



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Produk Yang Dihasilkan

Menurut Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M.M. produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan

Produk dalam Usaha Stallion *Boxing Gym* adalah berupa sebuah jasa melatih olahraga bela diri *boxing* yang dapat membantu konsumen mencapai tujuan seperti ingin mempelajari secara mendalam teori dan praktek pelatihan *boxing* hingga ke level professional, untuk sekedar menyalurkan hobi dan minat akan *boxing*, terakhir untuk siapa saja yang ingin sekedar berolahraga melalui pelatihan *boxing*. Selain itu Stallion *Boxing Gym* juga memberikan edukasi kepada masyarakat luas melalui media sosial mengenai dunia olahraga *boxing* dan kesehatan dalam bentuk video tutorial yang tentunya dapat memberikan manfaat lebih kepada banyak orang.

Stallion *Boxing Gym* memiliki sebuah metode tersendiri dalam melatih, yaitu dengan berfokus kepada setiap tujuan individu dari konsumen yang mengikuti kelas *boxing*, yang tentunya didampingi dan dikonsultasikan dengan pengajar yang profesional. Hal ini berbeda dari pesaing-pesaing terdekat yang lebih berfokus kepada per grup yang biasanya diisi oleh tiga sampai lima orang dalam satu sesi kelas. Tidak hanya berlatih teori dan teknik *boxing*, dalam programnya Stallion *Boxing Gym* juga memiliki fokus terhadap kegiatan fisik lainnya seperti pembentukan otot dan kelenturan tubuh dengan metode yang ditentukan oleh kepala pelatih, namun tetap berfokus pada tujuan setiap individu.

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.



Konsumen dapat memilih kelas yang berbeda yang disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran masing-masing, paket kelas yang ditawarkan adalah sebagai berikut :

1. *Master Class*

Yaitu kelas untuk individu yang menginginkan kelas eksklusif. Kelas master hanya berisi maksimal dua orang untuk mendapatkan pelatihan dan hasil yang lebih baik, biasanya diperuntukkan untuk konsumen yang ingin mendalami *boxing* atau bahkan menjadi seorang atlet. Dan yang memiliki potensi baik akan mengikuti liga *boxing* amatir lokal yang akan membawa nama perusahaan.

2. *First Class*

Kelas pertama ini merupakan kelas grup yang berisikan tiga sampai lima orang yang tetap ingin berfokus untuk berlatih *boxing*, namun dengan ini tetap kepentingan dan tujuan individu menjadi fokus utama bagi Stallion *Boxing Gym* demi kepuasan konsumen.

3. *Regular Class*

Kelas Regular merupakan kelas olahraga yang memiliki dasar *boxing*. Merupakan kelas grup yang berisikan lima sampai delapan orang dalam satu kali sesi kelas, diperuntukkan bagi konsumen yang menginginkan untuk sekedar berolahraga. Namun tetap akan diberikan materi dan teknik dalam *boxing* yang merupakan dasar dari metode pelatihan di Stallion *Boxing Gym*.

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.

Gambar 4.1

Contoh Ilustrasi Pelatihan Dari Stallion *Boxing Gym*



Sumber : WSBC *Boxing Club*

© 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.

B. Gambaran Pasar

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Proyeksi gambaran pasar merupakan salah satu cara agar pemilik usaha dapat menghitung atau memperkirakan keadaan pasar dan pendapatan dalam tahun mendatang untuk dapat mengetahui dan melakukan evaluasi apakah dengan apa yang sudah ada cukup untuk membuat Stallion *Boxing Gym* terus eksis dan memiliki pendapatan yang diinginkan. Dan juga dapat memberikan gambaran target konsumen yang harus didapatkan dalam periode 2022-2026.

Gambaran detail mengenai proyeksi penjualan dari Stallion *Boxing Gym* periode 2022-2026 adalah sebagai berikut :



Hak cipta dilindungi Undang-Undang
© 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 4.1

Anggaran Penjualan Stallion Boxing Gym Tahun 2022

Kelas	Jumlah Peserta												Jumlah	Harga Kelas	Pendapatan Kotor
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des			
Master Class	5	7	7	9	9	10	11	11	12	12	13	15	121	Rp 1.000.000,00	Rp 121.000.000,00
First Class	15	15	17	17	20	22	22	25	28	31	34	37	283	Rp 750.000,00	Rp 212.250.000,00
Regular Class	15	15	18	18	20	22	24	27	30	32	35	38	294	Rp 575.000,00	Rp 169.050.000,00
Total															Rp 502.300.000,00

Sumber : Usaha Stallion Boxing Gym

Tabel 4.2

Anggaran Penjualan Stallion Boxing Gym Tahun 2023

Kelas	Jumlah Peserta												Jumlah	Harga Kelas	Pendapatan Kotor
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des			
Master Class	10	11	11	12	12	13	13	14	14	15	16	16	157	Rp 1.000.000,00	Rp 157.000.000,00
First Class	20	24	26	29	32	35	36	39	42	44	46	48	421	Rp 750.000,00	Rp 315.750.000,00
Regular Class	24	24	26	28	28	28	30	32	36	36	38	40	370	Rp 575.000,00	Rp 212.750.000,00
Total															Rp 685.500.000,00

