



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Produk yang di Hasilkan

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 want or need”. Produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, diklasifikasikan berdasarkan ketahanan dari barang, berwujud dan tidak berwujud, dan kegunaannya.

##### 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 kegunaannya, 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) Convenience goods: barang-barang yang sering digunakan oleh konsumen. Seperti sabun, koran, 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.



Dari klasifikasi jenis-jenis barang diatas, bahwa *Home Design* Arsir termasuk

ke dalam *Services* (Jasa) karena produk yang dijual adalah mendesain . Sedangkan klasifikasi berdasarkan kegunaannya termasuk dalam shopping goods karena usaha *Home Design* Arsir ini berhubungan dengan *furniture*.

Produk yang ditawarkan oleh *Home Design* Arsir ialah berbagai macam desain interior rumah, apartement, *café & resto*, hotel, perkantoran, dan *outlet*. Juga kami mengeluarkan produk RAB (Rancangan Anggaran Bangunan) untuk rumah, *café & resto*.

Gambar 4.1

#### Logo *Home Design* Arsir



Sumber : Arsir

Logo adalah sebuah tanda yang secara tidak langsung menjual, juga memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Suatu usaha memiliki logo yang berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya sebagai pembeda identitas diri dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 4.1** Merupakan Logo *Home Design* Arsir. Penulis menggunakan

Logo tulisan *simple* yang berkarakter disertai oleh penambahan guratan arsiran kuas yang melambangkan sebuah goretan karya yang akan diciptakan juga bentuknya yang zig-zag melambangkan sebuah kebebasan dan ada sebuah bentuk pesan tersembunyi yang bermakna dari bentuk tulisan A & R yang menyerupai garis panah ke atas dimana diharapkan dalam usahanya ini menciptakan peningkatan perkembangan kedepannya . A & R selain membentuk arah panah ke atas juga membentuk atap rumah yang mencirikan lini kerja yang dianut. Kata Arsir itu sendiri gabungan dari kata Arsitektur dan Interior. Penulis menggunakan warna putih dikarenakan warna putih adalah warna yang melambangkan kebebasan dan keterbukaan. Dari semua unsur yang telah ada ini harapan kami adalah *Home Design* Arsir dapat menjadi teman dari setiap pelanggannya dalam mengekspresikan kebebasan dan keterbukaan dalam hidupnya yang terus bertumbuh.

## B. Gambaran Pasar

Ketika membuka usaha baru, setiap pebisnis akan mengawali dengan pembuatan rencana dan ramalan penjualan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar jumlah penjualan setiap bulannya. Sehubungan dengan rencana dan ramalan penjualan bisnis, penulis telah merencanakan ramalan penjualan *Home Design* Arsir selama satu tahun sebagai berikut, dihalaman selanjutnya :

**Tabel 4.1**  
**Harga Jual Produk *Home Design* Arsir**

Produk	Harga Jual
Desain Interior Hunian	Rp 129.000/m <sup>2</sup>
Desain Interior Hunian All in	Rp 2.399.000/m <sup>2</sup>
Desain Interior Café / Resto All in	Rp 3.899.000/m <sup>2</sup>
RAB kategori III, Rp 200 jt - Rp 2 miliar	6.48% dari total anggaran

Sumber : *Home Design* Arsir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**Tabel 4.2**  
**Ramalan & Anggaran Penjualan *Home Design Arsir* Bulan Januari 2021**

Produk	Type	Jumlah	Harga Satuan	Total Penjualan
Desain Interior Hunian	120	0	15.480.000	0
	65	1	8.385.000	8.385.000
Desain Interior Hunian All in	120	0	287.880.000	0
	65	1	155.935.000	311.870.000
Desain Interior Café / Resto All in	180	0	701.820.000	0
	240	0	935.760.000	0
RAB kategori III, Rp 200 jt - Rp 2 miliar	120	0	64.800.000	0
	65	0	32.400.000	0
<b>Total</b>				<b>164,320,000</b>

Sumber : *Home Design Arsir*

**Tabel 4.3**  
**Anggaran Penjualan *Home Design Arsir* selama Tahun 2021**

Bulan	Jumlah (Bulan)
Januari	164.320.000
Februari	164.320.000
Maret	179.800.000
April	467.680.000
Mei	179.800.000
Juni	260.080.000
Juli	327.225.000
Agustus	1.411.825.000
September	476.065.000
Oktober	729.200.000
November	1.223.240.000
Desember	1.223.240.000
<b>Total</b>	<b>6.806.795.000</b>

Sumber : *Home Design Arsir*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**Tabel 4.4**  
**Anggaran Penjualan *Home Design Arsir* selama 5 Tahun**  
**(dalam Rupiah)**

