KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

A. Jasa yang dihasilkan

Produk menurut Kotler dan Amstrong (2014:248) adalah: "*Anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need*".Produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, diklasifikasikan berdasarkan ketahanan dari barang, berwujud dan tidak berwujud, dan kegunaanya, Kotler dan Keller (2012:349).

a. Ketahanan dan Wujud

Dari klasifikasi, produk dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu

1) *Nondurable goods*: barang berwujud yang biasanya digunakan sekali atau beberapa kali seperti minuman jadi, sabun, dan lain sebagainya.
2) *Durable goods*: barang berwujud yang biasanya bertahan setelah lama dipakai. Seperti kulkas, pakaian, dan lain sebagainya.
3) *Services* (Jasa): tidak memiliki wujud, tidak terpisahkan, dan bervariasi. Seperti jasa pemotongan rambut, konsultan pajak, dan lain sebagainya.

b. Produk juga dapat diklasifikasi berdasarkan kegunaanya, dan dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu

1) *Consumer goods* atau barang yang digunakan langsung oleh pemakai. Barang tersebut juga dibagi lagi menjadi 4 kategori yaitu

a) *Convinience goods*: barang-barang yang sering digunakan oleh konsumen seperti sabun, koran, dan lain sebagainya.

b) *Shopping goods*: barang yang biasanya konsumen bandingkan dengan barang lain dan biasanya berdasarkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya. Seperti furnitur, pakaian, mobil bekas, dan alat-alat dapur.

c) *Speciality goods*: barang yang memiliki karakteristik yang unik, atau memiliki merek yang sudah dikenal, sehingga ada beberapa orang yang ingin membayar mahal demi barang yang spesial ini. Seperti mobil mewah.

d) *Unsought goods*: barang yang biasanya konsumen tidak mengetahui keberadaannya, dan biasanya tidak terpikirkan oleh konsumen untuk membeli produk tersebut. Seperti batu nisan.

2) *Industrial-goods classification* atau barang yang biasanya dibeli oleh pabrik-pabrik yang akan digunakan untuk dijadikan produk kembali atau digunakan untuk membuat barang. Jenis barang ini juga dapat dibagi lagi menjadi 3 kategori yaitu

a) *Materials and Parts*: barang yang memasuki pabrik secara keseluruhan dibagi menjadi 2 kelas barang yaitu bahan baku dan barang setengah jadi.

b) *Capital Items*: barang yang tahan lama untuk memfasilitasi pabrik-pabrik tersebut untuk membuat produk jadi. Seperti genset, *conveyor*, dan lain sebagainya.

c) *Supplies and Business Services*: produk jangka pendek, baik barang maupun jasa, yang digunakan untuk membantu pembuatan produk jadi. Dibagi menjadi dua kelompok yaitu pemeliharaan dan perbaikan seperti cat, paku

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

dan lain sebagainya, dan barang operasional seperti pelumas, batu baru dan lain sebagainya.

Dari klasifikasi jenis-jenis barang diatas, bahwa *Vin's Auto Garage* termasuk ke dalam *services* (jasa). Karena bisnis ini bergerak di bidang bengkel jasa perawatan mobil.*Vin's Auto Garage*termasuk dalam usaha jasa perawatan mobil atau yang biasa disebut bengkel.*Vin's* sendiri akan menghadirkan bengkel yang berkualitas dalam pengerjaannya dan akan memberikan nilai tambah berupa ruang tunggu yang nyaman. Berikut adalah contoh suasana bengkel yang akan didirikan oleh *Vin's Auto Garage* yang dapat dilihat pada Gambar 4.1

Gambar 4.1

Contoh Suasana Bengkel *Vin's Auto Garage*

Sumber: *www.google.co.id*

Logo menunjukkan sebuah identitas dari sebuah perusahaan, dengan kata lain logo mencerminkan brand dan profil perusahaan. Logo sangat penting bagi perusahaan, karena logo mampu mempermudah proses *positioning* kepada konsumen. Oleh karena itu logo harus dibuat sebagus mungkin dan berbeda dari yang lain agar mudah diingat

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

oleh konsumen. Berikut adalah pertimbangan-pertimbangan yang harus diperhatikan dalam membuat logo yang baik harus mencakup beberapa hal sebagai berikut

a. Original dan *distinctive*, atau memiliki ciri yang khas, unik, memiliki daya pembeda yang jelas dengan orang lain.

b. *Legible*, atau memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi ketika diaplikasikan ke dalam berbagai ukuran dan media promosi yang berbeda-beda.

c. *Simple* atau sederhana, artinya mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.

d. *Memorable*, atau mudah diingat karena keunikannya dalam waktu yang relatif lama.

e. *Easy associated with the company*, dimana logo yang baik mudah untuk dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.

f. *Easily adaptable for all graphic media*, di sini faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses pencanangan. Hal itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.

Berikut adalah logo dari *Vin's Auto Garage* yang dapat dilihat pada Gambar 4.2

Gambar 4.2

Logo *Vin's Auto Garage*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Logo *Vin's Auto Garage* di atas merupakan logo yang sangat sederhana yang dirancang oleh *Vin's* agar mudah diingat oleh pelanggan. *Vin's* menggunakan gambar mobil karena *Vin's* merupakan bengkel yang hanya melayani mobil pribadi saja, tidak untuk kendaraan lain seperti motor, truk, bus, dan lain-lain. *Vin's* menggunakan warna hitam dengan maksud menegaskan bahwa *Vin's* merupakan bengkel berkualitas baik.

