

BAB VI

RENCANA PEMASARAN

6.1 Tujuan Dan Sasaran Pemasaran

Tujuan jangka pendek (jangka waktu 1-2 tahun) perusahaan Mulia Sejahtera adalah memperkenalkan Mulia Sejahtera sebagai penyedia jasa pemakaman *one stop service*. Ini adalah sangat penting, mengingat usaha ini masih baru di Surabaya, karena itu perlu dilakukan *personal selling* (begitu mendapat kabar dari rumah sakit RS Mitra Keluarga, RS Adi Husada, RS RKZ, RS Darmo, RS Budi Mulia, RS HCOS, *sales person* akan mendatangi dan menawarkan jasa kematian).

Tujuan jangka panjang (jangka waktu 3-5tahun) dari Mulia Sejahtera ini adalah :

1. Menjadi pemimpin dalam jasa kematian khususnya di Surabaya

Perusahaan saat ini masih boleh dikatakan baru untuk di kota Surabaya karena perusahaan masih merupakan perusahaan yang pertama dalam penyediaan jasa ini. Tetapi di masa depan, perusahaan masih harus tetap melakukan pengembangan dan perbaikan pelayanan untuk tetap menjadi yang pertama di bidang usaha kematian ini dengan menambah layanan lainnya.

2. Pengembangan usaha

Pada masa mendatang berusaha untuk memiliki tempat krematorium dan tanah kuburan sendiri.

3. Mencapai *Payback period* dalam waktu 4 tahun.

6.2 Strategi Pemasaran

Untuk menyiapkan strategi pemasaran Mulia Sejahtera, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu strategi *segmentation*, *targeting* dan *positioning* dari perusahaan Mulia Sejahtera ini sendiri, yaitu :

a. *Segmentation*

"Market Segmentation is dividing a market into distinct groups of buyers with different needs, characteristic or behavior who might require separate products or marketing mixes" (Kotler and Amstrong , 1999: 196)

Mulia Sejahtera membagi identifikasi segmentasi menjadi tiga bagian yaitu :

1. Demografi

Dari segi demografi konsumen Mulia Sejahtera adalah pria dan wanita kalangan menengah dan menengah ke atas yang beragama Kristen, Katholik, Budha, Kong Hu Cu, yang berasal dari kota Surabaya dan tidak menutup kemungkinan berasal dari luar Surabaya yang membutuhkan pelayanan jasa kematian. Menurut data Adi Jasa, konsumen jasa kematian adalah pemeluk agama Kristen, Katholik, Budha, dan Khong Hu Cu.

2. Psikografis

Dari sisi psikografis yang menjadi pasar sasaran Mulia Sejahtera adalah orang mengalami duka cita akibat kematian anggota keluarga, sehingga membutuhkan pelayanan jasa kematian.

3. Geografis

Segmentasi dari segi geografis adalah masyarakat di kota Surabaya, karena Mulia Sejahtera akan didirikan di Surabaya.

b. *Targeting*

Pasar sasaran Mulia Sejahtera ditujukan untuk kalangan menengah dan menengah ke atas dan yang beragama Kristen, Katholik, Budha, Kong Hu Cu, yang berasal dari kota Surabaya dan tidak menutup kemungkinan berasal dari luar Surabaya yang membutuhkan pelayanan jasa kematian.

c. *Positioning*

Mulia Sejahtera memposisikan diri sebagai penyedia pelayanan jasa kematian terlengkap dengan konsep *one stop service* dan satu satunya yang menyediakan ruangan persemayaman, penginapan berAC dan pujasera.

6.3 Bauran Pemasaran.

"Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran" (Kotler, 1997: 82). Bauran pemasaran ini dapat dibagi menjadi 4P, yaitu *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion*, dimana keempatnya adalah unsur dalam pemasaran yang tidak dapat dipisah-pisahkan.

1. *Product*

Hal ini menyangkut barang dan jasa yang akan Mulia Sejahtera berikan pada konsumen. Ini merupakan hal yang penting karena apa yang dicari konsumen adalah layanan yang diberikan sehingga Mulia Sejahtera harus menyediakan layanan yang terbaik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, bahkan kalau bisa melampaui harapan konsumen, sehingga menjaga loyalitas konsumen.

Untuk produk barang yang disediakan oleh perusahaan adalah:

- Paket-paket keperluan kematian:
 1. Paket Kristen / Katholik
 2. Paket Budha / Kong Hu Cu
- Berbagai tipe peti mati dan siupan.

