

BAB VI

RENCANA PEMASARAN

A. TUJUAN DAN SASARAN PEMASARAN

Setiap perusahaan selalu memiliki sistem pemasaran yang membantu mereka untuk menjual produk atau jasa, menciptakan tingkat kepuasan konsumen dan menanamkan citra perusahaan dalam benak konsumen. Banyak orang berpikir pemasaran hanyalah menjual dan melakukan promosi dan iklan, padahal semua itu merupakan bagian dari pemasaran. Pemasaran atau marketing adalah :

Proses sosial dan managerial baik secara individu maupun organisasi untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran barang dan nilai dengan yang lain.

Membaca definisi di atas mempunyai arti bahwa semua kegiatan pemasaran ditujukan pada kepuasan konsumen, sehingga kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan agar konsumen tetap setia kepada perusahaan demi kelangsungan hidup perusahaan. Hal inilah yang menjadi tujuan dari perusahaan, sedangkan sasaran pemasaran adalah menjangkau konsumen terutama penggemar *game* khususnya komputer baik konsumen yang sudah ada maupun yang potensial.

B. STRATEGI PEMASARAN

Dalam menjalankan strategi pemasaran ada 3 hal yang harus dilakukan yaitu segmentasi, targeting, dan positioning. 3 tersebut harus dilakukan dalam rangka menjalankan strategi pemasaran yang akan diurai dibawah :

a. Segmentasi

Segmentasi dilakukan suatu perusahaan untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen, persepsi, dan perilaku membeli konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (1999 : 181), segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi beberapa segmen dan mengadaptasikan pemasaran sesuai dengan keinginan dan kebutuhan segmen tersebut.

Segmen pasar yang dituju oleh *Matrix Multiplayer Online Game* berdasarkan geografi adalah masyarakat yang bertempat tinggal di kota Surabaya , berdasarkan demografi maka segmen ditujukan pada konsumen berusia remaja hingga dewasa dan memiliki status pendidikan dari SMP hingga universitas , sedangkan berdasarkan psikografi dan perilaku maka segmen yang dituju adalah konsumen yang mengutamakan kepuasan dalam menggunakan jasa atau barang.

b. Targeting

Menurut Kotler dan Armstrong (1997 : 235), *Market Targeting* adalah proses untuk mengevaluasi setiap karakteristik segmen pasar dan kemudian memilih salah satu segmen dan memasukinya.

Berdasarkan segmen-segmen di atas maka "*Matrix Multiplayer Online Game* " menetapkan target pasarnya sebagai berikut:

1. Berdasarkan geografi maka target pasar yang ditetapkan adalah konsumen di wilayah Surabaya bagian Timur untuk jangka pendeknya dan akan berkembang ke seluruh Surabaya untuk jangka panjangnya.
2. Berdasarkan demografi maka target pasar yang ditetapkan adalah konsumen berumur 13 tahun hingga 30 tahun baik berkelamin pria maupun wanita, dengan pengeluaran untuk hiburan Rp. 500,000,- per bulan, status pendidikan mulai dari SMP hingga universitas.
3. Berdasarkan psikografi, maka target pasar yang ditetapkan adalah konsumen dengan golongan ekonomi menengah sampai dengan menengah ke atas.
4. Berdasarkan perilaku, maka target pasar yang ditetapkan adalah konsumen dengan perilaku yang mementingkan kualitas, kecepatan servis, konsumen yang potensial yang memiliki rasa ingin tahu sangat besar.

Dalam menetapkan target konsumen, "*Matrix Online Multiplayer Game*" melakukan *concentrated marketing* di mana "*Matrix Onlme Multiplayer Game* " hanya memusatkan pada konsumen tertentu. Strategi ini sangat baik untuk suatu perusahaan yang baru mulai menjalankan usahanya menghadapi pesaing yang lebih besar. Dengan hanya berkonsentrasi pada konsumen tertentu, bisa diketahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Target konsumen yang ditetapkan adalah konsumen dengan usia 13 - 30 tahun, dengan

golongan ekonomi menengah sampai menengah atas, dan memiliki pengeluaran untuk hiburan Rp. 500,000,-

