



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

Analisis pasar merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk mempelajari berbagai masalah pasar. Analisis pasar menyangkut lokasi pasar, luas pasar, sifat pasar dan karakteristik pasar. Dengan analisis pasar dapat diketahui siapa saja yang membutuhkan produk atau jasa yang ditawarkan, di mana produk atau jasa tersebut dibutuhkan, dan kualitas produk seperti apa yang dibutuhkan para konsumen. Dari sini dapat juga mengetahui seberapa besar permintaan dan potensi permintaan, kapan permintaan tersebut memuncak dan kapan permintaan tersebut menurun dari konsumen.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

A. Produk / Jasa Yang Dihasilkan

Jasa seringkali lebih sulit dipahami serta perbedaannya dengan produk. Hal ini dikarenakan jasa bersifat tidak berwujud seperti barang yang diperjual belikan. Maka itu penulis mencantumkan definisi jasa beserta karakteristiknya dan klasifikasi jasa.



Menurut Kotler dan Lupiyoadi (2014:7) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak”.

Karakteristik jasa adalah suatu sifat dari jasa yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang berfungsi untuk membedakan dengan produk barang. Menurut Kotler dan Amstrong (2016:269), menerangkan empat karakteristik jasa sebagai berikut:

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud karena tidak seperti dengan produk fisik yang dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar sebelum jasa itu sudah selesai diberikan. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut, maka para calon pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu saja. Konsumen mencari bukti kualitas pelayanan jasa berdasarkan enam hal berikut ini:

a. Tempat (*Place*)

Tempat yang mendukung seperti kebersihan yang terjaga, kenyamanan untuk konsumen, dan suasana yang mendukung.

b. Orang (*People*)

Orang yang mampu menangani dan melaksanakan tugas dengan baik, sudah terlatih, cepat dalam menangani masalah dan lain-lain.

c. Peralatan (*Equipment*)

Peralatan penunjang seperti komputer, meja, kursi dan lain sebagainya.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Komunikasi Material (*Communication Material*)

Bukti-bukti serupa teks tertulis dan foto, misalnya kontrak atau hasil jadi dalam foto.

e. Simbol (*Symbol*)

Nama dan simbol pemberi jasa mencerminkan kemampuan dan kelebihanannya dalam melayani konsumen.

f. Harga (*Price*)

Harga yang masuk akal dan dapat pula dipadukan dengan berbagai macam promosi penjualan, seperti bonus, diskon, dan lain-lain.

2. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat non standar dan sangat variabel. Berbeda dengan kualitas produk fisik yang sudah terstandar, kualitas pelayanan jasa bergantung pada siapa penyediannya, kapan, di mana, dan bagaimana jasa itu diberikan. Oleh karena itu, jasa sangat bervariasi dan berbeda satu dengan lainnya.

3. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa umumnya diproduksi dan dikomunikasi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya.

4. Tidak Dapat Disimpan (*Perishability*)

Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh si penerimanya. Karakteristik seperti ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan, dan dipergunakan lain waktu.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jakarta Dance Academy merupakan sebuah usaha yang menawarkan jasa pengajaran di bidang seni tari dengan beragam jenisnya. Berikut daftar jasa yang ditawarkan *Jakarta Dance Academy* kepada konsumen:

1. *Jakarta Dance Academy* menawarkan jasa pengajaran tari balet yang dibagi ke dalam beberapa kelas sesuai dengan usia konsumen. Berikut adalah daftar pengelompokkan kelas tari balet *Jakarta Dance Academy*:

Tabel 4.1
Daftar Kelas Tari Balet

No.	Nama	Keterangan	Harga
1.	Baby	≤ 5 Tahun	Rp 350.000,00
2.	Preschool	≤ 6 Tahun	Rp 400.000,00
3.	Pre Primary	≤ 7 Tahun	Rp 450.000,00
4.	Primary	≤ 8 Tahun	Rp 500.000,00
5.	Grade 1-8	≥ 8 Tahun	Rp 550.000,00-Rp 900.000,00
6.	Intermediate Foundation	≥14 Tahun	Rp 955.000,00
7.	Intermediate	≥15 Tahun	Rp 1.010.000,00
8.	Advance Foundation	≥16 Tahun	Rp 1.065.000,00
9.	Advance 1	≥17 Tahun	Rp 1.120.000,00
10.	Advance 2	≥18 Tahun	Rp 1.175.000,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

2. *Jakarta Dance Academy* menawarkan jasa pengajaran tari jazz yang dibagi ke dalam beberapa kelas sesuai dengan usia konsumen. Berikut adalah daftar pengelompokkan kelas tari jazz *Jakarta Dance Academy*:



