



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



Hak Cipta Ditundungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Jasa Yang Dihasilkan

Menurut Kotler dan Keller (2009b:6) jasa (*services*) adalah produk yang tak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi, dan dapat musnah. Perusahaan EO APP merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa EO dan para pegiat bisnis lainnya di bidang yang sama. Perusahaan EO APP juga dapat dikatakan sebagai sebuah *perusahaan e-commerce* untuk bidang EO dan juga pegiat usaha di bidang lainnya yang masih berkaitan, seperti halnya jasa *photography*, jasa *makeup*, dan masih banyak yang lainnya. Untuk cara pemesanannya sendiri, konsumen perlu untuk mendownload aplikasinya terlebih dahulu atau bisa juga dengan cara mengunjungi *web* perusahaan. Segala macam proses administrasi antar konsumen dengan perusahaan, hanya dapat dilakukan di *web* dan juga aplikasi.

Perusahaan ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat mencari sebuah EO dan pegiat bisnis lainnya yang sesuai dengan apa yang di inginkan dan juga memberikan rasa nyaman dan aman ketika ingin memilih salah satu EO dan pegiat lainnya. Perusahaan ini berfokus terhadap kualitas dari masing-masing pegiat usaha yang telah bekerjasama karena hal ini merupakan kunci kesuksesan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan akan menseleksi setiap pegiat usaha yang akan melakukan kerjasama. Hal ini dilakukan karena untuk memberikan sebuah keyakinan kepada para konsumen, dan memberikan rasa aman kepada konsumen. Perusahaan EO APP juga memiliki standar tersendiri karena agar setiap pegiat usaha memiliki standar yang sama. Bahkan apabila ada pegiat usaha yang memiliki standar yang berbeda, maka pihak kami akan memberikan sebuah pengarahan dan pelatihan agar memiliki standar yang sama.

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.



Sistem yang dibuat oleh perusahaan untuk para pegiat usaha sebagai berikut. Apabila sebuah EO atau pegiat usaha lainnya ingin kerjasama pihak perusahaan EO APP, maka pihak EO atau pegiat usaha lainnya dapat mendaftar melalui *web*, aplikasi, atau bisa datang langsung ke kantor perusahaan. Setelah melakukan pendaftaran dengan mengisi formulir, maka dari pihak perusahaan akan datang langsung ke kantor EO atau pegiat usaha lainnya, untuk mengecek mengenai standar yang ada di EO atau pegiat usaha tersebut. Pengecekan tersebut dapat berlangsung selama 1 sampai 2 hari karena dari pihak perusahaan akan mengecek dengan detail dari mulai perizinan, tim atau *crew*, kantor, vendor-vendor yang telah bekerjasama, hasil *review* dari konsumen dan masih banyak lainnya lagi. Setelah selesai melakukan pengecekan, maka pihak perusahaan akan membuat sebuah laporan untuk mendiskusikan dengan beberapa pihak dan juga pimpinan. Ketika hasil diskusi tersebut menghasilkan persetujuan maka, pihak perusahaan akan memberikan sebuah surat kontrak dengan pihak EO atau pegiat usaha lainnya yang ingin bekerjasama melalui email seperti tanda verifikasi. Hal ini bertujuan agar pihak pegiat usaha dapat mengakses dengan leluasa aplikasi tersebut.

Perusahaan EO APP menyediakan berbagai fitur didalam aplikasinya, dengan menyesuaikan apa yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini dapat mempermudah konsumen untuk memilih apa yang dibutuhkan, sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Aplikasi EO APP juga memiliki pilihan paket yang sudah disediakan.

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 akan penulis sajikan fitur yang tersedia didalam aplikasi yang akan di sediakan

Perusahaan EO APP untuk konsumen pada **Gambar 4.1** , **Gambar 4.2** , **Gambar 4.3** , **Gambar 4.4** , **Gambar 4.5** , **Gambar 4.6** , dan **Gambar 4.7**.

Gambar 4.1

Fitur Pengenalan yang ada Di Aplikasi untuk Konsumen

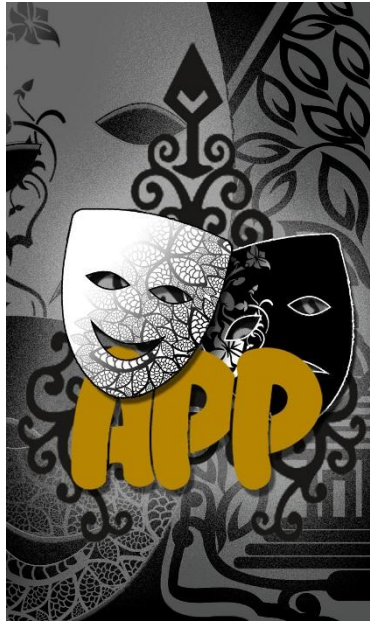


Sumber : EO APP (Akasa Party Planner)

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 4.2

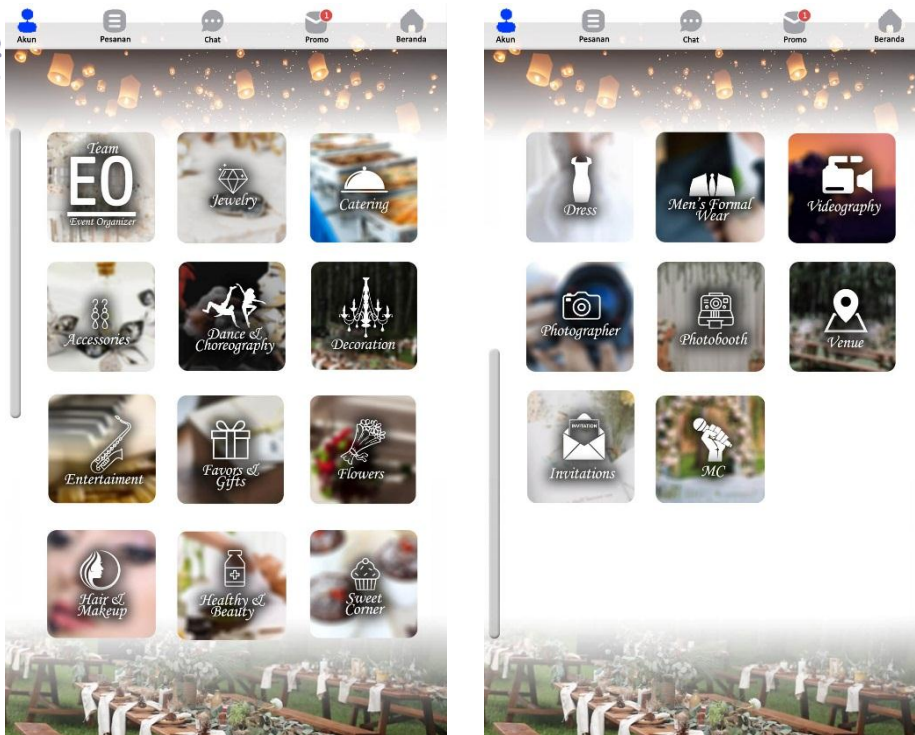
Tampilan Awal yang Muncul Di Aplikasi untuk Konsumen



Sumber : EO APP (Akasa Party Planner)

Gambar 4.3

Fitur Menu Pilihan yang ada Di Aplikasi untuk Konsumen



Sumber : EO APP (Akasa Party Planner)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

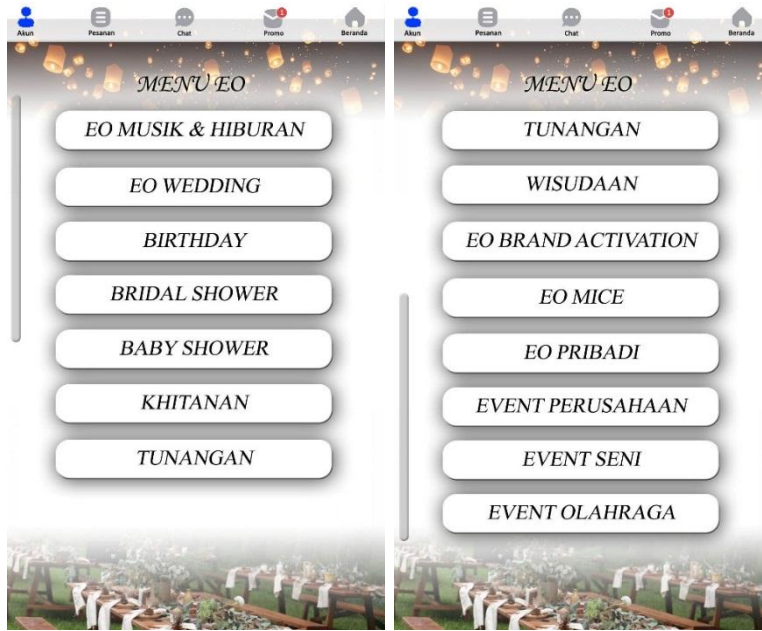
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Gambar 4.4

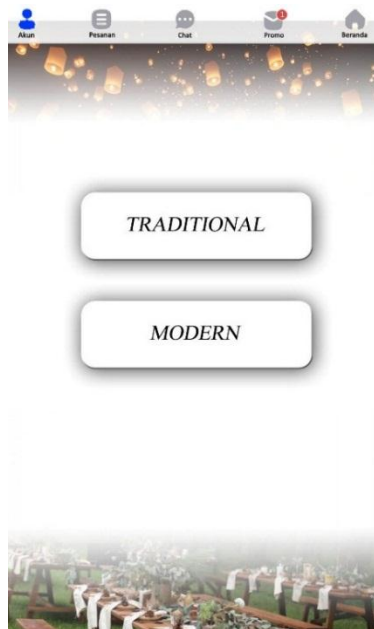
Fitur Menu Ketika Memilih EO



Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

Gambar 4.5

Fitur Pilihan Tradisional atau Modern



Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

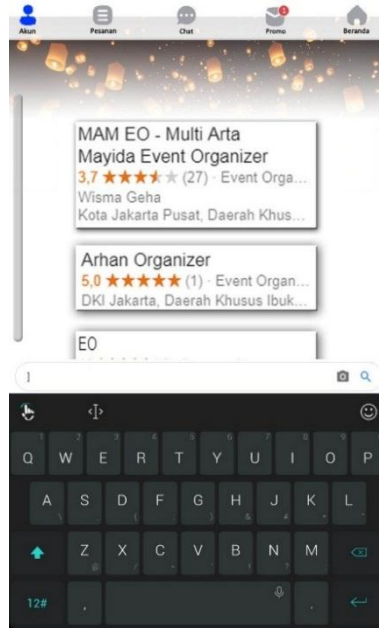
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Gambar 4.6

Fitur Pilihan Para Pegiat Bisnis yang Telah Bekerja Sama, Contohnya Di EO



Sumber : EO APP (Akasa Party Planner)

Gambar 4.7

Fitur Penjadwalan yang ada Di Aplikasi



Sumber : EO APP (Akasa Party Planner)

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.

Gambar 4.8

Perbedaan Logo Aplikasi untuk Konsumen dan Vendor



Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

Gambar 4.1 , Gambar 4.2 , Gambar 4.3 , Gambar 4.4 , Gambar 4.5 , Gambar 4.6 , Gambar 4.7 dan Gambar 4.8 merupakan gambaran beberapa fitur yang tersedia di aplikasi untuk konsumen. Aplikasi untuk konsumen sendiri masih memiliki banyak fitur lainnya lagi seperti contohnya fitur chat dengan vendor, total pengeluaran, dan masih banyak lagi.

© 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.

