

## BAB III ANALISA PASAR

### 3.1 Target Konsumen : Segmentasi dan Profil

Menentukan target konsumen dalam sebuah bisnis sangatlah penting. Menurut The Investopedia Team (2022), *Target market* atau target pasar merupakan suatu kelompok masyarakat yang berpotensi memiliki ketertarikan maupun kesukaan terhadap suatu barang atau suatu jasa dengan ciri-ciri seperti umur, pendapatan, dan gaya hidup. Target pasar juga dapat diartikan sebagai suatu kelompok masyarakat yang tertarik untuk mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan. Segmentasi pasar dibagi menjadi 4 segi, yaitu dari segi demografis, geografis, psikografis, dan behavioral yang membedakan setiap karakteristik konsumen. Berikut adalah segmentasi pasar yang ditentukan oleh *Wonderplaws Resort* :

#### 3.1.1 Segmentasi

Target konsumen *Wonderplaws* terbagi menjadi 4 yaitu segmentasi terhadap demografis, geografis, psikografis, dan behavioral.

Demografis terhadap konsumen :

- Jenis kelamin : unisex
- Usia : 24-30
- Pendapatan : Rp 5.000.000- Rp10.000.000

Demografis terhadap anjing peliharaan :

- Jenis kelamin : Jantan dan betina
- Usia : 1-10 Tahun
- Jenis anjing : Segala jenis

Geografis :

- Lokasi : Jabodetabek

Psikografis :

- Konsumen yang ingin membawa anjingnya berlibur dan bermain bersama anjing peliharaannya di area alam
- Konsumen yang rela mengeluarkan uang untuk menginap bersama anjing peliharaannya.

- Konsumen yang peduli dengan anjing peliharaannya
- Konsumen yang menyukai anjing

Behavioral :

- Konsumen yang suka mengajak anjingnya berlibur dan berjalan-jalan
- Konsumen yang sering memfasilitasi anjingnya layaknya miliknya

### 3.1.2 Profil

Dari target konsumen yang ada di atas, *Wonderplaws* membagi konsumen menjadi beberapa profil, diantaranya adalah :

#### 3.1.2.1 Pasangan Suami Istri

Pasangan suami istri yang baru menikah dan mempunyai anjing. Pasutri yang ingin membawa anjingnya pergi berlibur bersama

#### 3.1.2.2 Keluarga Kecil

Untuk keluarga kecil yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak. Dimana biasanya keluarga kecil memiliki anjing peliharaan sehingga cocok untuk menginap di *Wonderplaws Resort*

#### 3.1.2.3 Pencinta Anjing

Bagi para pencinta anjing, *Wonderplaws Resort* merupakan salah satu penginapan yang cocok karena *resort* sendiri memfasilitasi ruang bagi anjing peliharaannya. Para pecinta anjing tentunya juga akan mengajak anjing peliharaannya untuk berlibur bersama dan mengajak anjingnya berkenalan dengan anjing lainnya.

#### 3.1.2.4 Anjing Peliharaan

Tentunya *Wonderplaws Resort* menargetkan anjing peliharaan sebagai *target market*. Anjing peliharaan bisa berukuran kecil maupun besar dan dengan jenis anjing apapun.

### 3.2 Pemetaan Pasar

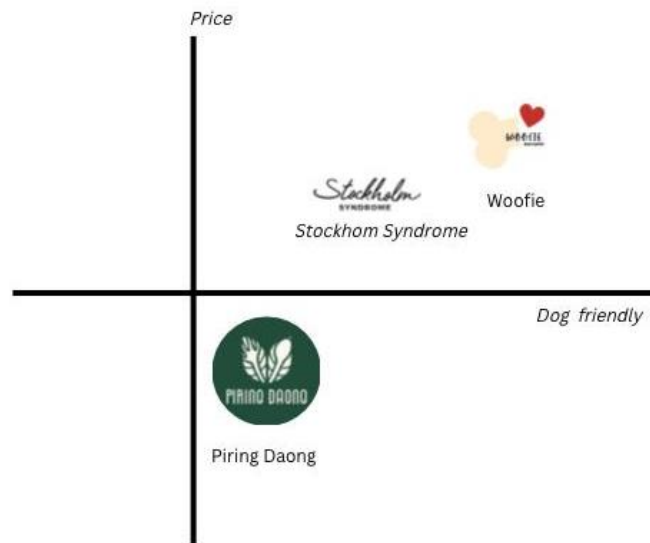
Pemetaan pasar yang dilakukan oleh *Wonderplaws Resort* adalah pemetaan pasar melalui matrix dan positioning untuk menentukan *target market Wonderplaws Resort* dan lawannya.