Sumber : Usaha Stallion Boxing Gym

Tabel 4.3

Anggaran Penjualan Stallion Boxing Gym Tahun 2024

Kelas	Jumlah Peserta												Jumlah	Harga Kelas	Pendapatan Kotor
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des			
Master Class	13	13	14	14	15	15	16	16	17	17	18	20	188	Rp 1.000.000,00	Rp 188.000.000,00
First Class	26	28	28	30	34	35	37	39	44	46	48	51	446	Rp 750.000,00	Rp 334.500.000,00
Regular Class	26	28	28	30	32	32	35	38	40	44	47	50	430	Rp 575.000,00	Rp 247.250.000,00
Total															Rp 769.750.000,00

Sumber : Usaha Stallion Boxing Gym



Tabel 4.4

Anggaran Penjualan Stallion Boxing Gym Tahun 2025

Kelas	Jumlah Peserta												Jumlah	Harga Kelas	Pendapatan Kotor
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des			
Master Class	15	16	16	17	17	18	18	19	19	20	21	22	218	Rp 1.000.000,00	Rp 218.000.000,00
First Class	32	32	34	34	38	40	40	42	45	48	51	55	491	Rp 750.000,00	Rp 368.250.000,00
Regular Class	32	34	34	38	41	42	42	44	46	46	49	54	502	Rp 575.000,00	Rp 288.650.000,00
Total															Rp 874.900.000,00

Sumber : Usaha Stallion Boxing Gym

Tabel 4.5

Anggaran Penjualan Stallion Boxing Gym Tahun 2026

Kelas	Jumlah Peserta												Jumlah	Harga Kelas	Pendapatan Kotor
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des			
Master Class	17	17	18	18	20	20	21	22	23	24	25	26	251	Rp 1.000.000,00	Rp 251.000.000,00
First Class	36	36	36	39	39	42	44	44	48	51	55	59	529	Rp 750.000,00	Rp 396.750.000,00
Regular Class	37	38	38	40	42	42	46	46	49	50	54	57	539	Rp 575.000,00	Rp 309.925.000,00
Total															Rp 957.675.000,00

Sumber : Usaha Stallion Boxing Gym :

Jumlah peserta pelatihan boxing pada Stallion Boxing Gym merupakan sebuah target yang ingin dicapai oleh penulis selaku pemilik usaha, Angka target tersebut dapat penulis pilih dikarenakan pengalaman dan pengamatan ketika penulis masih mengikuti kelas *boxing* pada periode tahun 2017-2020. Dan juga berdasarkan jumlah konsumen atau transaksi pada WSBC Boxing Club per bulan pada Periode 2017-2019.

Gambar 4.2

Jumlah Transaksi dan Gambaran Pasar WSBC Boxing Club Tahun 2017

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa memantutkannya 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.



© 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.

BULAN	JML TRSK	Per JAN '18	
		REG	PRV
JAN	80	61	19
FEB	76	57	19
MAR	73	51	22
APR	78	56	22
MEI	78	56	22
JUN	83	61	22
JUL	88	66	22
AUG	97	75	22
SEP	103	82	21
OKT	117	96	21
NOV	121	100	21
DES	127	106	21
TOTAL	1121		

Sumber : WSBC *Boxing Club*

Gambar 4.3

Jumlah Transaksi dan Gambaran Pasar WSBC *Boxing Club* Tahun 2018

BULAN	JML TRSK	Per JAN '19	
		REG	PRV
JAN	92	77	15
FEB	82	60	22
MAR	74	52	22
APR	88	66	22
MEI	97	71	26
JUN	100	74	26
JUL	101	78	23
AUG	107	84	23
SEP	113	94	19
OKT	121	102	19
NOV	128	103	25
DES	128	103	25
TOTAL	1231		

Sumber : WSBC *Boxing Club*

Gambar 4.4

Jumlah Transaksi dan Gambaran Pasar WSBC *Boxing Club* Tahun 2019



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BULAN	JML TRSK	Membership	
		REG	PRV
JAN	102	77	25
FEB	97	72	25
MAR	100	75	25
APR	102	82	20
MEI	109	89	20
JUN	122	101	21
JUL	131	110	21
AUG	109	88	21
SEP	115	91	24
OKT	129	105	24
NOV	144	120	24
DES	157	133	24
TOTAL	1417		

Sumber : WSBC Boxing Club

C. Target Pasar Yang Dituju

Menurut Kotler dan Amstrong, segmentasi pasar adalah pembagian sebuah *market* menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda, dimana perusahaan dapat memfokuskan target pasar yang berbeda (heterogen) menjadi kelompok-kelompok pasar yang sama (homogen).