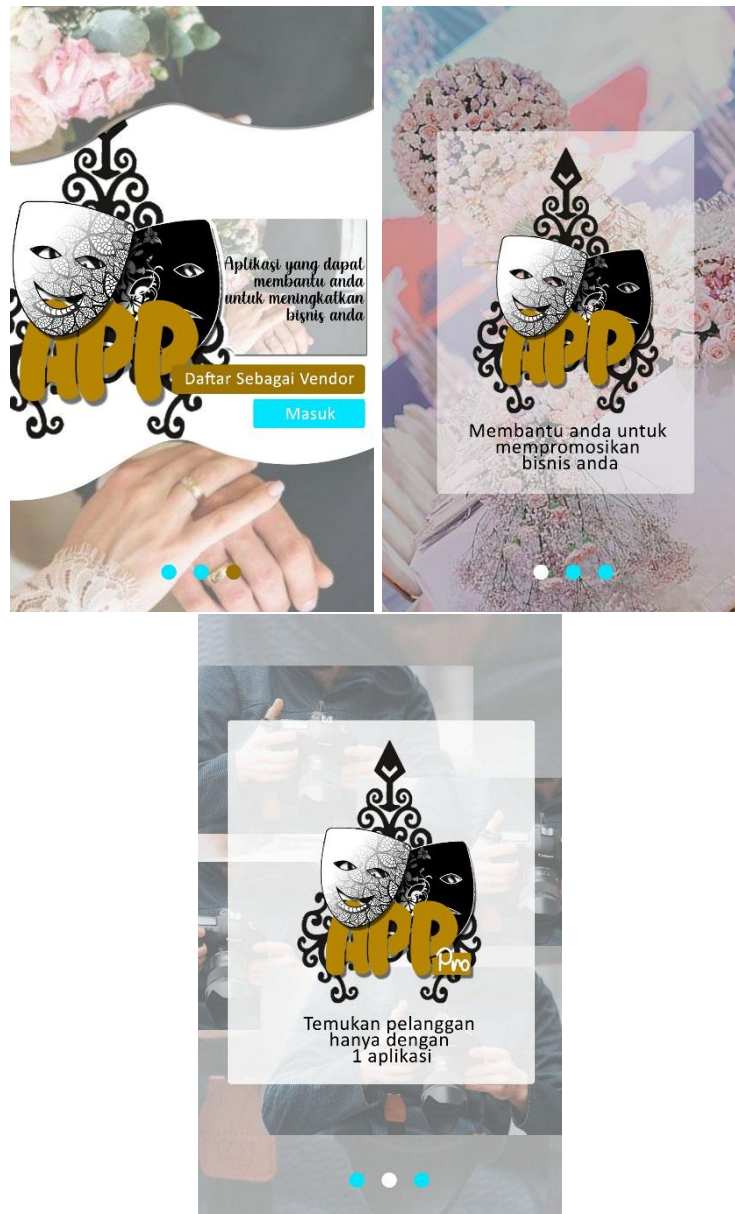


Berikut akan penulis sajikan fitur yang tersedia didalam aplikasi yang akan di sediakan

Perusahaan EO APP untuk para pegiat usaha atau para vendor pada **Gambar 4.9, Gambar 4.10, Gambar 4.11, Gambar 4.12, Gambar 4.13, Gambar 4.14 dan Gambar 4.15.**

Gambar 4.9

Fitur Pengenalan yang ada Di Aplikasi untuk Vendor



Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

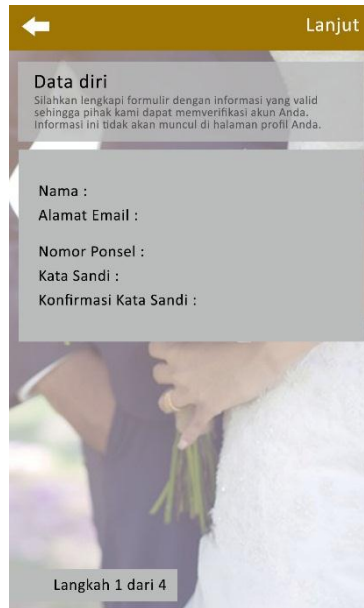
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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.

Gambar 4.10

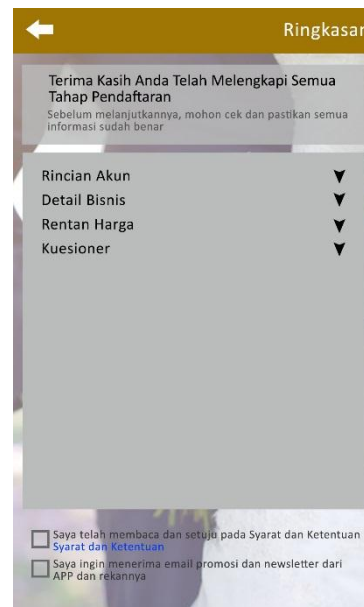
Fitur Formulir / Pengisian Data Diri



Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

Gambar 4.11

Fitur Rincian Formulir Untuk Di Cek



Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

Gambar 4.12
Fitur Menu Utama



Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

Gambar 4.13
Fitur Untuk Edit Profil, Edit Harga dan Edit Info Paket



Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

© 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.

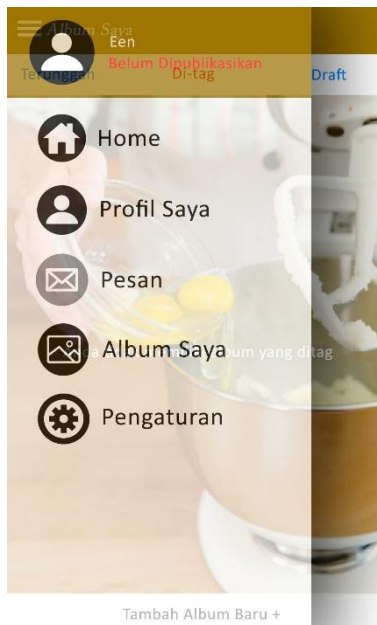
Gambar 4.14
Fitur Untuk Album Foto



Tambah Album Baru +

Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

Gambar 4.15
Fitur Pilihan yang ada Di Menu



Tambah Album Baru +

Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

© 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. Logo Usaha

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Setiap perusahaan pasti mempunyai logo, baik dalam bentuk gambar atau bahkan dalam bentuk tulisan dan juga bisa mengkombinasi semuanya antara gambar dan juga sebuah tulisan. Logo merupakan suatu gambar atau sekadar sketsa dengan arti tertentu. Logo dapat mewakili suatu arti dari sebuah perusahaan. Sebuah lembaga atau perusahaan membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo bukan merupakan sebuah gambar atau tulisan asal buat saja tetapi, logo selalu memiliki makna yang terkandung di dalamnya. Logo juga dapat berfungsi sebagai tanda komunikasi tidak langsung kepada pelanggan maupun masyarakat luas.

Gambar 4.16
Logo EO APP



Sumber : EO APP (*Akasa Party Planner*)

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.



Arti dari logo EO APP (*Akasa Party Planner*) adalah berasal dari kata AKASA yang memiliki arti langit dari bahasa sangsakarta. Arti langit tersebut dapat di filosofikan bahwa perusahaan APP ini dapat menyentuh langit atau menggapai langit. AKASA juga dapat diartikan bahwa perusahaan APP ini memiliki keinginan untuk menggapai puncak kejayaan dan menjadikan perusahaan ini sebagai panutan untuk perusahaan lain. Intinya perusahaan ini ingin menjadi perusahaan nomor satu di Indonesia.

Sedangkan untuk warna memiliki arti sebuah keindahan dan kemewahan, karena di perusahaan ini yang penulis inginkan adalah mencipkan sebuah keindahan dan kemewahan dalam sebuah pesta atau acara yang akan diselenggarakan.

B. Gambaran Pasar

Pada bagian gambaran pasar, penulis akan menyajikan proyeksi penjualan perusahaan selama 5 tahun ke depan. Menurut Jay Heizer dan Barry Render (2017:115), peramalan permintaan (*demand forecasts*) adalah proyeksi-proyeksi terhadap penjualan perusahaan untuk masing-masing periode waktu dalam horizon perencanaan. Proyeksi penjualan atau ramalan penjualan ini sangat berguna bagi perusahaan EO APP untuk mengetahui estimasi jumlah penjualan yang didapatkan. Sehingga dengan adanya estimasi penjualan tersebut, pemilik perusahaan dapat mengetahui strategi mana yang harus dipilih. Menurut Kotler dan Keller (2009a:125), peramalan penjualan perusahaan (*company sales forecast*) adalah tingkat penjualan perusahaan yang diharapkan berdasarkan rencana pemasaran terpilih dan lingkungan pemasaran yang diasumsikan. Oleh sebab itu pemilik dapat meningkatkan performa perusahaan dengan menentukan strategi yang tepat bagi keberlangsungan bisnisnya tersebut. Berikut tabel-tabel proyeksi penjualan dari perusahaan EO APP selama 5 tahun kedepan :

Tabel 4.1

Ramalan Penjualan Per Unit Dalam 1 Bulan (Untuk EO)

Jenis Jasa	Pilihan Harga										Total
	5 Juta	7 Juta	10 Juta	15 Juta	20 Juta	40 Juta	60 Juta	80 Juta	100 Juta	150 Juta	
Musik & Hiburan	-	1	-	1	1	-	-	1	-	1	5
Wedding	-	-	-	-	-	-	1	-	1	1	3
Birthday	1	-	1	-	1	-	-	1	-	-	4
Bridal Shower	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	3
Baby Shower	-	1	-	1	1	-	-	-	-	-	3
Tunangan	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	3
Khitanan	-	-	-	-	-	1	-	1	1	-	3
Wisudaan	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Brand Activation	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Mice (Meeting, Incentive Travel, Convention, and Exhibition)	-	-	-	-	-	-	2	-	1	-	3
Pribadi	-	-	1	-	1	-	1	-	-	-	3
Event Perusahaan	-	-	1	-	1	-	-	2	-	-	4
Event Seni	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	2
Event Olahraga	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Total	2	3	5	3	6	2	5	8	3	2	39

Sumber: EO APP (Akasa Party Planner)

Keterangan: Untuk harga merupakan hasil asumsi. Hal ini dikarenakan untuk harga sendiri ditentukan oleh pihak pegiat usaha atau EO, jadi tidak ditentukan oleh perusahaan.

1. Dilarang menyalin atau 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 Penjualan Per Unit Dalam 1 Bulan (Untuk Pegiat Usaha Lain)

Jenis Jasa	Pilihan Harga										Total
	300 Ribu	500 Ribu	700 Ribu	1 Juta	2 Juta	5 Juta	7 Juta	10 Juta	15 Juta	20 Juta	
Jewelry	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-	4
Flowers	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	3
Catering	-	1	1	-	1	-	1	-	-	-	4
Venue	-	-	-	1	-	1	-	-	1	-	3
Videography	-	-	1	-	1	1	-	-	-	-	3
Sweet Corner	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	3
Photography	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	2
Photo Booth	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	2
Entertainment	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	3
Hair & Makeup	-	-	1	1	-	-	1	-	1	-	4
Health & Beauty	-	1	-	-	-	1	-	1	-	1	4
Invitations	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	3
MC	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	2
Dance & Choreography	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2
Accessories	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Decoration	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-	3
Favors & Gift	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2
Total	3	5	7	8	6	6	4	2	6	1	48

Sumber: EO APP (Akasa Party Planner)

Keterangan: Untuk harga merupakan hasil asumsi. Hal ini dikarenakan untuk harga sendiri ditentukan oleh pihak pegiat usaha atau EO, jadi tidak ditentukan oleh perusahaan.

Tabel 4.3

Ramalan Penjualan Per Unit Dalam 1 Tahun

Jenis Jasa	Harga	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Total
Event Organizer	Rp5.000.000	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	32
	Rp7.000.000	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	48
	Rp10.000.000	5	5	6	6	6	6	7	7	7	8	8	9	80
Event Organizer	Rp15.000.000	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	48
	Rp20.000.000	6	6	7	7	7	8	8	8	9	9	10	10	96
	Rp40.000.000	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	32
Event Organizer	Rp60.000.000	5	5	6	6	6	6	7	7	7	8	8	9	80
	Rp80.000.000	8	8	9	9	10	10	11	11	12	12	13	14	127
	Rp100.000.000	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	48
Event Organizer	Rp150.000.000	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	32
	Rp300.000	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	48
	Rp500.000	5	5	6	6	6	6	7	7	7	8	8	9	80
Pegiat Usaha Lainnya	Rp700.000	7	7	8	8	9	9	9	10	10	11	11	12	111
	Rp1.000.000	8	8	9	9	10	10	11	11	12	12	13	14	127
	Rp2.000.000	6	6	7	7	7	8	8	8	9	9	10	10	96
Pegiat Usaha Lainnya	Rp5.000.000	6	6	7	7	7	8	8	8	9	9	10	10	96
	Rp7.000.000	4	4	4	5	5	5	5	6	6	6	7	7	64
	Rp10.000.000	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	32
Pegiat Usaha Lainnya	Rp15.000.000	6	6	7	7	7	8	8	8	9	9	10	10	96
	Rp20.000.000	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	16
TOTAL		87	91	96	101	106	111	117	122	129	135	142	149	1385

Sumber: EO APP (Akasa Party Planner)

Pada Tabel 4.3 menampilkan proyeksi unit yang terjual untuk 1 tahun. Pada setiap bulannya ada kenaikan, dengan asumsi 5% untuk kenaikannya. Hal ini terjadi karena semakin dikenalnya oleh masyarakat luas dan juga semakin dikenal oleh banyak pegiat usahanya.



Tabel 4.4

Ramalan Anggaran Pendapatan untuk Para Pegiat Usaha Dalam 1 Tahun (Dalam Jutaan Rupiah)

Jenis Jasa	Harga	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Total
Event Organizer	5,0	10,0	10,5	11,0	11,6	12,2	12,8	13,4	14,1	14,8	15,5	16,3	17,1	159,2
	7,0	21,0	22,1	23,2	24,3	25,5	26,8	28,1	29,5	31,0	32,6	34,2	35,9	334,3
	10,0	50,0	52,5	55,1	57,9	60,8	63,8	67,0	70,4	73,9	77,6	81,4	85,5	795,9
	15,0	45,0	47,3	49,6	52,1	54,7	57,4	60,3	63,3	66,5	69,8	73,3	77,0	716,3
	20,0	120,0	126,0	132,3	138,9	145,9	153,2	160,8	168,9	177,3	186,2	195,5	205,2	1.910,1
	40,0	80,0	84,0	88,2	92,6	97,2	102,1	107,2	112,6	118,2	124,1	130,3	136,8	1.273,4
	60,0	300,0	315,0	330,8	347,3	364,7	382,9	402,0	422,1	443,2	465,4	488,7	513,1	4.775,1
	80,0	640,0	672,0	705,6	740,9	777,9	816,8	857,7	900,5	945,6	992,9	1.042,5	1.094,6	10.187,0
	100,0	300,0	315,0	330,8	347,3	364,7	382,9	402,0	422,1	443,2	465,4	488,7	513,1	4.775,1
150,0	300,0	315,0	330,8	347,3	364,7	382,9	402,0	422,1	443,2	465,4	488,7	513,1	4.775,1	
Pegiat Usaha Lainnya	0,3	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,5	1,5	14,3
	0,5	2,5	2,6	2,8	2,9	3,0	3,2	3,4	3,5	3,7	3,9	4,1	4,3	39,8
	0,7	4,9	5,1	5,4	5,7	6,0	6,3	6,6	6,9	7,2	7,6	8,0	8,4	78,0
	1,0	8,0	8,4	8,8	9,3	9,7	10,2	10,7	11,3	11,8	12,4	13,0	13,7	127,3
	2,0	12,0	12,6	13,2	13,9	14,6	15,3	16,1	16,9	17,7	18,6	19,5	20,5	191,0
	5,0	30,0	31,5	33,1	34,7	36,5	38,3	40,2	42,2	44,3	46,5	48,9	51,3	477,5
	7,0	28,0	29,4	30,9	32,4	34,0	35,7	37,5	39,4	41,4	43,4	45,6	47,9	445,7
	10,0	20,0	21,0	22,1	23,2	24,3	25,5	26,8	28,1	29,5	31,0	32,6	34,2	318,3
	15,0	90,0	94,5	99,2	104,2	109,4	114,9	120,6	126,6	133,0	139,6	146,6	153,9	1.432,5
20,0	20,0	21,0	22,1	23,2	24,3	25,5	26,8	28,1	29,5	31,0	32,6	34,2	318,3	
Total		2.082,3	2.186,4	2.295,7	2.410,5	2.531,0	2.657,6	2.790,5	2.930,0	3.076,5	3.230,3	3.391,8	3.561,4	33.144,2

Sumber: EO APP (Akasa Party Planner)

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.
 tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.5

Ramalan Anggaran Pendapatan yang Didapatkan EO APP Dalam 1 Tahun (Dalam Jutaan Rupiah)

Jenis Jasa	Harga	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Total
Hak Cipta Dan Organisasi Event Organizer (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	0,50	1,00	1,05	1,10	1,16	1,22	1,28	1,34	1,41	1,48	1,55	1,63	1,71	15,92
	0,70	2,10	2,21	2,32	2,43	2,55	2,68	2,81	2,95	3,10	3,26	3,42	3,59	33,43
	1,00	5,00	5,25	5,51	5,79	6,08	6,38	6,70	7,04	7,39	7,76	8,14	8,55	79,59
	1,50	4,50	4,73	4,96	5,21	5,47	5,74	6,03	6,33	6,65	6,98	7,33	7,70	71,63
	2,00	12,00	12,60	13,23	13,89	14,59	15,32	16,08	16,89	17,73	18,62	19,55	20,52	191,01
	4,00	8,00	8,40	8,82	9,26	9,72	10,21	10,72	11,26	11,82	12,41	13,03	13,68	127,34
	6,00	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47	38,29	40,20	42,21	44,32	46,54	48,87	51,31	477,51
	8,00	64,00	67,20	70,56	74,09	77,79	81,68	85,77	90,05	94,56	99,29	104,25	109,46	1.018,70
	10,00	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47	38,29	40,20	42,21	44,32	46,54	48,87	51,31	477,51
15,00	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47	38,29	40,20	42,21	44,32	46,54	48,87	51,31	477,51	
Pejabat Usaha Lainnya (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	0,03	0,09	0,09	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12	0,13	0,13	0,14	0,15	0,15	1,43
	0,05	0,25	0,26	0,28	0,29	0,30	0,32	0,34	0,35	0,37	0,39	0,41	0,43	3,98
	0,07	0,49	0,51	0,54	0,57	0,60	0,63	0,66	0,69	0,72	0,76	0,80	0,84	7,80
	0,10	0,80	0,84	0,88	0,93	0,97	1,02	1,07	1,13	1,18	1,24	1,30	1,37	12,73
	0,20	1,20	1,26	1,32	1,39	1,46	1,53	1,61	1,69	1,77	1,86	1,95	2,05	19,10
	0,50	3,00	3,15	3,31	3,47	3,65	3,83	4,02	4,22	4,43	4,65	4,89	5,13	47,75
	0,70	2,80	2,94	3,09	3,24	3,40	3,57	3,75	3,94	4,14	4,34	4,56	4,79	44,57
	1,00	2,00	2,10	2,21	2,32	2,43	2,55	2,68	2,81	2,95	3,10	3,26	3,42	31,83
	1,50	9,00	9,45	9,92	10,42	10,94	11,49	12,06	12,66	13,30	13,96	14,66	15,39	143,25
2,00	2,00	2,10	2,21	2,32	2,43	2,55	2,68	2,81	2,95	3,10	3,26	3,42	31,83	
Total		208,2	218,6	229,6	241,1	253,1	265,8	279,0	293,0	307,7	323,0	339,2	356,1	3.314,4

Sumber: EO APP (Akasa Party Planner)

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 4.6

Keuntungan yang Diambil oleh Perusahaan APP (Dalam Rupiah)

Jenis Jasa	Untuk Pegiat Usaha	Keuntungan Untuk APP
	Harga	Harga
Event Organizer	5.000.000	500.000
	7.000.000	700.000
	10.000.000	1.000.000
	15.000.000	1.500.000
	20.000.000	2.000.000
	40.000.000	4.000.000
	60.000.000	6.000.000
	80.000.000	8.000.000
	100.000.000	10.000.000
Pegiat Usaha Lainnya	150.000.000	15.000.000
	300.000	30.000
	500.000	50.000
	700.000	70.000
	1.000.000	100.000
	2.000.000	200.000
	5.000.000	500.000
	7.000.000	700.000
	10.000.000	1.000.000
15.000.000	1.500.000	
20.000.000	2.000.000	

Sumber: EO APP (*Akasa Party Planner*)

Tabel 4.6 diatas merupakan asumsi pengambilan keuntungan yang diambil oleh EO APP. Perusahaan EO APP akan mengambil keuntungan sebesar 10% bagi setiap pegiat usaha yang telah melakukan kerjasama dengan pihak perusahaan.

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 4.7

Ramalan Anggaran Penjualan EO APP Dalam 5 Tahun (Dalam Rupiah)

Ramalan Anggaran Penjualan	
2022	33.144.232.554
2023	40.104.521.390
2024	48.526.470.882
2025	58.717.029.767
2026	71.047.606.018

Sumber: Tabel 4.4

Tabel 4.8

Ramalan Anggaran Keuntungan EO APP Dalam 5 Tahun (Dalam Rupiah)

Ramalan Anggaran Laba Kotor	
2022	3.314.423.255
2023	4.010.452.139
2024	4.852.647.088
2025	5.871.702.977
2026	7.104.760.602

Sumber: Tabel 4.5

Pada **Tabel 4.7** dan **Tabel 4.8** menampilkan ramalan atau proyeksi penjualan dan keuntungan bagi perusahaan EO APP selama 5 tahun kedepan. Besarnya kenaikan diasumsikan sebesar 10% mulai dari tahun 2022 sampai 2026. Hal ini dikarenakan melihat gaya hidup masyarakat Indonesia, yang mulai mengikuti budaya barat serta banyaknya masyarakat yang tidak ingin pusing dalam mengurus sebuah acara. Penulis yakin bahwa penjualan akan meningkat hingga 10% setiap tahunnya.

C. Target Pasar Yang Dituju

Menurut David dan David (2019:250), segmentasi pasar dapat didefinisikan sebagai pembagian pasar ke dalam kelompok konsumen tergantung dari kebutuhan dan kebiasaan membelinya. Segmentasi pasar merupakan suatu hal yang penting sebagai seorang pelaku bisnis. Apabila seorang pelaku bisnis telah menentukan suatu segmentasi pasar maka,

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

seorang pelaku bisnis dapat mengetahui pasar potensial yang harus dituju. Hal ini sangatlah berguna bagi perusahaan karena perusahaan dapat tetap fokus terhadap pasar yang dituju.

Menurut Kottler dan Armstrong (2018:50), Konsumen dapat dikelompokkan dan disajikan dalam berbagai cara berdasarkan geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Berikut adalah pembagian dari segmentasi pasar:

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi ini merupakan sebuah segmentasi yang didasarkan pada pembagian beberapa geografi seperti, negara, pulau, provinsi, kota, iklim, dan bahkan pemukiman. Daerah yang dianggap potensial dan menguntungkan menurut perusahaan EO APP berada di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Makassar, dan masih banyak lagi daerah yang memiliki potensi menguntungkan. Daerah-daerah yang dituju oleh pihak perusahaan untuk sementara ini merupakan sebuah kota-kota besar yang ada di Indonesia ini. Bahkan untuk selanjutnya pihak perusahaan menargetkan seluruh daerah yang ada di Indonesia ini. Hal ini disebabkan karena masyarakat Indonesia selalu memperhatikan dan mengikuti suatu trend terkini yang sedang digemari oleh banyak kalangan. Bahkan untuk kota-kota besar yang ada di Indonesia sendiri memiliki gaya hidup yang selalu mengikuti perkembangan zaman.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis merupakan sebuah segmentasi yang membagi pasar berdasarkan beberapa variabel seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan. Pada kelompok usia, target pasar yang dituju oleh EO APP adalah kelompok remaja berumur 15 tahun hingga dewasa usia 64 tahun dengan penghasilan minimum Rp 3.000.000. Untuk kelompok jenis kelamin, perusahaan aplikasi EO APP berfokus pada perempuan. Jenis kelamin perempuan merupakan fokus utama karena biasanya





perempuan memiliki gaya hidup yang lebih mengikuti zaman, hal ini karena sebagian perempuan selalu memperhatikan sosial media terutama mengenai gaya hidup para artis, selebgram dan juga youtuber. Menurut Kotler dan Keller (2009a:175), gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis merupakan sebuah pembagian pasar menjadi sebuah kelompok yang berdasarkan dari kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Perusahaan EO APP menargetkan atau memiliki fokus terhadap konsumen dengan kelas menengah ke atas dan memiliki gaya hidup kekinian atau modern.

4. Segmentasi Tingkah Laku atau Perilaku

Segmentasi tingkah laku merupakan pengelompokan yang berdasarkan dari pengetahuan, sikap, penggunaan atau respon terhadap sebuah produk dan jasa. Banyak pemasaran meyakini bahwa segmentasi perilaku adalah titik awal terbaik untuk membangun segmen pasar. Oleh sebab itu pada segmentasi perilaku ini, EO APP akan menargetkan para konsumen yang memang paham mengenai dunia digital dan juga para konsumen yang menginginkan sebuah kepraktisan dalam penyelenggaraan sebuah acara atau event.

D. Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009a:42), rencana pemasaran strategis (*strategic marketing plan*) menjelaskan pasar sasaran dan proposisi nilai yang akan ditawarkan perusahaan, berdasarkan pada analisis peluang pasar terbaik. Berikut adalah strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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. Diferensiasi

Setiap pelaku usaha, ketika akan membuat sebuah usaha diharuskan memiliki suatu ciri khas atau perbedaan. Menurut Kotler dan Keller (2009a:56), strategi diferensiasi merupakan strategi bisnis yang berkonsentrasi pada kinerja unggul yang dicapai dengan cara yang unik. Hal ini sangat diperlukan dalam bisnis, agar produk atau jasa yang akan ditawarkan memiliki keunikannya dan daya tarik tersendiri. Ketika produk atau jasa yang ditawarkan memiliki perbedaan maka, konsumen dapat dengan mudah untuk memilih produk atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Ketika diferensiasi tersebut telah tepat sasaran, maka perusahaan dapat dengan mudah menguasai pasar.

Menurut Kotler dan Keller (2009b:12), diferensiasi jasa adalah ketika jasa tidak memiliki produk fisik maka tidak mudah untuk didiferensiasikan, kunci keberhasilan kompetitif jasa mungkin terletak pada penambahan layanan yang bernilai dan meningkatkan kualitas. Oleh sebab itu diferensiasi yang terdapat pada perusahaan EO adalah dengan menciptakannya sebuah aplikasi, yang dimana aplikasi ini dapat mendukung para pegiat usaha untuk meningkatkan penjualan. Perusahaan juga akan membantu para pegiat usaha untuk meningkatkan kualitas dari produk atau jasa yang diberikan. Oleh karena itu aplikasi ini akan sangat membantu para pegiat usaha untuk meningkatkan penghasilannya. Pihak perusahaan juga akan selalu memperhatikan kebutuhan konsumen, dengan memberikan sebuah kemudahan dan kenyamanan dalam memilih EO atau pegiat usaha lainnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan memiliki tujuan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat, ketika masyarakat akan memilih EO atau pegiat usaha lainnya.