B. Gambaran Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2012:109), adalah *"The expected level of company sales based on a chosen marketing plan and an assumed marketing environment"*. Yang artinya "Tingkat yang diharapkan dari penjualan perusahaan berdasarkan rencana pemasaran yang dipilih dan lingkungan pemasaran yang diasumsikan." Rencana peramalan dan penjualan akan diasumsikan untuk satu bulan pertama sebagai dasar untuk perhitungan perencanaan 5 tahun ke depan. Berikut adalah rencana peramalan dan penjualan *Vin's Auto Garage* yang dapat dilihat pada Tabel 4.1 sampai dengan Tabel 4.17

Tabel 4.1

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Bulan Januari 2020

Jenis Jasa	Harga	Jumlah Mobil	Total Pendapatan
Carbon Flushing	Rp 450.000	10	Rp 4.500.000
Flush Matic Oil	Rp 600.000	5	Rp 3.000.000
Spooring & Balancing	Rp 275.000	7	Rp 1.925.000
Reflash ECU Bensin	Rp 3.000.000	3	Rp 9.000.000
Reflash ECU Diesel	Rp 4.000.000	3	Rp 12.000.000
Purging	Rp 600.000	4	Rp 2.400.000
Ganti Oli	Rp 200.000	10	Rp 2.000.000
Ganti Aki	Rp 250.000	5	Rp 1.250.000
Total Per Bulan		**47**	**Rp 36.075.000**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Tabel 4.2

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Carbon Flushing*Selama 5 Tahun (dalam Unit)

Carbon Flushing					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	10	20	30	40	50
Februari	10	20	30	40	50
Maret	10	20	30	40	50
April	10	20	30	40	50
Mei	25	35	45	55	65
Juni	25	35	45	55	65
Juli	25	35	45	55	65
Agustus	10	20	30	40	50
September	10	20	30	40	50
Oktober	10	20	30	40	50
November	25	35	45	55	65
Desember	25	35	45	55	65
Total	**195**	**315**	**435**	**555**	**675**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.3

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Flush Matic Oil*Selama 5 Tahun (dalam Unit)

Flush Matic Oil					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	5	15	25	35	45
Februari	5	15	25	35	45
Maret	5	15	25	35	45
April	5	15	25	35	45
Mei	20	30	40	50	60
Juni	20	30	40	50	60
Juli	20	30	40	50	60
Agustus	5	15	25	35	45
September	5	15	25	35	45
Oktober	5	15	25	35	45
November	20	30	40	50	60
Desember	20	30	40	50	60
Total	**135**	**255**	**375**	**495**	**615**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.4

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Spooring & Balancing*Selama 5 Tahun

(dalam Unit)

Spooring & Balancing					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	7	17	27	37	47
Februari	7	17	27	37	47
Maret	7	17	27	37	47
April	7	17	27	37	47
Mei	22	32	42	52	62
Juni	22	32	42	52	62
Juli	22	32	42	52	62
Agustus	7	17	27	37	47
September	7	17	27	37	47
Oktober	7	17	27	37	47
November	22	32	42	52	62
Desember	22	32	42	52	62
Total	**159**	**279**	**399**	**519**	**639**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.5

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Reflash ECU* BensinSelama 5 Tahun

(dalam Unit)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
©Hak Cipta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Reflash ECU Bensin					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	3	13	23	33	43
Februari	3	13	23	33	43
Maret	3	13	23	33	43
April	3	13	23	33	43
Mei	18	28	38	48	58
Juni	18	28	38	48	58
Juli	18	28	38	48	58
Agustus	3	13	23	33	43
September	3	13	23	33	43
Oktober	3	13	23	33	43
November	18	28	38	48	58
Desember	18	28	38	48	58
Total	**111**	**231**	**351**	**471**	**591**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.6

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Reflash ECU Diesel*Selama 5 Tahun (dalam Unit)

Reflash ECU Diesel					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	3	13	23	33	43
Februari	3	13	23	33	43
Maret	3	13	23	33	43
April	3	13	23	33	43
Mei	18	28	38	48	58
Juni	18	28	38	48	58
Juli	18	28	38	48	58
Agustus	3	13	23	33	43
September	3	13	23	33	43
Oktober	3	13	23	33	43
November	18	28	38	48	58
Desember	18	28	38	48	58
Total	**111**	**231**	**351**	**471**	**591**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.7

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Purging*Selama 5 Tahun (dalam Unit)

Purging					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	4	14	24	34	44
Februari	4	14	24	34	44
Maret	4	14	24	34	44
April	4	14	24	34	44
Mei	19	29	39	49	59

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.8

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa Ganti OliSelama 5 Tahun (dalam Unit)

Ganti Oli					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	10	20	30	40	50
Februari	10	20	30	40	50
Maret	10	20	30	40	50
April	10	20	30	40	50
Mei	25	35	45	55	65
Juni	25	35	45	55	65
Juli	25	35	45	55	65
Agustus	10	20	30	40	50
September	10	20	30	40	50
Oktober	10	20	30	40	50
November	25	35	45	55	65
Desember	25	35	45	55	65
Total	**195**	**315**	**435**	**555**	**675**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.9

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa Ganti AkiSelama 5 Tahun (dalam Unit)

Ganti Aki					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	5	15	25	35	45
Februari	5	15	25	35	45
Maret	5	15	25	35	45
April	5	15	25	35	45
Mei	20	30	40	50	60