b. Positioning

Positioning menekankan pada identifikasi, pengembangan dan komunikasi dari perbedaan yang memberikan keuntungan yang membuat produk dan jasa dari organisasi diterima lebih baik dari produk pesaing dalam pikiran konsumen yang menjadi target pasar (Payne 1997 : 95). Positioning bergantung pada kemampuan perusahaan untuk membedakan produknya secara efektif daripada pesaing dengan menyediakan nilai lebih untuk konsumen. Jadi fokus utama kita adalah bagaimana cara memposisikan produk kita dalam benak konsumen. Nilai tambah yang menjadi faktor keunggulan dan menjadi kunci perbedaan *Matrix* dibandingkan pesaing adalah memberikan layanan bermain *game* secara *online*. Jadi tiap kali konsumen memikirkan *game* dan internet maka diharapkan *image Matrix* yaitu permainan *online* akan muncul di benak konsumen.

C. **Bauran Pemasaran**

a. *Produci*

Matrix menawarkan produk jasa penyewaan komputer untuk bermain *game* yang didukung dengan komputer berkecepatan tinggi, kualitas grafik yang baik, dan kualitas suara yang baik pula. Sedangkan untuk mendukung koneksi internet yang stabil dan berkecepatan tinggi,

matrix berlangganan dengan *Cable Vission* yang telah menyediakan koneksi internet dengan teknologi serat optik. Hal ini dibutuhkan karena *Matrix* memerlukan koneksi internet yang stabil untuk menjalankan usaha ini.

Price

Harga di *Matrix* disetujui untuk ditetapkan berdasarkan metode *Rate of Return Pricing* di mana harga ditetapkan dengan tujuan untuk mengembalikan modal awal dan asset. Tetapi *Matrix* juga melihat harga pasar agar harga yang ditetapkan sesuai dengan harapan konsumen, sehingga biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk bermain dirasakan sesuai dengan kepuasan yang diperoleh. Dalam hal ini keuntungan diperoleh dengan semakin lamanya konsumen bermain. Diharapkan dengan harga yang sesuai dapat membuat konsumen semakin betah bermain di *Matrix*.

Place (Saluran Distribusi)

Saluran distribusi menurut Kotler dan Armstrong (1999 : 330) adalah organisasi yang independen yang ikut serta dalam membuat suatu produk atau jasa siap dijual dan digunakan oleh konsumen.

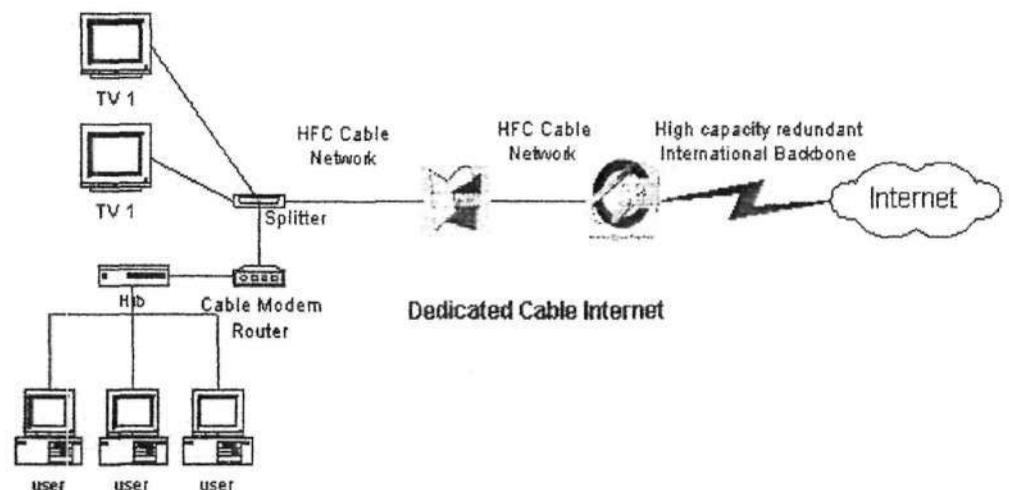
Ada 2 jenis saluran distribusi, yaitu :

1. Saluran distribusi langsung, yaitu barang di distribusikan tanpa menggunakan perantara.
2. Saluran distribusi tidak langsung, yaitu barang yang di distribusikan dengan menggunakan perantara.

Saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi langsung, karena "*Matrix Multiplayer Online Game*" tidak menggunakan perantara dalam menjual jasa, jasa dijual langsung pada konsumen akhir.