Bulan	Tahun			
	2022	2023	2024	2025
Januari	328.640.000	361.504.000	397.654.400	437.419.840
Februari	599.750.000	659.725.000	725.697.500	798.267.250
Maret	599.750.000	659.725.000	725.697.500	798.267.250
April	1.390.235.000	1.529.258.500	1.682.184.350	1.850.402.785
Mei	320.255.000	352.280.500	387.508.550	426.259.405
Juni	452.200.000	497.420.000	547.162.000	601.878.200
Juli	608.135.000	668.948.500	735.843.350	809.427.685
Agustus	1.476.625.000	1.624.287.500	1.786.716.250	1.965.387.875
September	623.615.000	685.976.500	754.574.150	830.031.565
Oktober	1.333.820.000	1.467.202.000	1.613.922.200	1.775.314.420
November	1.091.295.000	1.200.424.500	1.320.466.950	1.452.513.645
Desember	976.295.000	1.073.924.500	1.181.316.950	1.299.448.645
<b>Total</b>	<b>9.800.615.000</b>	<b>10.780.676.500</b>	<b>11.858.744.150</b>	<b>13.044.618.565</b>

Sumber : *Home Design Arsir*

**C 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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Untuk tahun 2021 di 5 bulan pertama penulis hanya memiliki target yang kecil karena dirasa masih berlangsungnya kelesuan perekonomian Indonesia. Pada tahun 2022 penulis menaikkan target di 5 bulan pertama karena diramalkan perekonomian sudah kembali beranjak naik, lalu di tahun-tahun selanjutnya diramalkan kenaikan 10% setiap tahunnya.

**C Target Pasar Yang Dituju**

Menurut Terence A. Shimp, dan J. Craig Andrews (2013:117) “Segmen pasar adalah sekelompok pelanggan yang memiliki seperangkat kebutuhan dan keinginan serupa”. Segmen pasar juga dapat mengarahkan dan memudahkan sebuah perusahaan untuk menetapkan komunikasi pemasaran.

Segmentasi pasar (*market segmentation*) mencakup pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau



perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran tersendiri.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:215), segmen pasar konsumen dikelompokkan berdasarkan geografis, demografis, psikografis, dan segmentasi tingkah laku.

a. Segmentasi Geografis

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Mendirikan usaha harus memperhatikan pangsa pasar yang ada pada lokasi sekitar. Lokasi Home Design Arsir berada di Jalan Salim Batu Bara, Kupang Teba, Kec. Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung. Dimana lokasi tersebut dipinggir jalan raya dan di lokasi tersebut banyak dilalui kendaraan karena lokasi tersebut strategis.

b. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografi berarti membagi pasar berdasarkan variabel - variabel demografik yaitu umur dan tahap daur hidup. Konsumen adalah pria dan wanita, orang dewasa yang memiliki rumah mewah ataupun ingin membangun rumah, *café/resto* dan berada di kalangan ekonomi ke atas dan memiliki gaya hidup yang modern.

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. Saat ini masyarakat cenderung hidup dengan status sosial yang tinggi dan tidak mau kalah dengan yang lain, gaya hidup yang tinggi dan menginginkan hasil terbaik dengan proses yang mudah menjadi sebuah peluang bisnis yang baik



bagi para desain interior. Dimana kami dapat memberikan hasil yang memuaskan seperti yang diinginkan dan juga hasil kerja yang cepat. Melihat dari faktor – faktor tersebut membuat peluang usaha yang dapat dimanfaatkan oleh *Home Design* Arsir.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## D. Strategi Pemasaran

### 1. Diferensiasi

menganggap pelanggan sebagai teman. Ketika mereka merasa nyaman dan puas dengan *Home Design* Arsir, mereka biasanya cenderung lebih rileks untuk memberi tahu lebih banyak apa harapan dan keinginan mereka. *Home Design* Arsir memiliki pendekatan yang berbeda untuk setiap pelanggan, karena masing-masing pelanggan dan jenis desain yang diinginkan memiliki karakter yang berbeda.

Selain itu sehubungan dengan *Home Design* Arsir yang merupakan rumah desain interior dan bangunan maka. *Home Design* Arsir berusaha membuat diferensiasi dalam hal kualitas produk yang terbaik dan memuaskan serta lebih mendalami karakter masing-masing pelanggan agar dapat mempresentasikan keinginan pelanggan secara visual terlebih dahulu sebelum menghasilkan produknya.

### 2. Positioning

Setelah melakukan segmentasi dan target, selanjutnya adalah *positioning*. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:232), *positioning* adalah penempatan merek produk ke dalam pikiran konsumen. *Home Design* Arsir memposisikan

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.



diri sebagai *Home Design* dengan harga yang relatif terjangkau dan dengan kualitas yang baik sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

3. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:313), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk produk atau jasa. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang diperoleh konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa.

Penentuan harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut dari penjualan produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:313) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk atau jasa, yaitu:

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value – based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan nilai maksudnya adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan yang menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran kompetitif yang berbeda-beda.

Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu:

a. Penetapan harga dengan nilai yang baik

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.

b. Penetapan harga dengan nilai tambah

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



Melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

## 2. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost – Based Pricing*)

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko. Terdapat dua pendekatan yaitu *cost plus pricing* dengan menambah *markup standard* untuk biaya produk.

Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan *markup*, berikut adalah rumus untuk menentukan harga:

- a)  $\text{Biaya Unit} = \text{Biaya Variabel} + (\text{Biaya Tetap} / \text{Jumlah Penjualan})$
- b)  $\text{Harga Mark-Up} = \text{Biaya Unit} / (1 - \text{Laba Penjualan yang Diinginkan})$

## 3. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition – Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan

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



kualitas produk atau jasa dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan. Persepsi pelanggan terhadap nilai – nilai dari produk menjadi batas atas dari harga, batas bawahnya adalah biaya produksi.

Dari teori yang sudah dijelaskan diatas *Home Design* Arsir menggunakan metode penetapan harga berdasarkan pesaing. Metode ini dipilih *Home Design* Arsir agar dapat bersaing di pasar dan menandingi kompetitornya.

#### 4. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:365), 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 merupakan 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:

##### 1. *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. Contohnya dengan penjualan dari pintu ke pintu, arisan, pesanan surat, pemasaran melalui

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.



telepon, penjualan lewat televisi, penjualan lewat internet, dan toko milik produsen.

### 2. *Two 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.

### 3. *Three Level Channel*

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

Dari teori diatas *Home Design Arsir* menggunakan saluran distribusi *Zero Level channel*, karena produk yang dijual oleh *Home Design Arsir* langsung kepada konsumen akhir tanpa perantara apapun.

**Gambar 4.2**

#### **Saluran Distribusi *Home Design Arsir***



Sumber: *Home Design Arsir*

## **E Strategi Promosi**

Promosi merupakan salah satu faktor dalam penentu keberhasilan bagi sebuah perusahaan untuk mencuri perhatian para konsumen terhadap produk atau



jasa. Promosi yang menarik, dilakukan dengan baik, dan sangat komunikatif dengan konsumen akan dapat meningkatkan penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:77), 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. Periklanan (*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. Penjualan perseorangan (*personal selling*)

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

3. Promosi penjualan (*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.

4. Hubungan masyarakat (*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. Pemasaran langsung (*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.

Di dalam upaya melakukan promosi, terdapat berbagai macam cara yang dapat dilakukan, berikut adalah promosi yang dilakukan oleh *Home Design Arsir* :

### a. Sosial Media

Pada zaman serba teknologi ini, sosial media adalah media promosi yang cocok digunakan karena sebagian besar masyarakat menggunakan *gadget* dan internet. Dengan menggunakan *gadget* dan internet masyarakat dapat mencari informasi sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan. Media sosial yang digunakan oleh *Home Design Arsir* adalah Instagram dan Facebook. Kelebihan menggunakan media sosial ini adalah tidak ada biaya sama sekali untuk memiliki aplikasi tersebut. Instagram dan Facebook dapat diunduh melalui *Play Store* ataupun *App Store*

### b. *Influencer*

Cara kedua adalah menggunakan *influencer* sebagai media promosi *Home Design Arsir*. *Influencer* sendiri memiliki arti individu yang berpengaruh, maksudnya adalah *Home Design Arsir* menggunakan jasa dari individu tersebut karena individu tersebut memiliki jumlah pengikut yang sangat banyak sehingga memudahkan penyebaran tentang *Home Design Arsir*.

## © 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 4.5**

**Biaya Promosi Melalui *Influencer***

Deskripsi	Harga/Bulan	Harga/Tahun
Endorsement	Rp 1.500.000	Rp 18.000.000

Sumber : *Home Design* Arsir.

c. Diskon

*Home Design* Arsir memberikan diskon untuk promo pembukaan *Home Design* Arsir pada tujuh bulan awal pembukaan dengan memberikan diskon 30% disetiap pembelian Desain Interior Hunian dan RAB kategori III, dengan persyaratan mengunggah foto produk dan video testimony produk yang dipesan dan *tag* Instagram atau Facebook *Home Design* Arsir.

**Tabel 4.6**

**Biaya Diskon *Home Design* Arsir.**

Deskripsi	Diskon	Harga
Desain Interior Hunian	30%	50.116.500
RAB kategori III	30%	19.440.000
Total		69.556.500

Sumber : *Home Design* Arsir.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



**Tabel 4.7**

**Harga Satuan Sebelum dan Sesudah Diskon.**

Deskripsi	Harga Satuan Sebelum Diskon	Harga Satuan Setelah Diskon
Desain Interior Hunian	15.480.000	10.836.000
	8.385.000	5.869.500
RAB kategori III	64.800.000	45.360.000
	32.400.000	22.680.000

Sumber : Tabel 4.2.

Biaya diskon 30% diperoleh dari jumlah penjualan *Home Design* Arsir selama 7 bulan pertama sebesar  $Rp\ 167.055.000 \times 30\% = Rp\ 50.116.500$  dari produk Desain Interior Hunian dan  $Rp\ 64.800.000 \times 30\% = Rp\ 19.440.000$  dari produk RAB Kategori III.

© 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.