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.10

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Carbon Flushing*Selama 5 Tahun (dalam Rupiah)

Carbon Flushing					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	Rp 4.500.000	Rp 9.000.000	Rp 13.500.000	Rp 18.000.000	Rp 22.500.000
Februari	Rp 4.500.000	Rp 9.000.000	Rp 13.500.000	Rp 18.000.000	Rp 22.500.000
Maret	Rp 4.500.000	Rp 9.000.000	Rp 13.500.000	Rp 18.000.000	Rp 22.500.000
April	Rp 4.500.000	Rp 9.000.000	Rp 13.500.000	Rp 18.000.000	Rp 22.500.000
Mei	Rp 11.250.000	Rp 15.750.000	Rp 20.250.000	Rp 24.750.000	Rp 29.250.000
Juni	Rp 11.250.000	Rp 15.750.000	Rp 20.250.000	Rp 24.750.000	Rp 29.250.000
Juli	Rp 11.250.000	Rp 15.750.000	Rp 20.250.000	Rp 24.750.000	Rp 29.250.000
Agustus	Rp 4.500.000	Rp 9.000.000	Rp 13.500.000	Rp 18.000.000	Rp 22.500.000
September	Rp 4.500.000	Rp 9.000.000	Rp 13.500.000	Rp 18.000.000	Rp 22.500.000
Oktober	Rp 4.500.000	Rp 9.000.000	Rp 13.500.000	Rp 18.000.000	Rp 22.500.000
November	Rp 11.250.000	Rp 15.750.000	Rp 20.250.000	Rp 24.750.000	Rp 29.250.000
Desember	Rp 11.250.000	Rp 15.750.000	Rp 20.250.000	Rp 24.750.000	Rp 29.250.000
Total	**Rp 87.750.000**	**Rp 141.750.000**	**Rp 195.750.000**	**Rp 249.750.000**	**Rp 303.750.000**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.11

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Flush Matic Oil*Selama 5 Tahun (dalam Rupiah)

Flush Matic Oil					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	Rp 3.000.000	Rp 9.000.000	Rp 15.000.000	Rp 21.000.000	Rp 27.000.000
Februari	Rp 3.000.000	Rp 9.000.000	Rp 15.000.000	Rp 21.000.000	Rp 27.000.000
Maret	Rp 3.000.000	Rp 9.000.000	Rp 15.000.000	Rp 21.000.000	Rp 27.000.000
April	Rp 3.000.000	Rp 9.000.000	Rp 15.000.000	Rp 21.000.000	Rp 27.000.000
Mei	Rp 12.000.000	Rp 18.000.000	Rp 24.000.000	Rp 30.000.000	Rp 36.000.000
Juni	Rp 12.000.000	Rp 18.000.000	Rp 24.000.000	Rp 30.000.000	Rp 36.000.000

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.12

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Spooring & Balancing*Selama 5 Tahun

(dalam Rupiah)

Spooring & Balancing					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	Rp 1.925.000	Rp 4.675.000	Rp 7.425.000	Rp 10.175.000	Rp 12.925.000
Februari	Rp 1.925.000	Rp 4.675.000	Rp 7.425.000	Rp 10.175.000	Rp 12.925.000
Maret	Rp 1.925.000	Rp 4.675.000	Rp 7.425.000	Rp 10.175.000	Rp 12.925.000
April	Rp 1.925.000	Rp 4.675.000	Rp 7.425.000	Rp 10.175.000	Rp 12.925.000
Mei	Rp 6.050.000	Rp 8.800.000	Rp 11.550.000	Rp 14.300.000	Rp 17.050.000
Juni	Rp 6.050.000	Rp 8.800.000	Rp 11.550.000	Rp 14.300.000	Rp 17.050.000
Juli	Rp 6.050.000	Rp 8.800.000	Rp 11.550.000	Rp 14.300.000	Rp 17.050.000
Agustus	Rp 1.925.000	Rp 4.675.000	Rp 7.425.000	Rp 10.175.000	Rp 12.925.000
September	Rp 1.925.000	Rp 4.675.000	Rp 7.425.000	Rp 10.175.000	Rp 12.925.000
Oktober	Rp 1.925.000	Rp 4.675.000	Rp 7.425.000	Rp 10.175.000	Rp 12.925.000
November	Rp 6.050.000	Rp 8.800.000	Rp 11.550.000	Rp 14.300.000	Rp 17.050.000
Desember	Rp 6.050.000	Rp 8.800.000	Rp 11.550.000	Rp 14.300.000	Rp 17.050.000
Total	**Rp 43.725.000**	**Rp 76.725.000**	**Rp109.725.000**	**Rp142.725.000**	**Rp175.725.000**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.13

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Reflash ECU* BensinSelama 5 Tahun

(dalam Rupiah)

Reflash ECU Bensin					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	Rp 9.000.000	Rp 39.000.000	Rp 69.000.000	Rp 99.000.000	Rp 129.000.000
Februari	Rp 9.000.000	Rp 39.000.000	Rp 69.000.000	Rp 99.000.000	Rp 129.000.000
Maret	Rp 9.000.000	Rp 39.000.000	Rp 69.000.000	Rp 99.000.000	Rp 129.000.000
April	Rp 9.000.000	Rp 39.000.000	Rp 69.000.000	Rp 99.000.000	Rp 129.000.000
Mei	Rp 54.000.000	Rp 84.000.000	Rp 114.000.000	Rp 144.000.000	Rp 174.000.000