GAMBAR1

Bagan Saluran Distribusi "*Matrix Multiplayer Online Game*"



Bagan di atas menunjukkan bahwa koneksi internet di *Matrbc* didapatkan dengan cara berlangganan TV Kabel dari *Kabel Vission*. Kerjasama antara *Kabel Vission* dengan perusahaan penyedia internet menghasilkan koneksi internet berkecepatan tinggi, dan salah satu perusahaan penyedia internet tersebut adalah CBN-NET.

Kombinasi antara kabel serat optik dan sambungan internetlah yang membuat terciptanya koneksi internet yang tinggi. Kabel serat optik dari *Kabel Vission* akan dihubungkan ke sebuah alat yang disebut *Splitter*. Dengan *Splitter* maka saluran yang ada akan dibagi menjadi 2 saluran. Saluran pertama akan dihubungkan ke televisi untuk menonton program-program TV Kabel sedangkan saluran kedua akan dihubungkan ke

modem sehingga menghasilkan saluran internet. Dari *modem* barulah dihubungkan ke HUB yang berfungsi membagi saluran ke banyak komputer.

d. *Promolion*

Promosi memegang peranan penting dalam membantu mengkomunikasikan positioning ke konsumen, promosi juga dapat menambah keberadaan *Matrix* di benak konsumen dan membantu konsumen membuat evaluasi yang lebih baik pada servis yang ditawarkan. Ada beberapa media yang digunakan untuk mempromosikan jasa atau produk yang di tawarkan oleh "*Matrix Online Multiplayer Game*", yaitu :

1. Brosur atau Selebaran

Penyebaran brosur dilakukan dengan melihat segmen dan target pasar yang yang dituju, jadi bila melihat segmen dan target pasar adalah masyarakat berumur 13 sampai 30 tahun maka brosur disebar di sekolah, kampus, beberapa pusat pembelian seperti Taman Hiburan Remaja, Tunjungan Plaza, Galaksi Mall, Plaza Surabaya.

2. Koran

Media. koran adalah salah satu media yang paling baik dalam beriklan, kelebihanannya adalah memiliki jangkauan yang luas dan setiap rumah pasti berlangganan koran. Dalam hal ini pemasangan

iklan dilakukan pada koran Jawa Pos yang memiliki oplah terbesar di kota Surabaya.

3. Majalah

Mengiklan di majalah memiliki beberapa kelebihan seperti majalah sudah memiliki segmen pasar tersendiri sehingga iklan yang disampaikan langsung mengenai pada konsumen. Kelebihan yang lain adalah majalah bisa berpindah tangan dari satu orang ke orang lain karena jangka waktu penerbitan suatu majalah memiliki tenggang yang agak lama seperti dwimingguan atau bulanan. Pemasangan iklan dilakukan di majalah PLAY dan Ultima Nation.

4. Media Radio

Media radio yang digunakan untuk beriklan adalah Istara Fm dan EBS Fm, alasan pemilihan stasiun radio tersebut karena kedua radio tersebut memiliki segmen yang sesuai dengan target market yang **dituju.**

D. LAYANAN KONSUMEN

Pelayanan konsumen mutlak harus dilakukan agar konsumen dapat merasa puas, sehingga apa yang .konsumen dapatkan sesuai dengan pengorbanan yang diberikan. Konsumen yang loyal akan mendapat perhatian khusus dari "*Matrix Multiplayer Ohline Game*", hal ini dilakukan agar konsumen merasa dihargai. Penghargaan yang diberikan dapat berupa voucher gratis; bermain, aksesoris komputer, dan lain-lain. Layanan

newsletter lewat internet yang akan menginformasikan *game-game* terbaru dan layanan atau servis servis baru yang dapat dinikmati oleh konsumen yang dimiliki oleh "*Matrix Multyplayer Online Game*".

E. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dilakukan dengan cara mengadakan survei-survei baik pada konsumen maupun pada pesaing pesaing langsung. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuisioner untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, layanan dan fasilitas apa yang diinginkan. Survei pada pesaing dilakukan untuk mengetahui keunggulan yang dimiliki dan bagaimana cara menghadapinya.

Selain **itu** juga dilakukan penelitian lewat internet mengenai perkembangan bisnis semacam ini di luar negeri dan juga untuk mengetahui *trend* permainan *online* baik di luar dan dalam negeri.