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

Daftar Kelas Tari Jazz

No.	Nama	Keterangan	Harga
1.	Jazz Kids	≤ 10 Tahun	Rp 240.000,00
2.	Jazz Kids 1	≥ 10 Tahun	Rp 270.000,00
3.	Jazz Teen	≥ 12 Tahun	Rp 305.000,00
4.	Jazz Teen 1	≥ 17 Tahun	Rp 340.000,00
5.	Jazz Adult	≥ 25 Tahun	Rp 380.000,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

3. *Jakarta Dance Academy* menawarkan jasa pengajaran tari hip-hop yang dibagi ke dalam beberapa kelas sesuai dengan usia konsumen. Berikut adalah daftar pengelompokkan kelas tari hip-hop *Jakarta Dance Academy*:

Tabel 4.3

Daftar Kelas Tari Hip-Hop

No.	Nama	Keterangan	Harga
1.	Baby Hip-Hop	≥ 4 Tahun	Rp 275.000,00
2.	Hip-Hop Kids	≥ 6 Tahun	Rp 305.000,00
3.	Hip-Hop Kids 1	≥ 8 Tahun	Rp 335.000,00
4.	Hip-Hop Teen	≥ 12 Tahun	Rp 370.000,00
5.	Hip-Hop Teen 1	≥ 17 Tahun	Rp 405.000,00
6.	Hip-Hop Adult	≥ 25 Tahun	Rp 445.000,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.



4. *Jakarta Dance Academy* menawarkan jasa pengajaran tari k-pop yang dibagi ke dalam beberapa kelas sesuai dengan usia konsumen. Berikut adalah daftar pengelompokkan kelas tari k-pop *Jakarta Dance Academy*:

Tabel 4.4

Daftar Kelas Tari K-Pop

No.	Nama	Keterangan	Harga
1.	K-Pop Kids	≥ 6 Tahun	Rp 285.000,00
2.	K-Pop Teen	≥ 12 Tahun	Rp 325.000,00
3.	K-Pop Teen 1	≥ 17 Tahun	Rp 365.000,00
4.	K-Pop Adult	≥ 25 Tahun	Rp 410.000,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

5. *Jakarta Dance Academy* menawarkan jasa pengajaran tari kontemporer yang dibagi ke dalam dua kelas sesuai dengan usia konsumen. Berikut adalah daftar pengelompokkan kelas tari kontemporer *Jakarta Dance Academy*:

Tabel 4.5

Daftar Kelas Tari Kontemporer

No.	Nama	Keterangan	Harga
1.	Contemporary 1	≥ 6 Tahun	Rp 300.000,00
2.	Contemporary 2	≥ 17 Tahun	Rp 400.000,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

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.



6. *Jakarta Dance Academy* menawarkan jasa *fitness/body conditioning* yang dibagi ke dalam dua kelas sesuai dengan usia konsumen. Berikut adalah daftar pengelompokan kelas *fitness/body conditioning Jakarta Dance Academy*:

Tabel 4.6

Daftar Kelas *Fitness/Body Conditioning*

No.	Nama	Keterangan	Harga
1.	Fitness/Body Conditioning 1	≥ 6 Tahun	Rp 260.000,00
2.	Fitness/Body Conditioning 2	≥ 17 Tahun	Rp 360.000,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

7. *Jakarta Dance Academy* menawarkan jasa pengajaran yoga yang dibagi ke dalam dua kelas sesuai dengan usia konsumen. Berikut adalah daftar pengelompokan kelas yoga *Jakarta Dance Academy*:

Tabel 4.7

Daftar Kelas Yoga

No.	Nama	Keterangan	Harga
1.	Yoga 1	≥ 17 Tahun	Rp 230.000,00
2.	Yoga 2	≥ 26 Tahun	Rp 330.000,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

8. *Jakarta Dance Academy* menawarkan jasa pengajaran zumba yang dibagi ke dalam dua kelas sesuai dengan usia konsumen. Berikut adalah daftar pengelompokan kelas zumba *Jakarta Dance Academy*:

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 4.8

Daftar Kelas Zumba

No.	Nama	Keterangan	Harga
1.	Zumba 1	≥ 17 Tahun	Rp 210.000,00
2.	Zumba 2	≥ 26 Tahun	Rp 310.000,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

Gambar 4.1

Gambar Jasa *Jakarta Dance Academy*



Sumber: Google.com, diakses 12 Juli 2020.