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.14

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Reflash ECU Diesel*Selama 5 Tahun

(dalam Rupiah)

Reflash ECU Diesel					
Bulan	**Tahun**				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Januari	Rp 12.000.000	Rp 52.000.000	Rp 92.000.000	Rp 132.000.000	Rp 172.000.000
Februari	Rp 12.000.000	Rp 52.000.000	Rp 92.000.000	Rp 132.000.000	Rp 172.000.000
Maret	Rp 12.000.000	Rp 52.000.000	Rp 92.000.000	Rp 132.000.000	Rp 172.000.000
April	Rp 12.000.000	Rp 52.000.000	Rp 92.000.000	Rp 132.000.000	Rp 172.000.000
Mei	Rp 72.000.000	Rp 112.000.000	Rp 152.000.000	Rp 192.000.000	Rp 232.000.000
Juni	Rp 72.000.000	Rp 112.000.000	Rp 152.000.000	Rp 192.000.000	Rp 232.000.000
Juli	Rp 72.000.000	Rp 112.000.000	Rp 152.000.000	Rp 192.000.000	Rp 232.000.000
Agustus	Rp 12.000.000	Rp 52.000.000	Rp 92.000.000	Rp 132.000.000	Rp 172.000.000
September	Rp 12.000.000	Rp 52.000.000	Rp 92.000.000	Rp 132.000.000	Rp 172.000.000
Oktober	Rp 12.000.000	Rp 52.000.000	Rp 92.000.000	Rp 132.000.000	Rp 172.000.000
November	Rp 72.000.000	Rp 112.000.000	Rp 152.000.000	Rp 192.000.000	Rp 232.000.000
Desember	Rp 72.000.000	Rp 112.000.000	Rp 152.000.000	Rp 192.000.000	Rp 232.000.000
Total	**Rp444.000.000**	**Rp924.000.000**	**Rp 1.404.000.000**	**Rp 1.884.000.000**	**Rp 2.364.000.000**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.15

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa *Purging*Selama 5 Tahun (dalam Rupiah)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Purging					
Bulan	Tahun				
	2020	2021	2022	2023	2024
Januari	Rp 2.400.000	Rp 8.400.000	Rp 14.400.000	Rp 20.400.000	Rp 26.400.000
Februari	Rp 2.400.000	Rp 8.400.000	Rp 14.400.000	Rp 20.400.000	Rp 26.400.000
Maret	Rp 2.400.000	Rp 8.400.000	Rp 14.400.000	Rp 20.400.000	Rp 26.400.000
April	Rp 2.400.000	Rp 8.400.000	Rp 14.400.000	Rp 20.400.000	Rp 26.400.000
Mei	Rp 11.400.000	Rp 17.400.000	Rp 23.400.000	Rp 29.400.000	Rp 35.400.000
Juni	Rp 11.400.000	Rp 17.400.000	Rp 23.400.000	Rp 29.400.000	Rp 35.400.000
Juli	Rp 11.400.000	Rp 17.400.000	Rp 23.400.000	Rp 29.400.000	Rp 35.400.000
Agustus	Rp 2.400.000	Rp 8.400.000	Rp 14.400.000	Rp 20.400.000	Rp 26.400.000
September	Rp 2.400.000	Rp 8.400.000	Rp 14.400.000	Rp 20.400.000	Rp 26.400.000
Oktober	Rp 2.400.000	Rp 8.400.000	Rp 14.400.000	Rp 20.400.000	Rp 26.400.000
November	Rp 11.400.000	Rp 17.400.000	Rp 23.400.000	Rp 29.400.000	Rp 35.400.000
Desember	Rp 11.400.000	Rp 17.400.000	Rp 23.400.000	Rp 29.400.000	Rp 35.400.000
Total	**Rp 73.800.000**	**Rp 145.800.000**	**Rp 217.800.000**	**Rp 289.800.000**	**Rp 361.800.000**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.16

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa Ganti OliSelama 5 Tahun (dalam Rupiah)

Ganti Oli					
Bulan	Tahun				
	2020	2021	2022	2023	2024
Januari	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000	Rp 6.000.000	Rp 8.000.000	Rp 10.000.000
Februari	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000	Rp 6.000.000	Rp 8.000.000	Rp 10.000.000
Maret	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000	Rp 6.000.000	Rp 8.000.000	Rp 10.000.000
April	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000	Rp 6.000.000	Rp 8.000.000	Rp 10.000.000
Mei	Rp 5.000.000	Rp 7.000.000	Rp 9.000.000	Rp 11.000.000	Rp 13.000.000
Juni	Rp 5.000.000	Rp 7.000.000	Rp 9.000.000	Rp 11.000.000	Rp 13.000.000
Juli	Rp 5.000.000	Rp 7.000.000	Rp 9.000.000	Rp 11.000.000	Rp 13.000.000
Agustus	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000	Rp 6.000.000	Rp 8.000.000	Rp 10.000.000
September	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000	Rp 6.000.000	Rp 8.000.000	Rp 10.000.000
Oktober	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000	Rp 6.000.000	Rp 8.000.000	Rp 10.000.000
November	Rp 5.000.000	Rp 7.000.000	Rp 9.000.000	Rp 11.000.000	Rp 13.000.000
Desember	Rp 5.000.000	Rp 7.000.000	Rp 9.000.000	Rp 11.000.000	Rp 13.000.000
Total	**Rp39.000.000**	**Rp 63.000.000**	**Rp 87.000.000**	**Rp 111.000.000**	**Rp 135.000.000**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.17

