KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB IV

ANALISI PASAR DAN PEMASARAN

4.1 Produk yang Dihasilkan

Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 266) produk merupakan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian. akuisisi. penggunaan. atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*).

Derwil Cell merupakan bisnis ritel yang menjual berbagai macam merek *Handphone – Handphone* yang sudah memiliki citra merek yang besar di Indonesia seperti *Samsung. Oppo. Vivo. Xiaomi. Realme. Nokia. dan Infinix.* Tidak hanya menjual *Handphone Derwil Cell* juga menjual berbagai macam aksesoris *Handphone* mulai dari anti gores kaca/ *Tempered Glass*. *Silicon* dari berbagai macam merek *Handphone. Headset*. Casan. *Power Bank*. dan Kabel casan. Toko *Derwil Cell* akan dibuka di mall Bekasi Trade Center atau yang kerap disingkat menjadi mall BTC. mall BTC ini berlokasi di daerah Bekasi Timur jalan Jl. HM. Joyo Martono No.42 DE. RT.003/RW.021. Toko *Derwil Cell* juga memiliki target pasar konsumen seperti para konsumen yang membutuhkan *Handphone* dengan kualitas tinggi dan harga terjangkau. Segmentasi pasar toko *Derwil Cell* beragam mulai dari kalangan menengah kebawah sampai kalangan menengah keatas.

Berbagai macam jenis produk dan harga yang di jual di toko *Derwil Cell* akan dijabarkan di table 4.1. dan di table 4.2 akan dijelaskan perihal foto produk dan keunggulan dan keggunaan dari setiap produk yang di jual di toko *Derwil Cell.*

Tabel 4.1

Produk – Produk *Derwil Cell*

Merek Produk	Tipe Produk	Harga Produk
Samsung	*Samsung* A03 Core	Rp1.200.000
	Samsung A03S	Rp1.800.000
	Samsung A12	Rp2.500.000
	Samsung A22	Rp3.000.000
	Samsung A32	Rp3.600.000
	Samsung A52	Rp5.000.000
	Samsung A72	Rp5.700.000
	Samsung M02	Rp1.200.000
	Samsung M12	Rp1.800.000
	Samsung M22	Rp2.800.000
	Samsung M32	Rp3.000.000
Oppo	*Oppo* A16	Rp2.000.000
	Oppo A53	Rp2.700.000
	Oppo A54	Rp2.500.000
	Oppo A74	Rp3.400.000
	Oppo Reno 5	Rp4.100.000
	Oppo Reno 6	Rp5.100.000
Vivo	*Vivo* Y15s	Rp2.000.000
	Vivo Y21	Rp2.400.000
	Vivo Y21S	Rp2.800.000
	Vivo Y21T	Rp3.100.000
	Vivo Y33S	Rp3.400.000
	Vivo V21	Rp4.000.000
	Vivo V21 *Pro*	Rp5.000.000

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Xiaomi	*Redmi* 9A 2/32	Rp1.300.000
	Redmi 9A 3/32	Rp1.400.000
	Redmi 9C 3/32	Rp1.500.000
	Redmi 9C 4/64	Rp1.700.000
	Redmi 9 3/32	Rp1.600.000
	Redmi 9 4/64	Rp1.700.000
	Redmi 9T 4/64	Rp1.900.000
	Redmi 9T 6/64	Rp2.300.000
	Redmi 10 4/64	Rp2.000.000
	Redmi 10 6/128	Rp2.400.000
	Redmi note 10 *pro* 8/128	Rp3.900.000
Realme	*Realme* C11	Rp1.300.000
	Realme C12	Rp1.900.000
	Realme C15	Rp1.700.000
	Realme C21	Rp1.600.000
Infinix	*Infinix Smart* 6	Rp1.300.000
	Infinix Hot 11	Rp1.600.000
	Infinix Note 11	Rp2.150.000
	Infinix Note 11S	Rp2.750.000
	Infinix Note 11*Pro*	Rp2.850.000
Nokia	*Nokia* 105	Rp250.000
	Nokia 150	Rp450.000
Anti Gores	Semua Varian	Rp50.000
Silicon	Semua Varian	Rp35.000
Headset	Semua Varian	Rp75.000
Casan	Semua Varian	Rp75.000
Kabel casan	Semua Varian	Rp20.000
Powe Bank	*Robot* 10.000 *Mah*	Rp150.000