Spesifikasi produk peti mati dan siupan:

Tabel 6.1

Daftar Tipe Peti Mati untuk Kristen / Katholik

Ukuran	Kayu jati		Kayu Trembesi / Taon	
	Biasa	Delux	Biasa	Delux
2 cm	4.500.000	-	3.250.000	-
3 cm	5.500.000	7.500.000	3.750.000	-
4 cm	7.250.000	11.000.000	4.750.000	6.250.000
5 cm	8.800.000	13.000.000	5.900.000	7.500.000
6 cm	11.000.000	14.000.000	6.800.000	9.250.000
8 cm	-	20.000.000	-	-

Sumber: Daftar harga Tiara

Tabel 6.2

Daftar Tipe Siupan Budha/Kong Hu Cu

Ukuran (inci)	BPR	B	DL	DLA+	TSB	TSA	TSA+
18	-	12.500.000	16.000.000	-	-	-	-
19	14.250.000	16.500.000	21.000.000	25.000.000	35.000.000	42.000.000	45.000.000
20	16.000.000	20.500.000	25.500.000	35.000.000	45.000.000	52.500.000	57.000.000
21	19.000.000	23.500.000	29.500.000	45.000.000	55.000.000	70.000.000	80.000.000
22	25.000.000	27.500.000	36.000.000	55.000.000	65.000.000	90.000.000	100.000.000
23	31.250.000	35.000.000	45.000.000	65.000.000	75.000.000	115.000.000	130.000.000
24	41.250.000	45.000.000	60.000.000	75.000.000	92.500.000	135.000.000	150.000.000
25	45.000.000	52.000.000	70.000.000	85.000.000	115.000.000	150.000.000	165.000.000
26	48.500.000	62.500.000	80.000.000	95.000.000	130.000.000	170.000.000	185.000.000
28	-	100.000.000	125.000.000	-	185.000.000	235.000.000	245.000.000
29	-	-	-	-	-	-	395.000.000
32	-	-	-	-	-	-	775.000.000

Sumber: Daftar harga Tiara

Keterangan:

- BPR dan B menggunakan kayu trembesi / taon.
- DL, DLA+, TSB, TSA, TSA+ menggunakan kayu jati.

Catatan: Tipe ke kanan, jumlah sambungan semakin minim (utuh tanpa sambungan).

Untuk produk jasa yang disediakan perusahaan:

- Penjaminan keluarnya jenazah dari rumah sakit.
- Penjemputan jenazah.
- Pengurusan surat-surat akte kematian sampai dengan proses pemakaman atau perabuan.
- Ruang persemayaman 19 ruang, penitipan abu, dan tempat pendingin.
- Adanya penginapan gratis, sehingga konsumen tidak perlu membuang waktu dan transport.
- Menyediakan penyewaan meja, kursi dan piring.
- Menyediakan parkir mobil dan sepeda motor.
- Adanya pujasera yang menyediakan makanan dan minuman, sehingga kebutuhan primer konsumen terpenuhi.

2. Price

Ini menyangkut harga yang Mulia Sejahtera terapkan untuk berbagai jenis pelayanan yang disediakan. Ini merupakan hal yang cukup sensitif karena konsumen sangat peduli dengan membandingkan kualitas layanan yang diterimanya dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan berdasarkan pada misi Mulia Sejahtera yaitu “*Affordable Price, High Quality and Excellent Service to delight Customer*”.

Penetapan harga ini juga mempertimbangkan besarnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, kapan ingin tercapainya *Pay Back Period* dan *margin* keuntungan yang diinginkan perusahaan berdasarkan pada perbandingan biaya yang telah dikeluarkan oleh usaha ini. Selain itu, harga yang ditetapkan juga dibandingkan dengan harga pesaing cukup kompetitif. Adapun harga jasa yang akan diberlakukan adalah sebagai berikut:

- Sewa ruangan Rp 125.000/hari.
- Tempat penitipan Abu Rp 50.000/bulan.
- Lemari pendingin mayat Rp 300.000/hari.
- Paket Kristen/Katholik Rp 1.500.000
- Paket Budha /Kong Hu Cu Rp1.600.000
- Sewa meja Rp1000/unit/hari.
- Sewa kursi Rp 500/unit/hari.
- Sewa piring Rp 50/unit/hari.
- Parkir mobil Rp 1500
- Parkir sepeda motor Rp 500

- Harga peti mati untuk Kristen dan Katholik:

Tabel 6.3

Daftar Harga Peti Mati untuk Kristen / Katholik (Rp)

