

BAB VI

RENCANA PEMASARAN

TUJUAN DAN SASARAN PEMASARAN

Usaha tusuk gigi ini merupakan usaha pendiversifikasian produk yang memiliki tujuan pemasaran untuk *jangka pendek* yaitu berusaha memasuki pasaran untuk produk tusuk gigi ini dan memperoleh laba dari hasil penjualannya. Untuk *jangka panjang* diharapkan bahwa produk yang dihasilkan mampu menguasai pasar dan memperluas pangsa pasar karena dengan meningkatkan pangsa pasar akan meningkatkan laba, selain itu UD.Sumber Rejeki Sejahtera berusaha memfokuskan sasaran pemasaran tidak hanya pasar lokal tetapi berusaha menembus pasaran internasional dengan kualitas produk yang memenuhi standar internasional dengan memanfaatkan mesin produksi yang semakin maju sesuai dengan perkembangan zaman.

STRATEGI PEMASARAN

UD.Sumber Rejeki Sejahtera menggunakan pendekatan pemasaran dengan menggunakan pendekatan *STP (Segmentation, Targeting, dan Positioning)*

1. Segmentation

Segmentasi pasar yaitu mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin meminta produk dan/atau bauran pemasaran tersendiri.

Langkah-langkah yang ada dalam segmentasi pasar meliputi :

- Mengidentifikasi variabel segmentasi dan mensegmentasi pasar
- Mengembangkan gambaran segmen yang dihasilkan

UD.Sumber Rejeki Sejahtera dalam pemasaran produk untuk tusuk gigi ini bukan pada konsumen akhir tetapi pada distributor yang menangani pemasaran produk sejenis. Hal ini disebabkan penjualan melalui distributor akan mengalami penghematan biaya pemasaran dan untuk pengembangan usaha baru ini akan lebih efisien dalam hal penghematan waktu dan tenaga (tidak perlu memakai tenaga pemasaran)

Variabel segmentasi utama meliputi :

□ *Segmentasi Geografis*

Mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, negara bagian, wilayah, propinsi, kota dan lingkungan.

Dalam hal ini UD.Sumber Rejeki Sejahtera secara geografis, memasarkan produknya di wilayah Jawa Timur dan Jawa Barat, hal ini disebabkan wilayah Jawa Timur dan Jawa Barat termasuk daerah yang berkembang. Semakin banyaknya hotel-hotel berbintang di kota-kota besar, rumah makan, pasar swalayan yang berdiri merupakan peluang bagi kita untuk memasuki pasar.

□ *Segmentasi Industri*

Penjualan produk UD.Sumber Rejeki Sejahtera diarahkan kepada distributor bukan konsumen akhir. Distributor yang diharapkan :

- a. Size Distributor Company yang besar meliputi keanekaragaman produk yang akan didistribusikan.

- b. Mempunyai jangkauan pasar yang luas dalam arti pasar yang dituju tidak hanya satu wilayah saja.
- c. Memiliki image perusahaan dari distributor yang cukup baik.

2. Targeting

Pemilihan satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki. Dengan langkah-langkah:

- Mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen
- Memilih segmen (segmen-segmen) sasaran

Dalam hal ini distributor yang menjadi sasaran penjualan memiliki jaringan di Surabaya tetapi mempunyai jangkauan pasar yang luas.

Sehingga biaya pengirimannya hanya sampai di Surabaya (Lumajang – Surabaya).

3. Positioning

Merupakan usaha untuk membentuk dan mengkomunikasikan manfaat utama yang membedakan produk dalam pasar. Langkah-langkah yang dilakukan:

- Mengidentifikasi konsep penentuan posisi yang memungkinkan bagi masing-masing segmen sasaran.
- Memilih, mengembangkan, dan mengkomunikasikan konsep penentuan posisi yang dipilih.

UD.Sumber Rejeki Sejahtera mempositioningkan usaha ini dengan menghasilkan produk sumpit dan tusuk gigi yang higienis (tanpa Zat pemutih H₂O) dan harga yang lebih murah.

BAURAN PEMASARAN

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.

Strategi bauran pemasaran untuk produk tusuk gigi meliputi 4Ps konsep “Marketing Mix”, yaitu:

- *Product*

Produk yang akan dihasilkan oleh UD.Sumber Rejeki Sejahtera memiliki keunikan yaitu tusuk gigi yang akan dihasilkan adalah tusuk gigi yang higienis dalam arti produk ini tidak menggunakan zat pemutih sehingga apabila mengkonsumsinya tidak menimbulkan efek sampingan apapun. Selain itu terdapat efisiensi dalam proses produksi yang disebabkan UD.Sumber Rejeki Sejahtera sebelumnya telah memproduksi sumpit, jadi tidak mengalami kesukaran dalam pengembangan usaha ini dan hasil produk dapat lebih maksimal.

- *Price*

Untuk penetapan harga tusuk gigi UD. Sumber Rejeki Sejahtera dengan *Penetration Pricing* yaitu harga ditetapkan lebih rendah dari harga pesaing, dengan memaksimalkan profit yang hendak dicapai.

- *Place*

UD.Sumber Rejeki Sejahtera memilih lokasi di daerah Lumajang karena daerah Lumajang tidak jauh dari Hutan bambu yang merupakan penghasil bahan baku utama sehingga akan mempermudah faktor transportasi untuk perolehan bahan baku selain itu tanah di daerah Lumajang masih termasuk rendah.

- *Promotion*

Untuk memperkenalkan produk baru ini, UD.Sumber Rejeki Sejahtera yang sebelumnya telah memiliki hubungan dengan distributor dapat memperkenalkan produk tusuk gigi yang hendak dipasarkan tersebut melalui telepon, faksimil yang dilakukan oleh pemilik usaha tidak memakai tenaga pemasaran karena tidak dipasarkan untuk eceran.

Profil perusahaan yang ingin ditunjukkan adalah:

- Produk baru ini memanfaatkan sisa bahan baku produk utama sehingga biaya produksi tidak terlalu tinggi
- Ramah lingkungan, karena ampasnya dapat dijual untuk diolah kembali menjadi kertas sembayang.
- Produk yang dihasilkan aman dan higienis
- Menciptakan lapangan kerja baru di Lumajang.

LAYANAN PENJUALAN

Penjualan ditujukan kepada permintaan distributor dengan pengantaran produk ke tempat tujuan sesuai dengan permintaan distributor. Untuk kawasan Surabaya dan sekitarnya biaya transportasi ditanggung oleh UD. Sumber Rejeki Sejahtera dengan permintaan ± 4 ton.