Sumber : Data Toko *Derwil Cell*. Data diolah Penulis 2021

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 4.2

Daftar Keterangan Produk *Derwil Cell*

Merek Produk	Gambar Produk	Keterangan
Samsung	SAMSUNG	Produk *Handphone* yang memiliki citra merek yang sangat besar dan terkenal disemua kalangan
Oppo	oppo	Merek *Handphone* yang memiliki harga eceran resmi. yang dimana harga setiap produknya memiliki harga pasar yang sama
Vivo	vivo	Merek *Handphone* yang selalu menghadirkan kualitas yang baik terhadap kameranya. terutama kamera *selfie*.
Xiaomi	mi xiaomi	Merek *Handphone* yang memiliki dapat memberikan harga ekonomis dan speksifikasi tinggi.
Realme	realme	*Realme* merupakan Sub merek dari *brand* besar *Oppo*. Berbeda dengan *Oppo*. *Realme* memprioritaskan *Handphone* dengan harga murah
Infinix	Infinix The future is Now!	*Infinix* merupakan merek pendatang baru yang dapat bersaing kuat dengan merek lain karena harga dan kualitas yang diberikan baik
Nokia	NOKIA	Salah satu merek *Handphone* yang paling lama dibandingkan merek - merek *Handphone*

		lainya dengan speksifikasi yang mampu bersaing dengan pasar nya .
Anti Gores		Anti Gores kaca *full protect* bermerek 9D yang berguna untuk melindungi bagian layar *Handphone* dari goresan dan benturan
Silicon		*Silicon* dan *Hardcase Handphone* yang berguna untuk melindungi bagian belakang *Handphone* dari goresan sehingga *Handphone* tetap terlihat baru
Headset		*Headset* atau *Hearphone* yang dapat berguna untuk mendengarkan *audio* lebih jelas dan berbicara melalui telepon menjadi lebih jelas.
Casan		Casan *Handphone* dengan kualitas terbaik sehingga membuat kualitas batrai *Handphone* tetap terjaga karena aluran listrik yang diberikan stabil dan *mensupport fast charging*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Kabel Casan		Kabel casan yang berguna menjadi penggantar listrik dalam proses cas *Handphone*
Power Bank		*Power bank* merupakan alat penyimpan daya atau batrai cadangan. Pengisian batrai tergolong praktis dan bisa dibawa kemanapun karena berbeda dengan casan biasanya yang harus menggunakan *outlet* listrik/ *stopkontak*