Ukuran	Kayu jati		Kayu Trembesi/Taon	
	Biasa	Delux	Biasa	Delux
2 cm	4.500.000	-	3.250.000	-
3 cm	5.500.000	7.500.000	3.750.000	-
4 cm	7.250.000	11.000.000	4.750.000	6.250.000
5 cm	8.800.000	13.000.000	5.900.000	7.500.000
6 cm	11.000.000	14.000.000	6.800.000	9.250.000
8 cm	-	20.000.000	-	-

Sumber: Daftar harga Tiara

- Harga siupan untuk Budha dan Kong Hu Cu:

Tabel 6.4

Daftar Tipe Siupan Budha/Kong Hu Cu (Rp)

Ukuran (inci)	BPR	B	DL	DLA+	TSB	TSA	TSA+
18	-	12.500.000	16.000.000	-	-	-	-
19	14.250.000	16.500.000	21.000.000	25.000.000	35.000.000	42.000.000	45.000.000
20	16.000.000	20.500.000	25.500.000	35.000.000	45.000.000	52.500.000	57.000.000
21	19.000.000	23.500.000	29.500.000	45.000.000	55.000.000	70.000.000	80.000.000
22	25.000.000	27.500.000	36.000.000	55.000.000	65.000.000	90.000.000	100.000.000
23	31.250.000	35.000.000	45.000.000	65.000.000	75.000.000	115.000.000	130.000.000
24	41.250.000	45.000.000	60.000.000	75.000.000	92.500.000	135.000.000	150.000.000
25	45.000.000	52.000.000	70.000.000	85.000.000	115.000.000	150.000.000	165.000.000
26	48.500.000	62.500.000	80.000.000	95.000.000	130.000.000	170.000.000	185.000.000
28	-	100.000.000	125.000.000	-	185.000.000	235.000.000	245.000.000
29	-	-	-	-	-	-	395.000.000
32	-	-	-	-	-	-	775.000.000

Sumber: Daftar harga Tiara

Keterangan:

- BPR dan B menggunakan kayu trembesi / taon.
- DL, DLA+, TSB, TSA, TSA+ menggunakan kayu jati.

Catatan: Tipe ke kanan, jumlah sambungan semakin minim (utuh tanpa sambungan).

3. *Place*

Ini menyangkut lokasi dari tempat usaha Mulia Sejahtera. Lokasi tempat usaha/perusahaan yang dipilih yaitu yang mudah dijangkau oleh konsumen. Tersedia tempat yang Mulia Sejahtera pilih adalah Jalan Nilam 21-23 di wilayah Surabaya Utara, dimana lahan yang tersedia sangat luas, akses jalan raya dekat dengan jalan tol Perak.

4. *Promotion*

Promosi yang dilakukan oleh Mulia Sejahtera dengan cara memasukkan nama perusahaan pada setiap berita duka yang dimuat di surat kabar. Promosi lain yang dilakukan adalah dengan *personal selling*, dimana perusahaan menempatkan *sales person* pada rumah sakit-rumah sakit besar di Surabaya seperti RS Mitra Keluarga, RS Adi Husada, RS RKZ, RS Darmo, RS Budi Mulia dan RS HCOS. Begitu ada berita kematian, maka *sales person* langsung mendatangi keluarga yang bersangkutan dan langsung menawarkan jasa perusahaan beserta semua fasilitasnya.

6.4 Kualitas Pelayanan

Mulia Sejahtera berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan cara benar-benar memperhatikan apa yang menjadi *needs* dan *wants* dari konsumen sehingga pelayanan yang diberikan dapat membuat konsumen merasa puas.

Selain itu, Mulia Sejahtera juga akan terus memelihara fasilitas baik untuk penginapan, AC, misalnya untuk AC, akan dilakukan pemeriksaan AC secara berkala agar tetap dingin dan bersih, serta menjaga kebersihan wastafel, kamar mandi dan WC. Mulia Sejahtera juga memperhatikan kritik dan saran dari konsumen, dengan begitu Mulia Sejahtera dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan dari konsumen serta kekurangan Mulia Sejahtera, sehingga dapat menjadi masukan dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen.

Tujuan Mulia Sejahtera adalah menjalin hubungan yang sangat baik dengan konsumen, sehingga mereka akan merasa sangat puas akan layanan Mulia Sejahtera. Hal itu akan memberikan efek yang sangat positif dimana dari

penelitian seseorang yang puas akan menyampaikan kabar pada rekan-rekannya yang lain (*word of mouth advertisement*). Hal itu merupakan promosi yang sangat berguna bagi perusahaan ini.