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.
Dilindungi Undang-Undang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Ramalan Penjualan *Vin's Auto Garage*Jasa Ganti AkiSelama 5 Tahun (dalam Rupiah)

Ganti Aki					
Bulan	Tahun				
	2020	2021	2022	2023	2024
Januari	Rp 1.250.000	Rp 3.750.000	Rp 6.250.000	Rp 8.750.000	Rp 11.250.000
Februari	Rp 1.250.000	Rp 3.750.000	Rp 6.250.000	Rp 8.750.000	Rp 11.250.000
Maret	Rp 1.250.000	Rp 3.750.000	Rp 6.250.000	Rp 8.750.000	Rp 11.250.000
April	Rp 1.250.000	Rp 3.750.000	Rp 6.250.000	Rp 8.750.000	Rp 11.250.000
Mei	Rp 5.000.000	Rp 7.500.000	Rp 10.000.000	Rp 12.500.000	Rp 15.000.000
Juni	Rp 5.000.000	Rp 7.500.000	Rp 10.000.000	Rp 12.500.000	Rp 15.000.000
Juli	Rp 5.000.000	Rp 7.500.000	Rp 10.000.000	Rp 12.500.000	Rp 15.000.000
Agustus	Rp 1.250.000	Rp 3.750.000	Rp 6.250.000	Rp 8.750.000	Rp 11.250.000
September	Rp 1.250.000	Rp 3.750.000	Rp 6.250.000	Rp 8.750.000	Rp 11.250.000
Oktober	Rp 1.250.000	Rp 3.750.000	Rp 6.250.000	Rp 8.750.000	Rp 11.250.000
November	Rp 5.000.000	Rp 7.500.000	Rp 10.000.000	Rp 12.500.000	Rp 15.000.000
Desember	Rp 5.000.000	Rp 7.500.000	Rp 10.000.000	Rp 12.500.000	Rp 15.000.000
Total	**Rp 33.750.000**	**Rp 63.750.000**	**Rp 93.750.000**	**Rp123.750.000**	**Rp153.750.000**

Sumber: *Vin's Auto Garage*

Tabel 4.1 menunjukkan ramalan penjualan dalam satu bulan dalam jumlah unit. Tabel 4.2 sampai dengan Tabel 4.17 menunjukkan ramalan penjualan dalam lima tahun mendatang baik dalam unit maupun rupiah. Penjualan diasumsikan naik setiap bulan Mei sampai dengan Juli dan November sampai Desember disebabkan karena pada bulan ini adalah bulan menjelang Idul Fitri dan liburan akhir tahun.Kenaikan ini diasumsikan naik sebanyak 15 mobil dari bulan sebelumnya dari masing-masing jasa yang diberikan.

C. Target Pasar yang dituju

1. Segmentasi

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2014:215), segmentasi pasar melibatkan pembagian sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku tertentu yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran pemasaran yang terpisah. Segmentasi

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

pasar juga dapat diartikan sebagai pengelompokkan pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang *homogeny*, dimana tiap kelompok dapat dipilih sebagai pasar yang dituju untuk pemasaran suatu produk. Beberapa pembagian segmentasi pasar *Vin's Auto Garage* sebagai berikut

a. Segmentasi Geografi

Membagi pasar menjadi unit-unit geografi yang berbeda, seperti negara, provinsi, kabupaten, kota, wilayah, daerah atau kawasan. Melalui segmentasi ini, pemasar memperoleh kepastian kemana atau dimana produk ini harus dipasarkan. Berdasarkan lokasi *Vin's Auto Garage* yang terletak di kota Jakarta Utara dan pemasaran yang dilakukan secara *online*, maka fokus segmentasi geografisnya adalah masyarakat di seluruh Jakarta terutama Jakarta Utara.

b. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografi adalah membagi pasar berdasarkan variable-variabel sebagai berikut

1) Umur dan tahap daur hidup

Fokus segmentasi *Vin's Auto Garage* adalah umur 17 tahun ke atasyang memang sudah memiliki izin mengemudi otomatis membutuhkan perawatan untuk mobilnya karena mereka menggunakan kendaraan itu.

2) Jenis kelamin

Pangsa pasar *Vin's Auto Garage* berfokus pada semua jenis kelamin.

3) Pendapatan

Pangsa pasar dari *Vin's Auto Garage* ialah masyarakat kalangan menengah ke atas dengan pendapatan Rp 5.000.000 ke atas.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4) Suku, agama, ras, dan kebangsaan

Jasa dari *Vin's Auto Garage* dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat dengan suku, agama, ras, dan kebangsaan apapun karena semua orang berhak untuk memiliki mobil.

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pasar menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Fokus dari segmentasi psikografis *Vin's Auto Garage* adalah masyarakat yang memiliki aktivitas dengan tingkat mobilitas yang tinggi menggunakan mobil dalam aktivitas kesehariannya dan sangat memperhatikan secara detil mengenai perawatan pada mobilnya.

d. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, dana tau reaksinya terhadap suatu produk dan atau jasa. Fokus segmentasi tingkah laku dari *Vin's Auto Garage* adalah masyarakat yang memiliki rasa peduli terhadap kendaraan yang ia miliki.