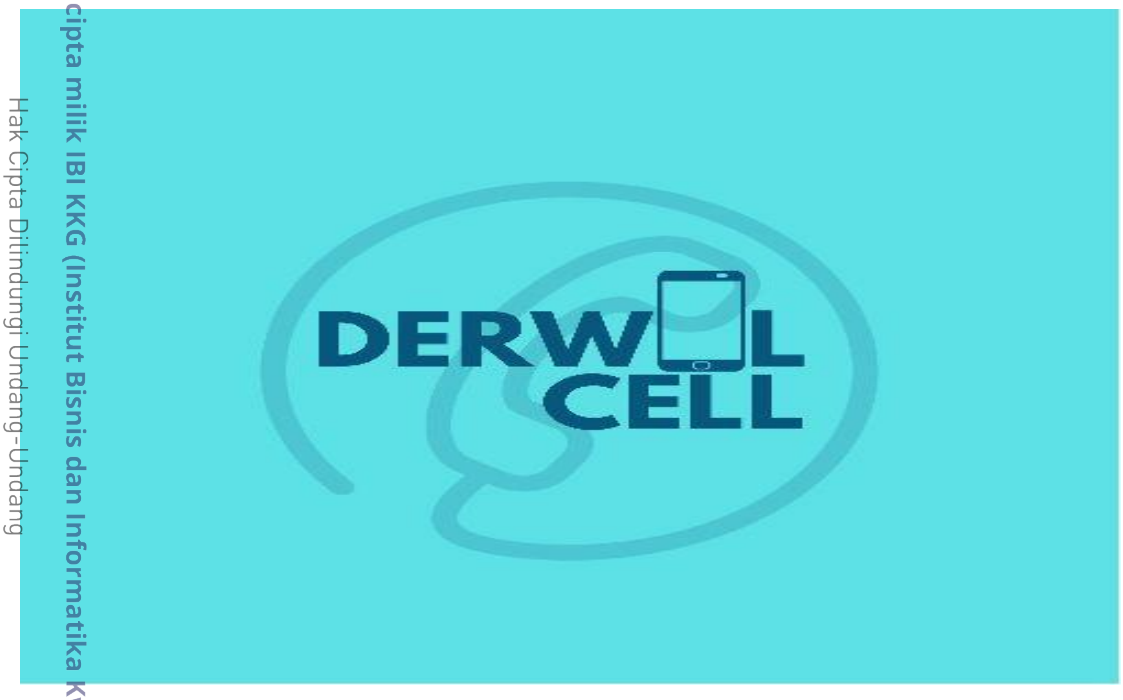
Sumber : Data toko *Derwil Cell*. diolah Penulis. 2021

Sebuah bisnis harus memiliki identitas yang digambarkan dari sebuah logo. Logo merupakan ciri khas dari suatu bisnis yang juga digunakan sebagai alat untuk pemasaran dan membuat diferensiasi dari bisnis lainnya. Dengan logo yang bagus tentunya dapat menarik perhatian publik dan melalui logo itu pula *brand* dapat menyampaikan informasi/pesan. Adapun logo dari toko *Derwil Cell* adalah sebagai berikut :

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 4.1

Logo Toko *Derwil Cell*



Sumber : Dokumentasi *Derwil Cell*. 2021

Logo toko *Derwil Cell* di *design* dengan tidak menggunakan banyak campuran warna dengan hanya menggunakan warna dasar biru muda agar dapat memberikan design yang minimalis dan elegan. Nama toko *Derwil Cell* pun di *design* dengan mengganti huruf kata "I" dengan logo *Handphone* yang dapat menggambarkan kepada konsumen bawhasanya toko *Derwil Cell* merupakan toko yang menjual *Handphone*. Penulis memakai nama *Derwil Cell* karena DERWIL merupakan nama singkatan dari inisial nama kakak kandung penulis DERic yang digabungkan dengan nama penulis sendiri yaitu WILbert.

4.2 Gambaran Pasar

Dalam aspek gambaran pasar kita dapat menciptakan ramalan penjualan yang perlu dilakukan agar dapat menciptakan berbagai target pada proses bisnis yang akan kita jalani dalam jangka pendek untuk mencapai tujuan jangka panjang itu sendiri. Hal ini kemudian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dapat digambarkan pada berbagai aspek seperti ramalan penjualan bulanan dan ramalan tahunan. Dalam tabel 4.4 menjelaskan tentang peningkatan *omset* perbulan *Derwil Cell* sebanyak 5% sesuai dengan peningkatan toko ritel pada umumnya. Dan di tabel 4.5 menjelaskan tentang peningkatan *omset Derwil Cell* sebesar 15% per tahunya.Berikut adalah ramalan dan anggaran penjualan toko *Derwil Cell*.