Dan berikut dibawah ini merupakan target pasar yang dituju oleh usaha

Stallion Boxing Gym berdasarkan segmentasi :

a. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis merupakan memilih fokus pasar berdasarkan letaknya seperti negara, pulau, provinsi dan pemukiman. Dalam proses membuat usaha *Stallion Boxing Gym* diperlukan perhitungan jarak antara perusahaan dengan target pasar yang dituju. Dalam hal ini perusahaan mempertimbangkan untuk mendirikan tempat berlatih di Sunter, Jakarta Utara yang letaknya cukup strategis karena merupakan daerah padat penduduk dan dekat dengan pusat perbelanjaan, yang disekitarnya pun terdapat banyak rumah makan yang sehari-harinya ramai

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.



pengunjung, dan juga lokasinya yang terletak disamping jalan protokol sehingga mudah dijangkau oleh konsumen. Target utama yang tertuju tentu calon konsumen yang berdomisili di sekitar Sunter, Kemayoran dan Kelapa Gading.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis merupakan pengelompokkan pasar berdasarkan jenis kelamin, Pendidikan, usia, pekerjaan, agama dan pendapatan. Berdasarkan hal tersebut, *Stallion Boxing Gym* memiliki target utama yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang berusia 15 hingga 45 tahun, yang memiliki tingkat perekonomian menengah keatas.

D. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan sebuah hal yang tidak bisa terlepas dalam membangun sebuah usaha, karena dengan melakukan kegiatan pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan jadi dikenal oleh calon konsumen.

Dan dibawah ini merupakan beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh usaha *Stallion Boxing Gym* :

1. Diferensiasi

Strategi diferensiasi yaitu membuat sebuah nilai yang berbeda dengan tujuan untuk membedakan penawaran satu perusahaan terhadap perusahaan lainnya yang menjadi kompetitor. *Stallion Boxing Gym* memiliki perbedaan dan nilai

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.

tersendiri didalam metode pelatihan yang berfokus kepada tujuan setiap individu, dan dapat menjamin perbedaan tersebut kepada konsumen.

2. Letak

Faktor letak juga sangat mempengaruhi pemasaran untuk lebih efektif dalam menjangkau konsumen. Stallion *Boxing Gym* sendiri menempatkan diri pada suatu daerah yang mempermudah konsumen untuk mencapai lokasi dan letaknya yang berdekatan dengan pusat kuliner maupun pusat perbelanjaan.

3. Kualitas dan Fasilitas

Faktor kualitas menjadi sebuah pembeda yang dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung oleh konsumen. Dalam hal ini Stallion *Boxing Gym* memiliki kualitas baik yang tentunya kami tawarkan kepada konsumen dari sisi kualitas pelatihan sampai fasilitas yang dapat dirasakan oleh konsumen yang berlatih.

E. Strategi Promosi

Strategi promosi juga sangat penting di dalam berusaha dalam rangka memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan kepada calon konsumen agar dapat tersampaikan dengan jelas dan tepat, dengan itu calon konsumen dapat mengetahui nilai dan keuntungan yang didapat dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.



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 merupakan strategi promosi yang dilakukan oleh usaha Stallion

ⓐ *Boxing Gym* :

1. Periklanan

Periklanan di dalam industri 4.0 sudah sangat mempermudah bagi siapapun untuk melakukan promosi produk atau jasa kepada masyarakat luas melalui banyak sekali media yang dapat digunakan untuk melakukan periklanan.

Stallion *Boxing Gym* melakukan periklanan melalui berbagai media sosial seperti *Instagram, Facebook Ads, YouTube, Tik Tok* dan berbagai macam media lainnya dalam rangka memperkenalkan jasa perusahaan kepada masyarakat khususnya di daerah Jakarta Utara. Perusahaan akan selalu memberikan nilai-nilai yang dimiliki dan tidak lupa memberikan edukasi mengenai kesehatan serta pola hidup sehat, tidak ketinggalan memberikan teori atau tutorial *boxing*.

2. Memberikan Harga Promosi

Menawarkan harga terbaik merupakan salah satu cara agar membuat calon konsumen tertarik untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan. Bisa dengan memberi potongan harga ataupun menambah kuantitas produk atau jasa yang akan diberikan kepada konsumen. Stallion *Boxing Gym* memberikan berbagai jenis harga promosi seperti pengurangan harga jika membayar membership untuk tiga bulan atau satu tahun, juga dengan memberikan potongan harga pada konsumen yang ingin bergabung pada hari-hari penting seperti hari kemerdekaan dan hari raya keagamaan. Dengan itu diharapkan dapat menarik minat dari calon konsumen yang ingin berlatih.

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.



3. Pemasaran Langsung

Promosi dari mulut ke mulut merupakan salah satu cara terbaik dalam menarik minat calon konsumen, karena konsumen akan cenderung percaya kepada konsumen yang sudah pernah memakai produk atau jasa dari suatu perusahaan. Dan juga perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya iklan untuk itu. Tidak lupa *Stallion Boxing Gym* juga menjaga hubungan baik dengan konsumen melalui media pendukung seperti *e-mail* dan berbagai macam aplikasi lainnya.

4. Rutin Mengikuti Kompetisi Lokal

Dengan mengikuti berbagai kompetisi amatir yang ada, perusahaan dapat memperkenalkan dan menumbuhkan citra nama *Stallion Boxing Gym* kepada calon konsumen.

© 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.