2. Target Pasar

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2014:224), *targeting* merupakan sebuah proses untuk mengevaluasi setiap daya tarik dari segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen untuk dituju. Dengan menerapkan target pasar, maka perusahaan dapat membidik peluang pasar yang lebih luas dengan menetapkan strategi pemasaran yang tepat.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

Vin's Auto Garage memiliki target pasar seluruh masyarakat Jakarta dengan usia 17 tahun ke atas, dan segala ras, agama, suku dan kebangsaan serta berfokus pada semua jenis kelamin. Masyarakat dari kalangan menengah hingga atas dengan gaya hidup yang mempunyai mobilitas tinggi dengan kendaraan roda empat, serta memiliki sikap peduli terhadap kesehatan kendaraannya menjadi target pasar dari *Vin's Auto Garage*.

D. Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Diferensiasi menurut Kotler dan Keller (2016:393), adalah suatu strategi yang mempertahankan loyalitas pelanggan dengan menggunakan strategi pembedaan produk dari para pesaingnya. Diferensiasi termasuk bentuk, fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, perbaikan, dan gaya.

a. Bentuk

Vin's Auto Garage tidak memiliki bentuk produk karena bisnis dari *Vin's* adalah jasa. Bentuk yang akan dijelaskan di sini adalah bagaimana sekilas penjelasan tentang suasana bengkel *Vin's* mulai dari tempat pengerjaan sampai ruang tunggu. Ruang bengkel yang bersih dan terbuka membuat karyawan ataupun pengunjung tidak merasa sesak berada di sekitar tempat pengerjaan.Ruang tunggu juga didesain nyaman agar pengunjung betah selama menunggu kendaraannya dikerjakan di bengkel *Vin's Auto Garage*.

b. Fitur

Vin's Auto Garage memiliki fitur pengerjaan yang canggih.Semua pengerjaan servis mobil dikerjakan dengan menggunakan komputerisasi mengingat saat ini mobil-mobil keluaran baru mempunyai sistem elektrik yang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

tidak bisa dikerjakan sembarangan.Hal ini menjadi daya tarik utama dari *Vin's* untuk mendapatkan pasar karena otomotif saat ini semua sudah menggunakan komputerisasi untuk men-*tune up* mobilnya.

c. Kualitas Kinerja

Kualitas kinerja sangat mempengaruhi kualitas produk. Sumber daya manusia yang digunakan oleh *Vin's* adalah sumber daya pilihan dan mempunyai pengalaman minimal 3 tahun di bidang otomotif sebagai teknisi. Setiap bulan kinerja para teknisi diuji dan dilatih agar kualitas kinerja tetap terjaga.

d. Kualitas Kesesuaian

Vin's memiliki kualitas yang sebanding dengan apa yang didapat. *Range* harga yang ditetapkan oleh *Vin's* tidak mahal dan tidak murah. Berada di tengah-tengah itulah harga yang ditetapkan oleh *Vin's.Vin's* memiliki *value for money* yang baik untuk pelanggan.

e. Daya Tahan

Daya tahan dari servis yang dilakukan *Vin's* cukup baik karena kualitas pengerjaan *Vin's* dilakukan dengan komputerisasi otomatis. Kerusakan yang terlihat di sistem akan segera diperbaiki oleh teknisi dari *Vin's Auto Garage*.

f. Gaya

Faktor gaya tidak terlalu berpengaruh besar untuk *Vin's* karena bisnis jasa yang digeluti *Vin's* tidak berfokus pada gaya dari masing-masing konsumen. Setiap orang yang datang ke bengkel pasti orang tersebut sudah memiliki rencana untuk memperbaiki atau merawat mobilnya dan tidak perlu adanya gaya. Faktor gaya di sini maksudnya adalah *Vin's* memiliki gengsi bahwa

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

bengkel *Vin's* memiliki teknologi bergengsi sama seperti bengkel resmi pada umumnya.

2. *Positioning*

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2014:232), *positioning* terdiri atas pengaturan terhadap penawaran pasar untuk menempati tempat yang jelas, khas, dan lebih diinginkan dibandingkan dengan produk pesaing dalam benar konsumen. Dengan kata lain, *positioning* adalah penempatan merek produk ke dalam pikiran konsumen. *Vin's Auto Garage* memposisikan diri sebagai "solusi yang tepat untuk mobil anda". Dimana *Vin's* di sini menekankan adalah bengkel terbaik yang ada di Jakarta Utara.

3. Penetapan Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.Lebih luasnya, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap suatu produk atau jasa.Penetapan harga adalah proses yang sangat penting yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang ingin diperoleh oleh perusahaan dari penjualan produk atau jasa yang ditawarkan. Penetapan harga yang terlalu tinggi dapat membuat permintaan di pasar berkurang, namun apabila penetapan harga terlalu rendah dapat membuat keuntungan yang diperoleh semakin berkurang.Berdasarkan webbisnis.com (2017) ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam penetapan harga, yaitu

a. *Cost Oriented Price* (Penetapan harga berdasarkan pendekatan biaya)

Pendekatan ini merupakan cara paling umum yang banyak digunakan oleh perusahaan, dengan berdasar pada biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

dan menambahkan persentasi tertentu sebagai labanya. Ada 3 kelompok dalam melakukan penetapan harga model ini, yakni

1) *Cost Plus Pricing Method* (Metode Penetapan Harga Biaya – Plus)

   Dengan cara, harga jual per unit produk dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba yang ingin didapat. (Rumus: harga jual = biaya total + laba)

2) *Mark-up Pricing* (Metode Penetapan Harga *Mark-up*)

