlah Penjualan Tahun 2022

©

2022	Wash Care	Exterior Detailing	Interior Detailing
Bulan	Jumlah	Jumlah	Jumlah
Jan	96	24	24
Feb	96	24	24
Mar	96	24	24
Apr	96	24	24
May	96	24	24
Jun	96	24	24
Jul	96	24	24
Aug	96	24	24
Sep	96	24	24
Oct	96	24	24
Nov	96	24	24
Dec	96	24	24

Sumber : Autocare, 2021

2. Ramalan Anggaran Penjualan

Ramalan Anggaran Penjualan adalah suatu rencana yang dibuat berdasarkan data jumlah ramalan penjualan sehingga bisa mengetahui secara lengkap sesuai dengan yang diharapkan. Dengan asumsi peningkatan sebesar 10% setiap tahun untuk setiap *Package* Autocare dengan faktor penentuan kenaikan berdasarkan kondisi perekonomian yang selalu berkembang maka diasumsikan sebagai indikator bahwa kondisi perekonomian Indonesia naik. Berikut ini adalah perhitungan untuk ramalan tahun 2022:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Tabel 4.3

Ramalan Anggaran Penjualan Tahun 2022

2022	Wash Care			Exterior Detailing			Interior Detailing		
	Bulan	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga
Jan	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Feb	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Mar	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Apr	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
May	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Jun	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Jul	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Aug	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Sep	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Oct	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Nov	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
Dec	96	300.000	28.800.000	24	1.250.000	30.000.000	24	1.250.000	30.000.000
	Total		345.600.000	Total		360.000.000	Total		360.000.000

Sumber : Autocare, 2021



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

Institut Bisni

1. Dilarang mengutip, sebagian atau seluruhnya 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.



C. Target Pasar

Untuk segmentasi pasar yang dituju akan dibagi berdasarkan karakteristik dan kebutuhan dari target pasar Autocare ada 2 yang menjadi target Autocare yaitu Segmentasi Psikografis dan Segmentasi Demografis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Segmentasi Psikografis

Pembagian dalam Segmentasi ini memilah konsumen berdasarkan dari suatu aktivitas yang menjadi kegemaran dari konsumen tersebut, termasuk didalamnya asumsi maupun pendapat dari konsumen tersebut. Dengan kata lain, pembagian segmen ini berfokus dengan aspek psikologis dari pembeli dalam hal ini minat dan kegemaran dari pembeli. Dengan target pasar yang suka yang berkaitan dengan otomotif maka akan lebih mudah untuk memberikan penawaran berkaitan perawatan kendaraan mereka.

2. Segmentasi Demografis

Pembagian dalam Strategi ini memilah konsumen atau pembeli dengan variable genetis konsumen itu sendiri, sebagai contoh: pendapatan. Pembagian dalam segmen ini cenderung cukup mudah untuk untuk dikerjakan dikarenakan jumlah konsumen yang cenderung banyak. Karena lokasi *Workshop* Autocare yang dekat dengan akses jalan tol maka itu yang menjadi keunggulan kami sehingga bisa menjangkau wilayah *customer* lebih mudah dan cepat dengan tingkat mobilitas yang tinggi.



D. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah upaya untuk memasarkan serta mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat dengan menggunakan rencana dan taktik yang matang. Berikut ini adalah strategi pemasaran yang akan dilaksanakan oleh Autocare :

1. Diferensiasi

Autocare memiliki sebuah diferensiasi yang telah dikenal sebagai ciri khas serta ketertarikan bagi *customer* yaitu kendaraan *mobile* Autocare untuk layanan *Home Service* dengan desain yang modern yang dilengkapi dengan peralatan & perlengkapan yang lengkap dan beberapa bahan untuk *treatment* yang ramah terhadap lingkungan tidak lepas dari kualitas dan mutu yang bagus. Ciri khas dari kendaraan *mobile* Autocare memiliki tabung air dengan kapasitas 400 liter air bersih sehingga kami bisa melaksanakan *treatment* dimana saja tanpa kendala.

2. Positioning

Karena *Tagline* Autocare adalah “ *Clean is My Passion* “ maka kami ingin membangun sebuah citra jika ingin kendaraan bersih tanpa perlu membawa kendaraan ke tempat pencucian atau perawatan bisa dengan *Booking* Autocare via sosial media yaitu instagram atau whatsapp kami akan segera meluncur untuk membersihkan kendaraan *customer* dirumah atau kantor.

3. Penetapan Harga

Harga yang ditetapkan akan semaksimal mungkin memberikan harga yang terbaik dengan kualitas dan mutu yang baik dengan berdasarkan *Competitor Based Pricing* sebagai pembandingan untuk menyesuaikan harga pasaran. Karena kita menjaga harga pasaran sehingga tidak ada kerusakan harga sehingga bisa bersaing secara sehat dengan *competitor* dan kami juga tidak terlalu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



membuat harga yang terlalu murah yang bisa berakibat pada kesehatan keuangan perusahaan.

4. Saluran Distribusi

Karena kami berhubungan langsung dengan *customer* tanpa ada perantara maka bisa saluran distribusi yang kami gunakan adalah Saluran Distribusi tingkat nol. Dengan sistem akan selalu dimonitor oleh *team* Layanan Konsumen atau *Team Office* untuk menghindari keterlambatan dll, dan pelanggan akan diberitahukan jika *team* AutoCare sudah dekat dengan lokasi via Whatsapp atau Instagram kepada *customer*.

5. People (Orang)

Karena berhubungan langsung dengan pelanggan maka perlu ada interaksi langsung dengan pelanggan sehingga mempercayakan Autocare untuk merawat kendaraan mereka sebagai tanda apresiasi, kami akan memberikan Harga Khusus untuk pelanggan di *Package* yang dipilih Pertama Kali sehingga jika di Autocare ada 6 jenis *Package* maka diberikan 1 kesempatan per *Package* untuk pelanggan mendapatkan Harga Khusus maka ditotal akan mendapatkan 6 kali mendapatkan Harga Khusus.

6. Process (Proses)

Sistem yang dimiliki Autocare untuk setiap kegiatan akan lebih modern dan lebih rapi sehingga meminimalkan kesalahan yang akan terjadi. Pelanggan memiliki pilihan untuk datang ke *workshop* atau menggunakan layanan *home service*, setelah menentukan bisa menghubungi *team* Autocare baik via whatsapp atau Instagram *official* Autocare selanjutnya akan diproses (jenis *package* yang ingin dilakukan ?, kapan *package* akan dilaksanakan ?, untuk kendaraan roda dua atau kendaraan roda empat ?) jika pelanggan sudah *confirm order* maka akan

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



dibuatkan *invoice* (administrasi dan jadwal *package* dilaksanakan) dikirim kepada pelanggan. SOP Autocare sebelum dan sesudah *treatment* akan ada *check control* disertai dengan form *list control* kendaraan sehingga terhindar dari kesalahan.

7. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Gambar 4. 1

Ilustrasi Poles Kendaraan



Sumber : freepik

Untuk memaksimalkan hasil terhadap kendaraan diperlukan poles untuk proses final dengan ada 3 jenis poles dengan tujuan yang berbeda-beda. Yaitu *Cleaning*, *Detailing* dan *Coating*. Dengan kecepatan yang disesuaikan dengan kebutuhan dari setiap poles tersebut

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Strategi Promosi

1. *Advertising* (Periklanan)

Iklan termasuk dalam sarana untuk mempromosikan produk yang sering dipakai dalam dunia industri dan perdagangan sebagai media informasi, membuat daya tarik, serta upaya dalam mempengaruhi calon pelanggan. Media sosial adalah salah satu media promosi utama bagi Autocare dengan desain yang menarik atau video *trailer* singkat tentang Autocare. *Platform* yang akan digunakan sebagai sarana periklanan Autocare adalah *Ads* Facebook dan *Ads* Instagram

2. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Hubungan Masyarakat adalah sebuah strategi yang menggunakan potensi ataupun dampak kepada keahlian mereka buat menggapai tujuannya. Dengan menggunakan *influencer* otomotif yang terkenal baik di dunia permobilan dan

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.

dunia permotoran sehingga target pasar dapat melihat dari sosial media atau *platform influencer* tersebut. Dengan para influencer sudah menggunakan pelayanan dari Autocare maka para penggemar atau teman-teman dari para *influencer* akan tertarik akan Autocare. Berikut ini adalah nama *Influencer* yang akan kami gunakan untuk promosi adalah John Nathan Salim / JPro CarVlog dan Den Dimas / Den Dimas Motor dengan menggunakan *platform* Instagram dan Youtube.

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