### 3.3 Pemetaan Kompetitor



Gambar 3.3.1 Pemetaan Kompetitor

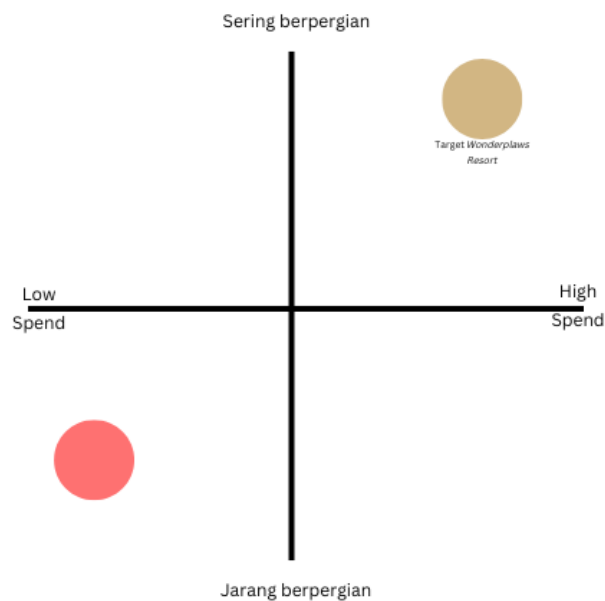
Untuk pemetaan kompetitor kami membandingkan dengan 4 tempat penginapan, yaitu Villa Selabintana, Hotel Aston, Villa *Eaden*, dan *Eco Resort* puncak. Kami membandingkan tabel menurut keramahan dengan anjing dan dengan harga. Semakin ke kanan, maka semakin ramah terhadap anjing, semakin ke atas harga yang ditawarkan semakin tinggi. Posisi *Wonderplaws* berada pada sebelah kanan atas dimana *Wonderplaws* ramah terhadap anjing peliharaan.



Gambar 3.3.2 Pemetaan Kompetitor Berdasarkan Restoran

Gambar diatas merupakan pemetaan kompetitor yang dilihat dari kemungkinan lokasi yang akan didatangi ketika sedang terjadi hal yang tidak diinginkan pada saat tamu sedang berkendara ke *Wonderplaws Resort*. Terdapat 2 lokasi yaitu *Stockholm Syndrome Restaurant* dan *Pirign Daong Café*. Kedua lokasi ini memperbolehkan hewan peliharaan untuk ikut datang, menyantap makanan, dan menikmati suasana bersama.

### 3.4 Positioning



Gambar 3.4 Positioning Target

*Wonderplaws Resort* menargetkan konsumen yang sering mengajak anjing peliharaannya untuk berpergian dan *high spending*. Dimana konsumen rela untuk mengeluarkan uang sebesar apapun untuk bisa menikmati fasilitas yang ditawarkan bersama dengan anjing peliharaannya. Hal ini bisa dilihat dari *Wonderplaws Resort* memiliki lawan konsumen yaitu konsumen yang mempunyai anjing tetapi jarang bepergian dan *low spending* sehingga konsumen ini tidak rela untuk mengeluarkan banyak uang untuk berlibur bersama anjing peliharaannya.

### 3.5 Benchmarking

*Benchmarking* merupakan perbandingan atau tolak ukur. *Benchmarking* digunakan untuk membandingkan beberapa hal. *Benchmarking* digunakan untuk membandingkan layanan, harga, fasilitas, produk dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Dalam hal ini, *benchmarking* digunakan untuk membandingkan *Wonderplaws Resort* dengan villa yang memiliki bisnis yang sama dengan *Wonderplaws Resort*.

Tabel 3.5 Benchmarking

Parameter	<i>Wonderplaws Resort</i>	Aston Hotel	Villa Eaden	Villa Selabintana	<i>Eco Resort Puncak</i>
Aksesibilitas	Dekat dengan pintu tol	Lokasi di pusat perkotaan	Dekat dengan wisata Taman Safari	Dekat dengan wisata pegunungan	Dekat dengan wisata Ragunan
Tipe Kamar	Memiliki 2 tipe kamar yang berbeda	Jenis kamar yang mirip satu sama lain	Memiliki tipe kamar superior dan deluxe	Memiliki 3-5 kamar tidur dalam satu villa	Memiliki 1-3 kamar tidur dalam satu villa
Harga	Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000	Rp 1.800.000 - Rp 2.500.000	Rp 1.800.000 - Rp 3.000.000	Rp 1.539.000	Rp 577.125
<i>Dog-friendly</i>	Terbuka untuk segala jenis anjing	Hanya anjing kecil saja	Hanya anjing kecil saja	Hanya anjing yang sudah jinak	Anjing tidak boleh berada di dalam kamar
Konsep Penginapan	Resort	Hotel	Villa	Villa	Resort

Analisis yang *Wonderplaws Resort* gunakan adalah dengan membandingkan beberapa hal dengan para kompetitor. Parameter yang digunakan adalah aksesibilitas menuju penginapan, tipe kamar yang dimiliki oleh penginapan tersebut, harga yang ditawarkan, kriteria kamar terhadap anjing peliharaan yang merupakan kunci dari bisnis pesaing yang ada, dan konsep penginapan.

### 3.6 SWOT Analysis

SWOT analysis digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* yang berarti kekuatan, *Weakness* berarti kelemahan, *Opportunities* berarti kesempatan, dan *Threats* berarti ancaman. Berikut merupakan tabel SWOT *Wonderplaws Resort*.

Tabel 3.6 SWOT

<b>SWOT</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Strength</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Dog-friendly Resort</i></li> <li>2. Memberikan konsep baru yaitu, <i>resort yang berbentuk cottage</i></li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Brand awareness</i> masih rendah</li> <li>2. Pengalaman yang belum mencukupi</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah pesaing sedikit</li> <li>2. Strategis karena dekat dengan tol</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Threats</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mulai bermunculan penginapan <i>dog-friendly</i> lain</li> </ol>