   Dengan cara, hanya menambah laba yang ingin didapat pada harga modal barang, karena tidak ada biaya-biaya produksi.Cara ini banyak dilakukan oleh pedagang perantara. (Rumus: harga jual = harga beli + *Mark-up*)

3) *Target Pricing*

   Penetapan harga yang dilakukan berdasarkan tingkat pengembalian investasi (*return on investment*) yang diinginkan.

b. *Demand-Oriented Pricing* (Penetapan harga berdasarkan pendekatan kebutuham/permintaan)

Metode ini melakukan penentuan harga dengan mempertimbangkan keadaan permintaan, keadaan pasar dan keinginan dari konsumen. Harga akan semakin tinggi apabila permintaan dari konsumen semakin kuat. Begitu juga sebaliknya, apabila permintaan dari konsumen lemah, maka harga yang ditetapkan juga rendah.

c. *Competition Oriented Pricing* (Penetapan harga berdasarkan pendekatan persaingan)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

Metode ini melakukan penetapan harga berdasarkan pada harga yang ditetapkan oleh pesaing, hal ini dilakukan terutama apabila suatu produk bersifat homogen. Beberapa metode penetapan harganya dapat disebutkan sebagai berikut

1) *Perceived value pricing*, yaitu penetapan harga dimana perusahaan berusaha menetapkan harga setingkat dengan rata-rata industri.
2) *Sealed big pricing*, yaitu penetapan harga didasarkan pada tawaran yang diajukan oleh pesaing.

Strategi penetapan harga yang digunakan oleh *Vin's Auto Garage*adalah *competition based pricing* dimana *Vin's Auto Garage*memperhitungkan biaya pokok servis lalu melakukan *mark-up* yang disesuaikan dengan harga pesaing sejenis. Namun harga yang ditetapkan oleh *Vin's Auto Garage* adalah harga yang lebih rendah dibanding pesaing sehingga dapat dijadikan keunggulan atau kelemahan *brand*.

4. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong, distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Distribusi merupaka salah satu faktor yang perlu dipahami dalam sebuah bisnis dimana dalam hal ini distribusi sangat penting untuk mengetahui dan mengatur alur perjalanan sebuah produk untuk dapat sampai ke tangan konsumen sehingga dapat digunakan oleh konsumen. Ada beberapa tipe tingkatan saluran distribusi yaitu

a. *Zero Level Channel*

Tipe distribusi dalam bentuk ini adalah antara produsen dan konsumen akhir tidak terdapat pedagang perantara, penyaluran langsung dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

b. *One Level Channel*

Tipe distribusi ini adalah penjualan melalui satu perantara penjualan seperti pengecer.Pada pasar konsumsi perantaranya merupakan pedagang berskala besar atau grosir, sedangkan pada pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur industri.

c. *Two Level Channel*

Tipe distribusi ini mempunyai dua perantara penjualan, yaitu pedagang besar atau grosir dan sekaligus pengecer, ataupun sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

d. *Three Level Channel*

Saluran distribusi bentuk ini memiliki tiga perantara, yaitu pedagang besar (grosir), pemborong, serta pengecer.

Berdasarkan teori yang dijelaskan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Vin's Auto Garage*menggunakan tingkatan distribusi *zero level channel* karena kegiatan penjualan *Vin's Auto Garage* menjual jasanya langsung kepada konsumen tanpa adanya perantara. Seluruh kegiatan penjualan untuk saat ini hanya dilakukan melalui *offline store*.

5. *People*(Orang)

Pelayanan Jasa sangat bergantung pada sumber daya manusia yang melakukan proses pemberian jasa, karena mereka berkomunikasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan calon konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa akan terbentuk dengan baik ketika pengalaman berinteraksi yang mereka peroleh dengan sumber daya manusia dalam perusahaan tergolong baik.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

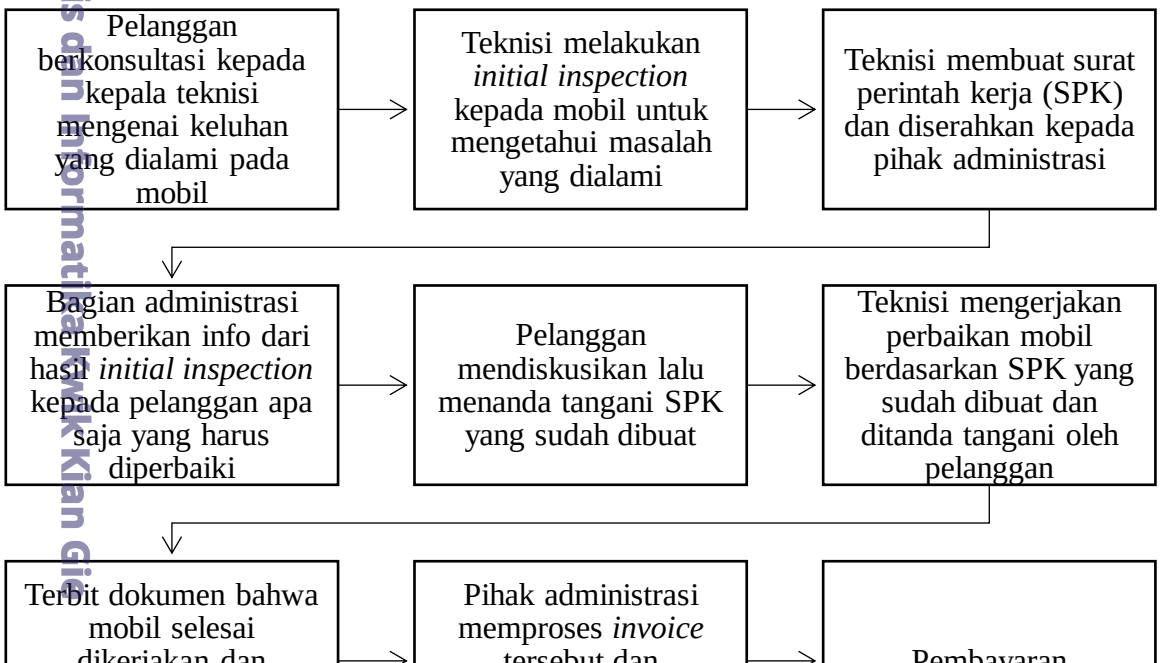
Vin's Auto Garage mempekerjakan sumber daya manusia yang berpendidikan dan baik dalam komunikasi. Minimal pendidikan yang ditamati karyawan *Vin's* adalah sekolah menengah atas (SMA) baik orang yang bekerja di kantor maupun montir/teknisi. Jasa perbengkelan sangat kritis sekali terhadap kualitas teknisi itu sendiri.Teknisi yang digunakan *Vin's* minimal sudah bekerja 2 tahun atau lebih di bidang tersebut agar dapat menjaga kualitas servis yang diberikan kepada pelanggan.