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 Armstrong (2018:51), *Positioning* merupakan sebuah cara untuk mengatur produk agar dapat menempati tempat yang jelas, khas, dan mendapatkan tempat yang relatif diinginkan oleh produk pesaing di benak konsumen sasaran. Sedangkan pada perusahaan aplikasi EO APP memiliki positioning sebagai perusahaan aplikasi *e-commerce* yang menjadi perantara penghubung antara EO atau pegiat usaha lain dengan konsumen, maka konsumen dapat dengan mudah untuk mencari pegiat usaha yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Konsumen tidak akan kesulitan lagi untuk mencari pegiat usaha yang cocok, dikarenakan tujuan perusahaan adalah memberikan kemudahan bagi konsumen dan para pegiat usaha.

3. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:284), harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, yang ditukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat memiliki nilai yang didapatkan dari hasil tukar tersebut atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:285), Terdapat tiga metode dalam menetapkan harga :

a. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai Pelanggan (*Customer Value – Based Pricing*)

Konsep ini merupakan sebuah konsep yang dimana penetapan harga yang dilakukan adalah atas dasar persepsi konsumen terhadap nilai produk. Dalam strategi ini, seorang pelaku bisnis melakukan penetapan harga dengan cara yang sesuai atau tepat antara kualitas produk atau jasa yang diberikan dengan harga yang ditetapkan. Sehingga konsumen akan tertarik karena produk atau jasa yang ditawarkan memiliki nilai yang lebih atau sesuai dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen.



Oleh sebab itu pelaku bisnis atau perusahaan harus menentukan harga yang masuk akal, sehingga sesuai dengan kualitas dan juga layanan yang diberikan. Dengan adanya hal tersebut perusahaan tidak perlu lagi mengurangi harga untuk menandingi pesaing, melainkan dengan cara memberikan pelayanan yang sebagai nilai tambah dari perusahaan untuk mendiferensiasikan sebuah produk atau jasa. Strategi ini terbagi menjadi dua:

(1) *Good – Value Pricing*

Pada strategi ini menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan pelayanan yang baik dengan harga yang wajar.

(2) *Value – Added Pricing*

Pada strategi ini, perusahaan akan menawarkan suatu nilai tambah pada fitur dan layanan untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi.

b. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost - Based Pricing*)

Metode penetapan harga berdasarkan biaya merupakan sebuah metode yang paling sederhana. Hal ini disebabkan karena metode penetapan harga berdasarkan biaya merupakan sebuah metode yang melibatkan penetapan harga berdasarkan dari biaya memproduksi, biaya distribusi, dan menjual produk yang ditambah dengan tingkat pengembalian untuk usaha atau upaya dan resiko. Pada strategi penetapan harga berdasarkan biaya, terbagi menjadi dua strategi yaitu:

(1) *Cost – Plus Pricing*

Strategi ini merupakan sebuah strategi yang paling sederhana karena dalam strategi ini, pelaku usaha melakukan markup atau menaikkan harga

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



untuk menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan ke dalam sebuah produk.

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

Strategi *Break – Even Analysis dan Target Profit Pricing* merupakan strategi penetapan harga yang berguna untuk mencapai titik impas pada biaya pembuatan dan juga pemasaran. Dapat dikatakan juga *Break – Even Analysis dan Target Profit Pricing* merupakan strategi penetapan harga untuk menghasilkan tingkat pengembalian yang sudah ditargetkan atau direncanakan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. **Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition - Based Pricing*)**

Penetapan harga berbasis pesaing merupakan sebuah strategi yang dilakukan dengan melibatkan penetapan harga berdasarkan strategi pesaing, biaya, harga, dan penawaran pasar. Sehingga konsumen akan mencari penawaran produk berdasarkan nilai yang ditawarkan. Untuk menjalankan metode ini pelaku bisnis tidak selalu harus menetapkan harga yang persis sama dengan pesaing, tetapi pelaku bisnis dapat menggunakan harga pesaing sebagai patokan atau pembanding dalam penetapan harga.

Metode penentuan harga yang akan digunakan oleh perusahaan EO APP adalah penetapan harga berdasarkan *Value – Added Pricing*, dimana perusahaan akan menetapkan harga yang disesuaikan dengan kualitas dari penawaran yang akan diberikan perusahaan EO APP kepada calon konsumen. Perusahaan juga akan memberikan suatu nilai tambah yang berbeda dari pesaing lain. Harga yang akan ditetapkan oleh perusahaan EO APP cenderung lebih mahal jika dibandingkan dengan para pesaing, tetapi pihak perusahaan memiliki sebuah fitur dan layanan yang berbeda dibandingkan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pesaing. Bahkan perusahaan akan lebih mempermudah masyarakat untuk mencari segala sesuatu yang diinginkan. Sehingga calon pelanggan akan merasa harga yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas yang ada.

4. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:335), saluran pemasaran (atau saluran distribusi) merupakan satu set organisasi yang saling bergantung untuk membantu membuat produk atau jasa sehingga siap untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Distribusi merupakan salah satu faktor perlu dimengerti dan dipahami dalam menjalankan sebuah bisnis, dimana dalam hal ini distribusi sangat berperan penting dalam mengetahui dan mengatur sebuah alur perjalanan hasil bisnis dari perusahaan ke pihak konsumen. Sehingga hasil yang telah diproduksi oleh perusahaan dapat digunakan dan bermanfaat bagi konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:337), terdapat 3 tipe *channel level* atau saluran distribusi, yaitu:

a. *Direct Marketing Channel*

Saluran distribusi ini merupakan saluran distribusi yang tidak memiliki tingkat perantara, atau dapat dikatakan bahwa perusahaan langsung berhubungan dengan konsumen tanpa adanya penghubung lain.

b. *Indirect Marketing Channel*

Saluran distribusi ini merupakan saluran distribusi yang berisi satu atau lebih banyak tingkat perantara. Pada saluran ini perusahaan harus menggunakan perantara lain seperti contohnya para pengecer.

Saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan EO APP adalah *Direct Marketing Channel*, dimana perusahaan EO APP tidak memiliki perantara lain untuk melakukan



penyaluran jasa. Perusahaan EO APP akan melakukan penyaluran jasa langsung kepada konsumen akhir.

5. *People (Orang)*

People merupakan sebuah aset yang paling berharga dalam sebuah industri jasa. Oleh sebab itu kualitas dari sumber daya manusia yang ada harus sangat baik, apalagi ketika sedang memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen. Hal tersebut disebabkan karena konsumen akan merasa puas apabila kualitas kinerja dari SDM tersebut sangat baik. Bahkan apabila perusahaan EO APP memiliki kualitas SDM yang baik, maka konsumen pun menjadi loyal terhadap perusahaan. Oleh karena itu karyawan dan juga pekerja usaha yang telah bergabung dengan perusahaan, wajib untuk diberikan sebuah pelatihan dengan tenaga kerja profesional sebelum mereka siap dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

6. *Process (Proses)*

Proses merupakan sebuah alur aktivitas dalam kegiatan jasa, yang menunjukkan sebuah pelayanan dari perusahaan. Proses kegiatan tersebut mulai dari sebuah pembelian barang atau jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Oleh sebab itu, dalam sebuah bisnis jasa pasti akan ada yang namanya proses alur jasa, yang dimana proses alur jasa tersebut akan menjelaskan bagaimana perusahaan dapat memenuhi sebuah permintaan konsumen. Proses alur jasa tersebut akan dijelaskan pada suatu gambar yang terdapat pada Bab V pada sub bab rencana alur jasa.

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik)*

Bagunan kantor dan aplikasi EO APP merupakan bagian dari bukti fisik untuk perusahaan EO APP. Bukti fisik aplikasi sudah dijelaskan pada BAB IV di sub bab jasa



yang dihasilkan. Sedangkan untuk bukti fisik bangunan akan dijelaskan pada BAB V di sub bab Layout Bangunan tempat Usaha.

E. Strategi Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:54), Promosi mengacu pada kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Oleh sebab itu pelaku bisnis harus melakukan promosi, guna untuk mengkomunikasikan dan memberitahukan kepada pelanggan mengenai produk atau jasa yang dihasilkan. Sehingga timbul kesadaran pelanggan terhadap kehadiran produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler

dan Armstrong (2018:400), Terdapat yang namanya bauran promosi, bauran promosi (bauran komunikasi pemasaran) merupakan perpaduan spesifik dari alat promosi yang

digunakan perusahaan secara persuasif mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan konsumen. Terdapat berbagai macam jenis bauran komunikasi

pemasaran yang dapat digunakan, di antaranya adalah :

1. Advertising (Periklanan)

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

Advertising yang dilakukan oleh perusahaan aplikasi EO APP adalah dengan melakukan promosi menggunakan media elektronik seperti media sosial, Google Ads, dan Youtube Ads. Perusahaan aplikasi EO APP akan mengutamakan promosi di media elektronik. Hal ini disebabkan karena pada saat ini promosi menggunakan media elektronik akan lebih efektif dan juga hemat. Apalagi masyarakat Indonesia telah banyak menggunakan media sosial dan bahkan hampir lebih dari setengah populasi masyarakat Indonesia menggunakan sosial media. Data mengenai pengguna sosial



media tersebut dapat dilihat dari data yang telah penulis dapatkan dan telah dilampirkan pada BAB 1 **Gambar 1.1**.

Tidak hanya itu saja, apabila dilihat pada **Gambar 1.7** Indonesia berada pada peringkat ke 3 tertinggi di dunia berdasarkan tingkat pertumbuhan internet. Data tersebut merupakan berita yang sangat baik bagi perusahaan EO APP, karena sangat banyak masyarakat yang menggunakan internet dan juga sosial media. Dengan adanya data tersebut pihak manajemen EO APP dapat melakukan kegiatan promosi pada media elektronik dengan efektif karena data tersebut menunjukkan bahwa, besarnya peluang masyarakat Indonesia untuk melihat iklan dari perusahaan EO APP yang ada di media elektronik.

2. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan merupakan sebuah kegiatan yang berguna untuk menarik perhatian konsumen, melibatkan konsumen dan masih banyak hal lainnya. Oleh sebab itu dalam kegiatan promosi penjualan, biasanya pelaku usaha akan memasarkan produk atau jasa dengan cara membuat sebuah gerai dan memajang produk atau jasa tersebut guna untuk menarik perhatian konsumen. Perusahaan EO APP juga akan melakukan promosi dengan mengikuti acara-acara pameran, bazaar dan seminar kampus atau sekolah yang berada di kota-kota besar, terutama di Jakarta, Bandung, Bekasi, Bogor dan Depok.

3. *Personal Selling* (Penjualan Perseorangan)

Personal Selling (Penjualan Perseorangan) merupakan presentasi secara lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik. Hal ini akan dilakukan oleh karyawan



perusahaan yang sedang berada di acara pameran, bazaar dan seminar kampus atau sekolah. Dengan cara menawarkan dan memperkenalkan jasa yang ada di aplikasi.

4. *Publik Relation (Hubungan Masyarakat)*

Dalam berbisnis sangatlah diperlukan untuk membangun sebuah hubungan yang baik dengan masyarakat atau publik, demi menciptakan sebuah citra yang baik terhadap perusahaan. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan bahkan mengenai isu-isu, rumor dan acara yang disampaikan melalui media masa. Hubungan yang baik dapat tercipta dengan menjadi baik secara internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Hubungan secara internal dibentuk didalam sebuah tim kerja pada perusahaan EO APP itu sendiri yaitu, antara para karyawan dengan owner. Sedangkan untuk hubungan eksternal dibentuk melalui media sosial, respon terhadap review di dalam aplikasi, hubungan antara pihak perusahaan dengan pegiat usaha atau vendor, dan tim kerja yang sedang bertugas di acara pameran, bazaar dan seminar kampus atau sekolah.

5. *Direct Marketing (Pemasaran Langsung)*

Direct Marketing (Pemasaran Langsung) merupakan sebuah kegiatan pemasaran yang terlibat secara langsung dengan individu atau konsumen yang ditargetkan. Sehingga pelaku usaha akan mendapatkan tanggapan secara langsung dan dapat membangun suatu hubungan dengan pelanggan dengan baik. Upaya yang dilakukan oleh perusahaan EO APP adalah dengan mengikuti acara-acara pameran, bazaar dan seminar kampus atau sekolah dan bahkan dapat dengan menyewa sebuah tempat di mall. Hal tersebut dilakukan oleh pihak EO APP, agar masyarakat dapat mengenal dan mengetahui adanya perusahaan EO APP, yang dimana perusahaan menyediakan sebuah layanan aplikasi jasa event atau EO dan juga pegiat lainnya yang telah bergabung.

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