Selain memiliki jasa pengajaran *Jakarta Dance Academy* juga memiliki logo usaha, yang di mana logo adalah sebuah tanda secara tidak langsung menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan. Logo mampu membantu membedakan suatu

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



produk atau jasa dari kompetitornya, suatu usaha memiliki logo yang berbeda antar satu perusahaan dengan perusahaan lainnya sebagai pembeda identitas diri dalam menjalankan aktivitas bisnis. Berikut adalah gambar logo usaha dari *Jakarta Damce Academy*:

Gambar 4.2

Logo Usaha *Jakarta Damce Academy*



Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

Gambar 4.2 merupakan logo *Jakarta Dance Academy*. Penulis memilih desain kotak yang memiliki arti keamanan dan kesetaraan. Desain kotak juga memiliki arti adanya sebuah harapan (jendela). Penulis memilih warna violet ungu pada bagian *background* dan warna putih pada bagian tulisan. Warna violet ungu memiliki arti perasaan damai dan saling memahami. Sedangkan warna putih memiliki arti kebebasan dan keterbukaan.

© 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.



Dengan logo ini, *Jakarta Dance Academy* diharapkan dapat menjadi tempat kursus seni tari yang berdiri kokoh, aman, dengan adanya kesetaraan serta dapat menjadi sebuah harapan (jendela) bagi konsumen untuk mengembangkan minat bakat. Tidak hanya itu, *Jakarta Dance Academy* juga diharapkan dapat memberikan perasaan damai, kebebasan, keterbukaan serta memahami konsumen dengan sangat baik.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Gambaran Pasar

Permintaan pasar menurut Kotler dan Keller (2016:109), adalah “*Market demand is the marketer’s first step in evaluating marketing opportunities is to estimate total market demand.*” Yang artinya permintaan pasar adalah langkah pertama pemasar dalam mengevaluasi peluang pemasaran adalah memperkirakan total permintaan pasar. Sebelum melakukan peramalan pendapatan selama (5) lima tahun, perlu adanya ramalan pendapatan yang akan diperoleh pada bulan berikutnya hingga (5) lima tahun kedepan. Berikut adalah peramalan penjualan *Jakarta Dance Academy* tahun 2022 sebagai berikut:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.9

Ramalan Penjualan *Jakarta Dance Academy* Dalam (1) Satu Bulan

No.	Jenis Jasa	Minggu				Total Per Bulan
		Minggu-1	Minggu-2	Minggu-3	Minggu-4	
1.	Balet	2	3	2	1	8
2.	Jazz	0	0	0	0	0
3.	Hip-Hop	0	0	0	0	0
4.	K-Pop	2	3	2	2	9
5.	Kontemporer	0	0	0	0	0
6.	Fitness/Body Conditioning	2	3	3	3	11
7.	Yoga	0	0	0	0	0
8.	Zumba	2	3	3	2	10
	Total	8	12	10	8	38

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

Tabel 4.10

Ramalan Penjualan *Jakarta Dance Academy* Tahun 2022

Bulan	Jenis Jasa								Total Per Bulan
	Balet	Jazz	Hip-Hop	K-Pop	Kontemporer	Fitness/Body Conditioning	Yoga	Zumba	
Januari	8	0	0	9	0	11	0	10	38
Februari	17	13	7	19	11	16	11	20	114
Maret	27	24	21	31	18	28	26	32	207
April	40	36	32	44	31	42	38	46	309
Mei	50	45	42	55	40	53	49	57	391
Juni	60	54	53	66	52	64	59	67	475
Juli	72	66	68	79	68	77	72	81	583
Agustus	91	78	86	98	84	94	91	99	721
September	103	90	96	108	96	100	96	110	799
Oktober	119	101	109	123	111	111	107	124	905
November	137	118	128	141	126	128	124	141	1043
Desember	192	133	137	153	138	139	136	152	1180
Total Per Tahun 2022									6.765

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut ini adalah ramalan penjualan *Jakarta Dane Academy* periode tahun

2022-2026:

Tabel 4.11

Ramalan Penjualan *Jakarta Dance Academy* Periode Tahun 2022-2026

Tahun	Jenis Jasa								Total Per Tahun
	Balet	Jazz	Hip-Hop	K-Pop	Kotemporer	Fitness/Body Conditioning	Yoga	Zumba	
2022	916	758	779	926	775	863	809	939	6.765
2023	934	773	795	945	791	880	825	958	6.901
2024	981	812	835	992	831	924	866	1.006	7.247
2025	1.030	853	877	1.042	873	970	909	1.056	7.610
2026	1.133	938	965	1.146	960	1.067	1.000	1.161	8.370

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Berikut ini adalah anggaran penjualan *Jakarta Dance Academy* tahun 2022:

Tabel 4.12

Anggaran Penjualan *Jakarta Dance Academy* Periode Januari – Desember 2022

Bulan	Jenis Jasa								Total
	Balet	Jazz	Hip-Hop	K-Pop	Kontemporer	Fitness/Body Conditioning	Yoga	Zumba	
Januari	Rp 2.800.000,00	Rp 0	Rp 0	Rp 2.565.000,00	Rp 0	Rp 2.860.000,00	Rp 0	Rp 2.100.000,00	Rp 10.325.000,00
Februari	Rp 5.950.000,00	Rp 3.120.000,00	Rp 1.925.000,00	Rp 5.1415.000,00	Rp 3.300.000,00	Rp 4.160.000,00	Rp 2.530.000,00	Rp 4.200.000,00	Rp 30.600.000,00
Maret	Rp 9.450.000,00	Rp 5.760.000,00	Rp 5.775.000,00	Rp 8.835.000,00	Rp 5.400.000,00	Rp 7.280.000,00	Rp 5.980.000,00	Rp 6.720.000,00	Rp 55.200.000,00
April	Rp 14.000.000,00	Rp 8.640.000,00	Rp 8.800.000,00	Rp 12.540.000,00	Rp 9.300.000,00	Rp 10.920.000,00	Rp 8.740.000,00	Rp 9.660.000,00	Rp 82.600.000,00
Mei	Rp 17.500.000,00	Rp 10.800.000,00	Rp 11.550.000,00	Rp 15.675.000,00	Rp 12.000.000,00	Rp 13.780.000,00	Rp 11.270.000,00	Rp 11.970.000,00	Rp 104.545.000,00
Juni	Rp 21.000.000,00	Rp 12.960.000,00	Rp 14.575.000,00	Rp 18.810.000,00	Rp 15.600.000,00	Rp 16.640.000,00	Rp 13.570.000,00	Rp 14.070.000,00	Rp 127.225.000,00
Juli	Rp 25.200.000,00	Rp 15.840.000,00	Rp 18.700.000,00	Rp 22.515.000,00	Rp 20.400.000,00	Rp 20.020.000,00	Rp 16.560.000,00	Rp 17.010.000,00	Rp 156.245.000,00
Agustus	Rp 31.850.000,00	Rp 18.720.000,00	Rp 23.650.000,00	Rp 27.930.000,00	Rp 25.200.000,00	Rp 24.440.000,00	Rp 20.930.000,00	Rp 20.790.000,00	Rp 193.510.000,00
September	Rp 36.050.000,00	Rp 21.600.000,00	Rp 26.400.000,00	Rp 30.780.000,00	Rp 28.800.000,00	Rp 26.000.000,00	Rp 22.080.000,00	Rp 23.100.000,00	Rp 214.810.000,00
Oktober	Rp 41.650.000,00	Rp 24.240.000,00	Rp 29.975.000,00	Rp 35.055.000,00	Rp 33.300.000,00	Rp 28.860.000,00	Rp 24.610.000,00	Rp 26.040.000,00	Rp 243.730.000,00
November	Rp 47.950.000,00	Rp 28.320.000,00	Rp 35.200.000,00	Rp 40.185.000,00	Rp 37.800.000,00	Rp 33.280.000,00	Rp 28.520.000,00	Rp 29.610.000,00	Rp 280.865.000,00
Desember	Rp 67.200.000,00	Rp 31.920.000,00	Rp 37.675.000,00	Rp 43.605.000,00	Rp 41.400.000,00	Rp 36.140.000,00	Rp 31.280.000,00	Rp 31.920.000,00	Rp 321.140.000,00
Total Per Tahun 2022									Rp 1.820.795.000,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan 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



Tabel 4.13

Anggaran Penjualan *Jakarta Dance Academy* Tahun 2022-2026

Tahun	Total
2022	Rp 1.820.795.000,00
2023	Rp 1.894.548.000,00
2024	Rp 2.029.357.422,00
2025	Rp 2.173.364.460,00
2026	Rp 2.438.594.993,00

Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.

Berikut merupakan proyeksi pendapatan *Jakarta Dance Academy* dari tahun 2022 hingga 2026. Penulis mengasumsikan besarnya kenaikan penjualan sebesar 2%-10% dan inflasi sekitar 2%. Selain itu, alasan memilih pertumbuhan sebesar 2%-10% karena masih dalam tahap pertumbuhan dan perkembangan bisnis.

<https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomi-regional/jakarta/Pages/LPP-DKI-Jakarta-Februari-2020.aspx>, diakses 22 Juni 2020.

<https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>, diakses 13 Juli 2020.

Target Pasar yang Dituju

Dalam menentukan target pasar yang dituju, penting sekali melakukan segmentasi pasar agar mampu memilih target pasar yang tepat serta disesuaikan dengan kemampuan dari bisnis tersebut.

© 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.



1. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:222), segmentasi pasar adalah “*Market segmentation is the process of dividing a market into smaller segments of buyers with distinct needs, characteristics, or behaviours that might require separate marketing strategies or mixes*”. (Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar ke segmen pembeli yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda-beda sehingga mungkin dibutuhkan strategi pemasaran atau bauran yang terpisah). Konsumen dapat dikelompokkan berdasarkan geografis, demografis dan psikografis.

a. Segmentasi Geografis

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim, dan pemukiman. Mendirikan usaha harus memperhatikan pangsa pasar yang ada pada lokasi sekitar. Lokasi *Jakarta Dance Academy* berada di Rukan Jl. Pluit Karang Ayu, Jakarta Utara. Lokasi tersebut termasuk daerah yang strategis karena menjadi pusat keramaian penduduk untuk melakukan berbagai aktifitas dari pekerjaan dan kuliner. Pasar yang akan dituju *Jakarta Dance Academy* yakni konsumen yang berada di wilayah Jakarta Utara.

b. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis berarti membagi pasar berdasarkan kelompok-kelompok berdasarkan variabel demografik yaitu:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



(1) Usia

Membagi pasar menjadi kelompok umur dan daur hidup yang berbeda. Fokus segmentasi *Jakarta Dance Academy* menuju pada konsumen yang berada di usia antara rentang 3,5-17 tahun. Kemungkinan orang-orang di luar rentang usia tersebut dapat menjadi konsumen *Jakarta Dance Academy*.

(2) Jenis Kelamin

Membagi pasar menjadi kelompok jenis kelamin pria ataupun wanita. Fokus segmentasinya yaitu pria dan wanita. Namun, *Jakarta Dance Academy* lebih memfokuskan pada pelayanan kaum wanita.

(3) Pendapatan

Membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan tingkat pendapatannya. Fokus segmentasinya yaitu *Jakarta Dance Academy* menargetkan para konsumen dengan tingkat pendapatan kelas menengah ke atas yaitu di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. Fokus dari *Jakarta Dance Academy* adalah mereka yang memiliki gaya hidup modern dengan mengikuti perkembangan zaman dan tren. Untuk status sosial dan kepribadian, *Jakarta Dance Academy* tidak membedakan untuk kedua hal tersebut.

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.



d. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku berarti mengelompokkan pelanggan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, dan atau reaksinya terhadap suatu produk dan atau jasa. Fokus segmentasi dari *Jakarta Dance Academy* adalah melayani permintaan konsumen yang gemar terhadap dunia seni dan mau terus belajar.

e. Target Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:233), “*Target market consist of a set of buyers who share common needs or characteristics that the company decides to serve*”. (Target pasar terdiri dari serangkaian pembeli dengan persamaan kebutuhan dan karakteristik yang perusahaan pilih untuk dilayani). Berikut adalah rincian target pasar *Jakarta Dance Academy*:

(1) Balet

(a) *Baby Ballet*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia 3-4 tahun dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(b) *Preschool*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia 4-5 tahun dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

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.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

(c) *Pre Primary*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 5-6 tahun dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(d) *Primary*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 6-7 tahun dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(e) *Grade*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 7-13 tahun dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(f) *Intermediate Foundation*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 14 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(g) *Intermediate*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia

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

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.

usia 15 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp
8.000.000,00/bulan.

(h) *Advance Foundation*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 16 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 8.000.000,00/bulan.

(i) *Advance 1*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 17 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 8.000.000,00/bulan.

(j) *Advance 2*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 18 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 8.000.000,00/bulan.

(2) *Jazz*

(a) *Jazz Kids*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 6-9 tahun dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

(b) *Jazz Kids 1*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 10 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(c) *Jazz Teen*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 12 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(d) *Jazz Teen 1*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 17 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(e) *Jazz Adult*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 25 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(3) Hip-Hop

(a) *Baby Hip-Hop*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia

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.

usia 3-4 tahun dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(b) *Hip Hop Kids*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia i usia 6 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(c) *Hip Hop Kids 1*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 8 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(d) *Hip Hop Teen*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 12 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(e) *Hip Hop Teen 1*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 17 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

© 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





C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

(f) *Hip Hop Adult*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 25 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(4) K-Pop

(a) *K-Pop Kids*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 6 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(b) *K-Pop Teen*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 12 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(c) *K-Pop Teen 1*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 17 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(d) *K-Pop Adult*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 25 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

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.



(5) Kontemporer

(a) *Contemporary 1*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia 6 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(b) *Contemporary 2*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia 17 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan

(6) *Fitness/Body Conditioning*

(a) *Fitness/Body Conditioning 1*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia 6 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(b) *Fitness/Body Conditioning 2*

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia 17 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

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.



(7) Yoga

(a) Yoga 1

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 17 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(b) Yoga 2

Target *Jakarta Dance Academy* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 26 tahun ke atas dengan pendapatan diatas Rp 5.000.000,00/bulan.

(8) Zumba

(a) Zumba 1

Target *Jakarta Dance Academy* adalah orang tua yang memiliki anak laki-laki dan perempuan yang memiliki usia usia 17 tahun ke atas dengan pendapatan di atas Rp 5.000.000,00/bulan.

(b) Zumba 2

Target *Jakarta Dance Academy* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 26 tahun ke atas dengan pendapatan diatas Rp 5.000.000,00/bulan.

f. Posisi

Setelah melakukan segmentasi dan target, selanjutnya adalah *positioning*. Menurut Kotler dan Amstrong (2016:223), "*Positioning consists of arranging for a market offering to occupy a clear,*

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.



distinctive, and desirable place relative to competing product in the minds of target consumers". (Memposisikan adalah mengatur penawaran pasar menjadi kelompok yang jelas, ciri khas, dan diinginkan guna menetapkan produk dalam benak konsumen).

Jakarta Dance Academy memposisikan diri sebagai kursus seni tari yang akan menghasilkan, menciptakan penari-penari professional dengan standar yang tinggi.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Diferensiasi menurut Kotler dan Amstrong (2016:392), adalah suatu strategi yang mempertahankan loyalitas pelanggan dengan menggunakan strategi perbedaan produk dari para pesaingnya.

Jakarta Dance Academy memperlakukan calon konsumen sebagai suatu aset yang penting atau sering dikenal dengan istilah pelanggan adalah raja. Penulis melakukan pendekatan ini agar terciptanya hubungan yang baik dengan konsumen agar menimbulkan rasa kepercayaan sehingga konsumen bisa merekomendasikan *Jakarta Dance Academy* kepada teman atau kerabatnya. Selain itu, *Jakarta Dance Academy* yang merupakan bisnis jasa maka, penulis akan menciptakan sebuah jasa seni tari yang unik yang salah satunya adalah dengan menciptakan sebuah gerakan-gerakan baru yang belum ditemukan pada pesaing.

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.



2. *Positioning*

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:223), *positioning* adalah penempatan merek produk ke dalam pikiran konsumen. *Jakarta Dance Academy* memiliki *positioning* yaitu menjadi kursus seni tari yang akan menghasilkan, menciptakan anak-anak berprestasi dalam dunia seni tari dengan meraih *go international*.

3. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:324), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk barang atau jasa. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang dikeluarkan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa. Selanjutnya, secara umum ada tiga strategi yang dapat dipergunakan dalam menetapkan harga, yaitu:

a. *Customer value – Based Pricing*

Menetapkan harga berdasarkan pada persepsi pembeli tentang nilai, bukannya pada biaya yang ditanggung oleh penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai harus dapat menawarkan kombinasi yang benar-benar tepat antara kualitas dan layanan yang bagus pada harga yang wajar. Perusahaan bukannya memotong harga untuk menandingi pesaing, tetapi memberikan pelayanan yang bernilai tambah untuk mendiferensiasikan tawaran perusahaan. Strategi ini dibagi menjadi dua:

(1) *Good – Value Pricing*

Strategi ini menawarkan kombinasi kualitas dan pelayanan yang baik pada harga yang wajar.

© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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.

(2) *Value – Added Pricing*

Pada strategi ini, daripada memotong harga agar sama dengan kompetitor, perusahaan memilih untuk menggunakan pendekatan penambahan nilai pada fitur pelayanan untuk membuat diferensiasi pada penawaran mereka yang kemudian akan menaikkan harga dari penawaran tersebut.

b. *Cost – Based Pricing*

Strategi ini meliputi penetapan harga berdasarkan biaya untuk memproduksi, distribusi, dan menjual produk ditambah dengan tingkat pengembalian untuk upaya dan resiko. Penetapan harga berdasarkan biaya, dapat dibagi menjadi dua:

(1) *Cost – Plus Pricing*

Strategi ini dilakukan dengan menaikkan harga dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan ke dalam biaya sebuah produk.

(2) *Break – Even Analysis dan Target Profit Pricing*

Pada strategi ini, perusahaan berusaha untuk menentukan harga di mana akan mencapai titik impas atau membuat target pengembalian yang dicari.

c. *Competition – Based Pricing*

Menetapkan harga berdasarkan harga-harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk ataupun jasa yang sama. Metode ini tidak selalu berarti menetapkan harga yang persis sama dengan pesaing,



namun bisa pula menggunakan harga pesaing sebagai patokan atau pembandingan untuk menetapkan harga jasa perusahaan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Metode penentuan harga yang digunakan *Jakarta Dance Academy* adalah strategi *Good – Value Pricing*, di mana penetapan harga disesuaikan dengan kualitas dan pelayanan baik tetapi bisa didapatkan dengan harga yang wajar.

4. Saluran Distribusi

Distribusi memegang peranan penting dalam menjamin ketersediaan kebutuhan suatu produk, tanpa adanya saluran distribusi produsen akan menjadi sulit untuk memasarkan produknya dan konsumen pun akan kesulitan dalam mendapatkan, menggunakan dan menikmati produk atau jasa mereka.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:367), perusahaan mendesain saluran distribusi untuk membuat produk dan jasa mereka tersedia bagi konsumen dengan cara yang berbeda-beda. Setiap lapisan atau tingkatan dari perantara pemasaran yang berusaha untuk membuat produk dan kepemilikannya lebih dekat dengan pembeli akhir disebut *channel level*. Bisa dilihat dari penjelasan tersebut, maka *channel level* dapat diartikan sebagai saluran distribusi di mana sekumpulan organisasi yang bergantung dan terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Terdapat beberapa tipe *channel level* atau saluran distribusi, yaitu:

a. *Zero Level Channel*

Produsen menjual langsung ke konsumen akhir tanpa perantara.

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 Leven Channel*

Penjualan melalui satu perantara penjualan seperti pengecer. Di dalam pasar konsumsi, perantara ini merupakan pedagang besar atau grosir, sedangkan dalam pasar industri mereka merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

c. *Two Level Channel*

Mempunyai dua perantara penjualan. Di dalam pasar konsumsi, mereka merupakan pedagang besar atau grosir dan sekaligus pengecer, sedangkan dalam pasar industri mereka merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

d. *Three Level Channel*

Penjualan yang mempunyai level tiga perantara, yaitu pedagang besar (grosir), pemborong, dan pengecer.

Saluran distribusi yang digunakan *Jakarta Dance Academy* adalah *Zero Level Channel* karena *Jakarta Dance Academy* melakukan penyaluran jasa langsung kepada calon konsumen tanpa adanya perantara.

5. *People*

People merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang merupakan karyawan dengan *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan *knowledge* (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik diluar. Faktor penting lainnya dalam *people* adalah *attitude* dan *motivation* dari karyawan dalam industri jasa.

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.



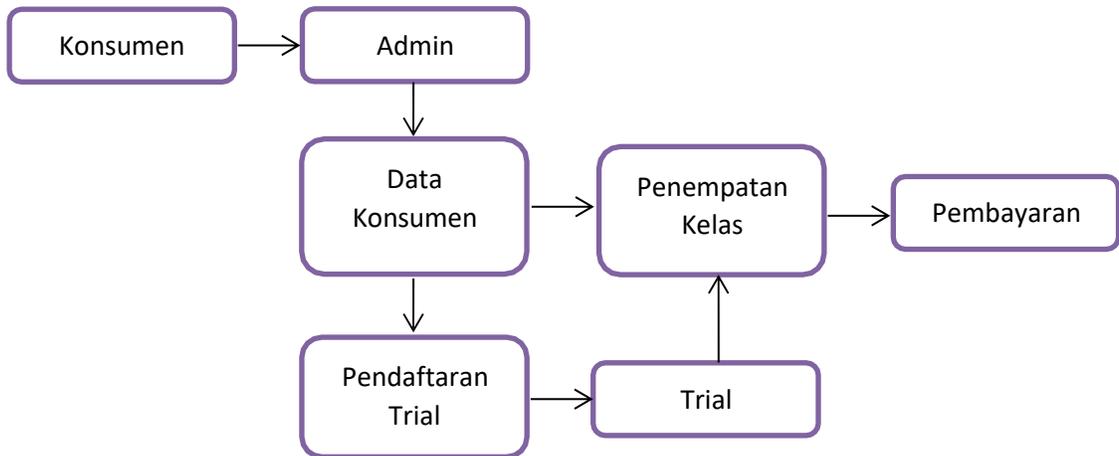
Untuk itu *Jakarta Dance Academy* akan memberikan pendidikan dan pelatihan karyawan untuk meningkatkan kualitas karyawan. Hal ini dilakukan untuk mencapai kepuasan konsumen. Selain itu, karyawan *Jakarta Dance Academy* diharuskan untuk bersikap ramah serta murah senyum ketika menghadapi konsumen, untuk dapat melakukan ketentuan yang telah dibuat perusahaan, tentunya karyawan mendapatkan motivasi berupa tunjangan di hari raya.

6. *Process*

Process adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang atau jasa. Dalam mengerjakan permintaan konsumen, tentu harus suatu bisnis melewati sebuah proses. Berikut merupakan proses operasi jasa *Jakarta Dance Academy*:

Gambar 4.3

Alur Proses Operasi Jasa *Jakarta Dance Academy*



Sumber: *Jakarta Dance Academy*, 2020.



7. *Physical Evidence*

Kantor fisik merupakan karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk *lighting system*, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi suasana hati pengunjung. Bangunan harus dapat menciptakan suasana, pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung.

Jakarta Dance Academy memiliki desain dengan suasana yang tenang dan nyaman, pada bagian dinding akan dipasang beberapa foto dan sertifikat pemilik usaha sehingga konsumen dapat melihat dan memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada tempat kursus ini. *Jakarta Dance Academy* juga menyediakan ruang tunggu untuk para orangtua yang akan menunggu anaknya yang mengikuti kursus dengan menyediakan fasilitas wifi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor yang penting dalam bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong (2016:447), yang dimaksud dengan promosi adalah segala macam aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menarik dan memberikan pengaruh kepada konsumen untuk melakukan pembelian produk. Kegiatan promosi yang baik dan tepat dilakukan oleh perusahaan akan membantu perusahaan dalam peningkatan penjualannya.

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.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:447), ada lima alat promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan, yaitu:

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 strategi.

2. *Sales Promotion*

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat-tempat khusus untuk 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 ditunjukkan untuk menciptakan penjualan dalam 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 juga mengenai isu-isu, rumor, dan *event* 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, email, televisi, radio, dan alat penghubung *non-personal* lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen.



Karena promosi memiliki peran yang penting untuk sebuah perusahaan, khususnya perusahaan yang baru berdiri maka *Jakarta Dance Academy* berencana untuk melakukan kegiatan promosi yang sebagai berikut:

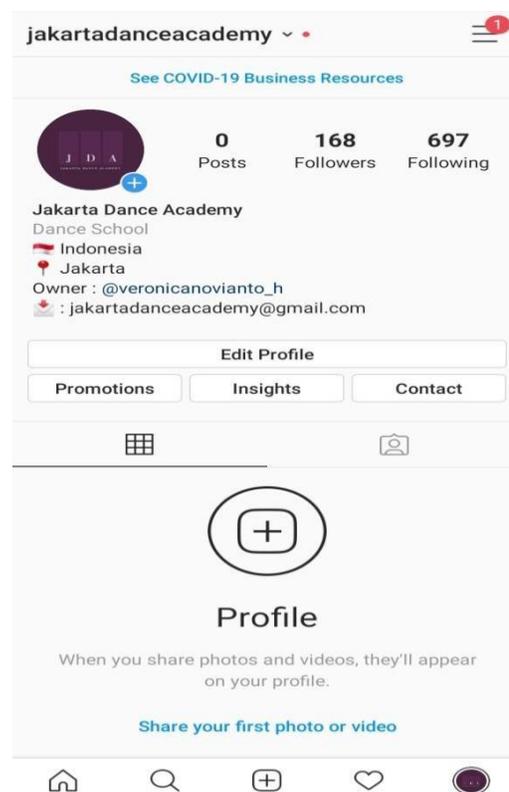
1. *Advertising* Melalui Media Sosial

Penulis menggunakan sarana media sosial seperti Instagram dan Facebook. Melihat tingkat penggunaan media sosial yang sangat tinggi oleh masyarakat Jakarta membuat penulis yakin bahwa media sosial ialah sarana promosi yang paling efektif dan efisien. Dengan facebook, para pengguna media sosial dapat melihat profil *Jakarta Dance Academy*. Dengan Instagram, pengguna media sosial dapat melihat informasi dan aktivitas *Jakarta Dance Academy*.

Penulis akan lebih mengutamakan Instagram sebagai alat daya tarik masyarakat. Melalui Instagram, *Jakarta Dance Academy* akan banyak mengunggah informasi dan juga kegiatan yang telah dilakukan.

Gambar 4.4

Sosial Media *Jakarta Dance Academy*



2. Website

Jakarta Dance Academy akan membuat sebuah situs online berbasis *website* yang dapat diakses melalui internet. Tujuan dari situs ini ialah untuk mempermudah masyarakat mengenal lebih dalam mengenai *Jakarta Dance Academy* serta penawaran jasa yang tersedia. Informasi yang dikemukakan situs ini cukup lengkap mencakup profil perusahaan, profil pemilik perusahaan, profil pengajar, menu jasa, hingga halaman kritik dan saran konsumen.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



3. Pemasaran Langsung

Jakarta Dance Academy akan melakukan pemasaran melalui *show* yang akan diadakan di tempat umum. Disitu *Jakarta Dance Academy* dapat menampilkan anak didik yang telah bergabung dengan *Jakarta Dance Academy* dan dapat mempromosikan detail mengenai jasa yang ditawarkan. *Jakarta Dance Academy* juga akan menyediakan stand khusus untuk konsumen yang tertarik untuk menanyakan atau konsumen yang ingin mendaftar.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin, 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.