6. *Process* (Proses)

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa. Proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran jasa dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen. Berikut ialah rencana proses atau alur jasa pada *Vin's Auto Garage*yang dapat dilihat pada Gambar 4.3 pada halaman selanjutnya

Gambar 4.3

Proses Alur Jasa *Vin's Auto Garage*



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sumber: *Vin's Auto Garage*

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bentuk bangunan fisik bengkel *Vin's Auto Garage* adalah bangunan besar seperti *showroom* dan layaknya bengkel pada umumnya yang terletak di Bursa Otomotif Sunter, Jakarta Utara.Lokasi ini sangat strategis dan sangat baik karena terletak di dalam komplek otomotif terbaik di Jakarta Utara.Lokasi ini juga sebagai daya Tarik bagi konsumen karena lingkungan Bursa Otomotif Sunter sangat rapi dan bersih serta terawat.

Desain bengkel dan ruang tunggu ditata dan didesain sebaik dan senyaman mungkin seperti pada Gambar 4.1 di atas.Gambar itu adalah contoh referensi untuk *Vin's* membuat desain bengkelnya. Bengkel yang terbuka membuat udara segar dapat masuk ke dalam bengkel agar para pekerja dan konsumen pun merasa tidak sesak ketika berada di ruang pengerjaan mobil.

E. Strategi Promosi

Promosi adalah salah satu faktor terpenting dalam penentu keberhasilan bagi sebuah perusahaan dalam mendapatkan perhatian dari konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.Promosi yang menarik mampu menarik minat dari konsumen dan berdampak positif pada peningkatan penjualan perusahaan.Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut.Berbagai jenis komunikasi

pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi disebut bauran komunikasi pemasaran, yang menurut Kotler dan Armstrong (2014:429) antara lain

1. ***Advertising***

   Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.

2. ***Sales Promotion***

   Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

3. ***Personal Selling***

   Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.

4. ***Public Relation***

   Membangun hubungan yang baik dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan juga menangani isu-isu, rumor, dan acara yang disampaikan melalui media massa.

5. ***Direct Marketing***

   Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, *e-mail*, televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan.

Berikut adalah promosi yang dilakukan oleh *Vin's Auto Garage*

a. Sosial media

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

Salah satu media yang akan digunakan oleh *Vin's Auto Garage* dalam memasarkan bisnisnya adalah media sosial. Media sosial dipilih sebagai media pemasaran yang utama karena biaya promosinya yang murah dan memiliki pengguna yang banyak. Di era globalisasi sekarang, kecanggihan teknologi diimbangi dengan penggunaan internet yang semakin berkembang. Cara yang digunakan dalam pemasarannya adalah *endorsement* ataupun *paid partnership* dengan para *influencer*. Berikut adalah biaya *endorsement Vin's Auto Garage*yang dapat dilihat pada Tabel 4.18

Tabel 4.18

Biaya *EndorsementVin's Auto Garage*

Deskripsi	**Harga/*endorse***	**Jumlah Penayangan/tahun**	**Total/tahun**
Endorsement	Rp 15.000.000	2	Rp 30.000.000

Sumber: *Vin's Auto Garage*

b. *Website*

Metode promosi yang kedua adalah pemasaran melalui *website*. *Vin's Auto Garage* menggunakan metode ini dengan alasan agar konsumen dapat menjangkau jasa yang dijual *Vin's Auto Garage* dengan sangat cepat. Informasi bengkel, visi misi, dan jasa yang dihasilkan dapat dilihat di sana. Perusahaan yang memiliki *domain* tersendiri memiliki kesan bahwa perusahaan ini kompatibel dan terpercaya. Hampir semua perusahaan besar di Indonesia menggunakan *website* untuk keperluannya dalam hal pemasaran. Berikut adalah biaya pembuatan *websiteVin's Auto Garage* yang dapat dilihat pada Tabel 4.19

Tabel 4.19

Biaya Pembuatan *WebsiteVin's Auto Garage*

Deskripsi	**Harga/bulan**	**Total/tahun**
Website	Rp 1.000.000	Rp 12.000.000

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie