



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

4.1. Jasa Yang Dihasilkan

Pekerjaan yang menghasilkan jasa adalah pekerjaan yang menggunakan pelayanan aatau keterampilan sebagai pekerjaannya. Pekerjaan ini cenderung berada di lingkungan sekitar kita seperti pendidikan, pariwisata, dsb. Jasa diberikan kepada para pelanggan guna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam menghadapi suatu masalah. Pelanggan merupakan target utama yang merasakan kepuasan terhadap kualitas jasa yang diberikan. Kualitas jasa yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Firmansyah, 2019).

Jasa yang ditawarkan oleh *Robotic Car Wash* adalah jasa pencucian mobil yang mengutamakan kecepatan waktu dan kualitas kebersihan. *Robotic Car Wash* juga menyediakan jasa membersihkan bagian dalam mobil dengan bahan-bahan yang berkualitas dan tidak merusak atau membuat lengket bagian dalam mobil. Berikut merupakan logo dan daftar harga yang oleh *Robotic Car wash*:

Gambar 4.1

Logo Robotic Car Wash



Sumber: *Robotic Car Wash*

Gambar 4.2

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.

Daftar Menu *Robotic Car Wash*



The graphic features a white car being washed by a robotic arm. The text 'ROBOTIC CAR WASH' is prominently displayed. Below the car, a blue arrow points to a price tag that reads 'HARGA MULAI DARI RP 50k'. Underneath the price tag, a section titled 'SERVICE INCLUDED' lists six items in numbered boxes: 1. ROBOTIC WASH EXTERIOR, 2. CLEAN TIRES AND RIMS, 3. VACUUM AND DUST INTERIOR, 4. CLEAN DOOR WINDOWS, 5. BUG & SALT REMOVER, and 6. CLAY & WAX TREATMENT.

Sumber: *Robotic Car Wash*

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

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.

4.2. Gambaran Pasar

Gambaran pasar berarti gambaran yang menunjukkan keadaan pasar yang sesungguhnya.

Gambaran pasar merupakan landasan suatu perusahaan untuk menentukan tingkat penjualan dan harga. Rencana penjualan sangat bermanfaat bagi *Robotic Car Wash* untuk mengetahui total penjualan yang didapat dari bisnis yang dijalankan untuk beberapa tahun ke depan.

Robotic Car Wash memasang harga Rp. 50.000 untuk setiap kali pencucian dan pembersihan bagian dalam mobil pelanggan. Berikut rencana penjualan *Robotic Car Wash*:

Tabel 4.1

Rencana Penjualan *Robotic Car Wash* Tahun 2023



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

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

Bulan	Jumlah
Januari	2.550 unit
Februari	2.601 unit
Maret	2.653 unit
April	2.706 unit
Mei	2.760 unit
Juni	2.815 unit
Juli	2.872 unit
Agustus	2.929 unit
September	2.988 unit
Oktober	3.047 unit
November	3.108 unit
Desember	3.171 unit
Total	34.201 unit

Sumber: *Robotic Car Wash*

Tabel 4.2

Jumlah Penjualan *Robotic Car Wash* selama 5 tahun (Januari – Desember)

Tahun				
2023	2024	2025	2026	2027
34.201 unit	43.375 unit	55.010 unit	69.766 unit	88.480 unit

Tabel 4.3

Anggaran Penjualan *Robotic Car Wash* selama 5 tahun (Januari – Desember)

Tahun				
2023	2024	2025	2026	2027
Rp 1.110.041.440	Rp 2.168.746.025	Rp 2.750.494.351	Rp 3.488.291.891	Rp 4.423.997.568



Rencana penjualan jasa *Robotic Car Wash* selama lima tahun kedepan pada tabel 4.1 dan 4.2 dapat dilihat diatas. Target pada bulan Januari 2023 didapat dari jumlah mobil yang datang untuk mencuci mobilnya di *Robotic Car Wash* yaitu sebanyak 2550 unit mobil. Target dicapai dengan mencuci sebanyak 85 mobil dalam sehari selama satu bulan. Tabel 4.2 menunjukkan target jumlah mobil setiap tahunnya, target pada tahun 2023 adalah sebanyak 34.201 unit. Tabel 4.3 menunjukkan anggaran pendapatan *Robotic Car Wash* selama lima tahun, target pada tahun 2023 adalah sebesar Rp 1.710.041.440.

Berdasarkan tabel ramalan penjualan diasumsikan mengalami kenaikan secara konsisten sebesar 2% perbulannya hingga lima tahun kedepan dan kenaikan sebesar 10% setiap tahunnya. Kenaikan ini disesuaikan dengan proses peningkatan merk *Robotic Car Wash* yang semakin dikenal masyarakat. Selain itu dengan meningkatnya jumlah pengguna mobil di Kelapa Gading juga menjadi salah satu faktor utama untuk *Robotic Car Wash* menaikkan penjualan setiap bulannya. Harga diambil berdasarkan pasar yang sudah diteliti sendiri oleh penulis. Penjualan diasumsikan dilakukan setiap hari dengan jam operasional 08.00-22.00.

4.3. Target Pasar

Target pasar atau segmentasi pasar dapat diartikan sebagai pengelompokan pasar menjadi bagian yang lebih kecil sesuai dengan kebutuhan yang berbeda (Hariansyah, 2021). Melalui segmen pasar, perusahaan membagi pasar menjadi bagian yang lebih kecil agar dapat terjangkau secara efektif dan efisien sesuai dengan produk dan jasa yang memiliki keunikan masing-masing. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) segmentasi pasar merupakan kegiatan pasar menjadi segmen yang lebih kecil, pembagian segmen yang dimaksud sebagai berikut:

1. Segmentasi Geografis



Segmen ini dibagi terbagi menjadi beberapa bagian seperti wilayah, negaram provinsi, kota, dan desa. Segmen ini tentu saja mempengaruhi usaha *Robotic Car Wash* untuk mencari lokasi yang menguntungkan dan berpotensi bagi jalannya usaha. *Robotic Car Wash* berlokasi di Jalan Arteri Kelapa Gading No F1/8, Kelapa Gading, Jakarta Utara. Lokasi ini berdekatan dengan jalan raya utama dan kawasan ramai pengunjung seperti perkantoran, tempat makan, hotel, rumah sakit, dsb.

Segmentasi Demografis

Segmen ini terbagi menjadi beberapa variabel seperti usia, pendidikan, jenis kelamin, dan pendapatan. Pasar yang merupakan target dari *Robotic Car Wash* adalah pelanggan dengan usia 17-80 tahun dengan jenis kelamin baik pria ataupun wanita tanpa melihat profesi pelanggan namun hanya berfokus pada masyarakat kelas menengah keatas yang menggunakan kendaraan mobil.

Segmentasi Psikografis

Segmen ini terbagi berdasarkan kelas sosial, karakteristik kepribadian atau pun gaya hidup. Kelas sosial yang ada di kelapa gading sendiri terdiri dari kelas bawah, menengah kebawah, menengah ke atas, dan atas. Masyarakat yang cenderung hidup dengan status sosial yang menjadi penentu kualitas hidup dan gaya hidup yang dituntut untuk lebih maju mendorong masyarakat untuk menggunakan kendaraan seperti mobil. Hal ini juga didorong keadaan cuaca dan tingkat polusi di Kelapa Gading yang buruk dan sulit untuk di prediksi. Gaya hidup masyarakat yang semakin serba instan juga membuat bisnis dalam bidang jasa semakin mudah untuk berkembang. *Robotic Car Wash* memanfaatkan peluang ini yang mana memudahkan para pengguna mobil untuk mencuci mobilnya dengan cepat dan efisien. Tidak hanya kecepatan namun kualitas kebersihan yang diberikan juga memuaskan.

4. Segmentasi Perilaku

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.



f. Process (Proses)

Proses merupakan alur bagaimana *Robotic Car Wash* melakukan proses pencucian mobil pelanggan. Pelanggan datang ke *Robotic Car Wash* dengan membawa kendaraan mobil. Pelanggan memilih untuk bedara di dalam mobil atau keluar dari mobil selama proses pencucian bagian luar mobil dengan teknologi yang digunakan. Jika pelanggan memilih untuk keluar dari mobil, maka pelanggan bisa lansung menunggu di ruang tunggu yang disediakan, sedangkan jika pelanggan memilih untuk tetap dimobil, maka pelanggan akan melewati berbagai proses pencucian mobil secara otomatis. Setelah bagian luar mobil selesai dibersihkan, pelanggan bisa ke ruang tunggu agar para pekerja dapat segera membersihkan bagian dalam mobil. Selesai pencucian bagian dalam, pelanggan bisa segera membayar dan membawa mobil keluar dalam keadaan bersih.

g. Physical Evidence (Bukti fisik)

Bukti fisik merupakan wujud nyata atau gambaran atas apa yang dilakukan oleh para pekerja *Robotic Car Wash*

Gambar 4.3

Proses Pencucian Bagian Luar Mobil dengan Teknologi Robotic

Himpunan IBI KKG (Asosiasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Ha Cipta Dilih tndang

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.



Sumber: <https://automotivexist.blogspot.com>

Gambar 4.4

Proses Pembersihan Bagian Dalam Mobil



Sumber: <https://my-best.id/80361>

© 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.

4.5. Strategi Promosi

Promosi merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan untuk menarik perhatian para konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Promosi yang dilakukan tidak hanya baik dan komunikatif, namun harus dapat menarik perhatian para



Advertising yang dilakukan oleh *Robotic Car Wash* adalah melalui media sosial seperti

Instagram dan *TikTok*. Promosi yang dilakukan melalui *Instagram* menggunakan *Instagram Ads* atau promosi berbayar yang disediakan oleh *Instagram*. Pengguna dapat mengatur sesuai dengan target konsumen yang diinginkan, seperti usia, domisili, ataupun ketertarikan konsumen secara individu. Promosi ini dilakukan agar dapat menjangkau masyarakat secara luas. Promosi yang dilakukan melalui *TikTok* dilakukan dengan cara membuat video yang akan di posting dengan menggunakan hastag yang sesuai dengan trend yang ada agar dapat muncul pada layer utama para pengguna *TikTok*.

b. *Direct Marketing*

Robotic Car Wash menggunakan *e-mail* dan *whatsapp* untuk berkomunikasi dengan para pelanggan. Pelanggan dapat memilih untuk berkomunikasi melalui *whatsapp* atau *e-mail*. *Robotic Car Wash* akan mengirimkan informasi yang dibutuhkan pelanggan dan informasi terkait potongan harga yang dapat terjadi pada event tertentu.