Tabel 4.3

Ramalan Penjualan Bulan Januari 2023

Jenis Produk	Jumlah	Rata – Rata Harga	Total Penjualan
Samsung	10	Rp 2.900.000	Rp 29.000.000
Oppo	7	Rp 3.300.000	Rp 23.100.000
Vivo	7	Rp 3.242.857	Rp 22.699.999
Xiaomi	7	Rp 1.972.727	Rp 13.809.089
Realme	5	Rp 1.625.000	Rp 8.125.000
Infinix	10	Rp 2.130.000	Rp 21.300.000
Nokia	7	Rp 350.000	Rp 2.450.000
Anti Gores	35	Rp 50.000	Rp 1.750.000
Silicon	35	Rp 35.000	Rp 1.225.000
Headset	20	Rp 75.000	Rp 1.500.000
Casan	20	Rp 75.000	Rp 1.500.000
Kabel casan	10	Rp 20.000	Rp 200.000
Power Bank	10	Rp 150.000	Rp 1.500.000
Total	183		Rp 128.159.088

Sumber : Data *Derwil Cell.* 2022

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 4.4

Anggaran Penjualan Tahun 2023

Bulan	Penjualan
Januari	Rp 128.159.088
Febuari	Rp 129.761.077
Maret	Rp 131.383.090
April	Rp 133.025.379
Mei	Rp 134.688.196
Juni	Rp 136.371.798
Juli	Rp 138.076.446
Agustus	Rp 139.802.401
September	Rp 141.549.931
Oktober	Rp 143.319.306
November	Rp 145.110.797
Desember	Rp 146.924.682
Total	Rp 1.648.172.191

Sumber : Data *Derwil Cell*. 2022

Tabel 4.5

Anggaran Penjualan Tahun 2023-2027

Tahun	Total Penjualan
2023	Rp 1.648.172.191
2024	Rp 1.895.398.020
2025	Rp 2.179.707.723
2026	Rp 2.506.663.881
2027	Rp 2.882.663.463

Sumber : Data *Derwil Cell*.2022

4.3 Target Pasar yang Dituju

Target pasar merupakan bagian dari startegi pemasaran yang dapat menentukan arah dan strategi yang tepat. Dengan melakukan analisis target pasar pembisnis dapat mengetahui pasar yang tepat untuk bisnisnya sehingga produk atau jasa yang dijual dapat

diterima dan laku dipasaran. Dalam melakukan target pasar ada beberapa segmen yang harus dilakukan seperti segmentasi geografis. demografis psikografis. dan perilaku.

a. Segmentasi Gerografis

Segmentasi Geografis membagi pasar kedalam unit-unit geografis seperti Negara. Negara bagian. wilayah. lingkungan. Perusahaan dapat memutuskan untuk beroprasi pada satu atau beberapa Negara geografis dalam kebutuhan dan keinginan (Philip Kotler.2009). Dengan adanya faktor perbedaan geografis atau wilayah. masyarakat memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Pada segmen geografis. *Derwil Cell* berlokasi di kota Bekasi Timur. *Derwil Cell* memilih lokasi Bekasi karena dapat disesuaikan dengan target pasar *Derwil Cell* yaitu kalangan menengah kebawah dan kalangan menengah.

b. Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis membahas tentang pengelompokan target pasar berdasarkan variabel jenis kelamin. usia dan tahap siklus hidup. pendapatan. pekerjaan. pendidikan. ras. kewarganegaraan. serta kelas sosial. Segmentasi demografis toko *Derwil Cell* menerima konsumen dari segala jenis kelamin dengan usia 12 sampai 60 tahun. Dari segi pendapatan. segmentasi demografis yang dituju merupakan konsumen dengan pendapatan kelas menegah ke bawah dengan nilai pendapatan dari Rp 4.000.000 hingga Rp 8.000.000 / Bulan. Segmentasi utama *Derwil Cell* merupakan pekerja kantoran dan mahasiswa sekolah yang membutuhkan speksifikasi *Handphone* yang sesuai untuk menjalani sekolah *online*.

c. Segmentasi Psikografis

Dalam segmen psikografis membagi aspek berdasarkan gaya hidup dan Kalangan konsumen. *Derwil Cell* berfokus kepada kalangan kosnumen mulai dari

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kalangan menengah sampai menengah kebawah. dengan gaya hidup yang praktis dan membeli produk yang sesuai dan dapat memenuhi kebutuhan mereka sehari hari.

d. Segmentasi Prilaku

Segmentasi perilaku membagi pasar berdasarkan pengetahuan konsumen. sikap. pemakaian dan tanggapan terhadap produk. Dalam segmentasi prilaku *Derwil Cell* menargetkan kepada konsumen yang menginginkan pelayanan *after sale* yang baik dan promo menarik. selain itu juga konsumen yang dapat melihat kualitas pelayanan *Derwil Cell* dan juga manfaat dari kualitas *Handphone* yang dibeli.

4.4 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan aspek yang sangat penting bagi suatu perusahaan karena dengan strategi pemasaran yang baik kita dapat meningkatkan citra toko. Menurut (Philip Kotler.2014) Strategi pemasaran merupakan cara dimana fungsi pemasaran merencanakan dan mengatur kegiatan perusahaan tersebut agar mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam penjualan pada tingkat bauran. Dalam strategi pemasara terdapat beberapa aspek yang dibahas yaitu *diferensiasi*. *Positioning*. penetapan harga. dan saluran distribusi

a. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:230). diferensiasi produk dapat membuat suatu merek dapat dibedakan dari fitur. performa. gaya. maupun desain. Dengan adanya diferensiasi produk. maka suatu usaha dapat meningkatkan keuntungan persaingan kompetitif.

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

Diferensiasi yang diberikan toko *Derwil Cell* yang pertama adalah memberikan promo yang menarik kepada pelanggan seperti memberikan hadiah 1 *unit Handphone* kepada pelanggan yang sudah membeli *Handphone* di toko *Derwil Cell* sebanyak 5 *unit*. Dan tentunya hadiah *Handphone* tersebut sudah di sesuaikan dengan perhitungkan *profit* yang diperoleh *Derwil Cell* sehingga tidak menimbulkan kerugian dengan memberikan hadiah 1 *unit Handphone* kepada konsumen. *Derwil Cell* juga akan memberikan promo secara berkala berupa setiap pembelian *Handphone* akan mendapatkan gratis anti gores kaca dan silicon.

Derwil Cell juga memberikan diferensiasi yang berbeda dengan kompetitor lainya dengan memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan. seperti setiap 4 bulan sekali selama masa garansi *Handphone* masih berlaku *Derwil Cell* akan menghubungi pelanggan dengan menanyakan apakah ada kendala dengan produk *Handphone* yang dibeli. jika *Handphone* mengalami kendala maka *Derwil Cell* bersedia untuk membantu pelanggan dalam melakukan *claim* garansi. Diferensiasi yang diberikan *Derwil Cell* dapat membagun hubungan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen tersebut dapat melihat nilai lebih yang diberikan *Derwil Cell* dengan tidak melepas tanggung jawab begitu saja.

Derwil Cell memberikan layanan garansi toko selama 1 bulan kepada pelanggan. yang dimana jika produk *Handphone* yang dibeli mengalami kendala atau kerusakan dalam kurun waktu 1 bulan maka *Derwil Cell* bersedia mengantikanya dengan *Handphone* yang baru tanpa dikenakan biaya sedikitpun.

Derwil Cell akan selalu memberikan harga yang special dan pelayanan yang maksimal kepada calon pembeli dengan menjelaskan keunggulan dari setiap merek *Handphone* yang ada. dan juga *Derwil Cell* akan memberikan saran kepada calon pembeli tentang produk *Handphone* yang sesuai dan dapat memenuhi

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

kebutuhan dari pembeli sehingga pembeli mendapatkan produk yang sesuai dengan yang dibutuhkan. Keuntungan yang besar bukanlah faktor utama bagi *Derwil Cell* maka dari itu dari segi harga yang diberikan *Derwil Cell* tidak mematok harga yang tinggi.

b. *Positioning*

Positioning adalah metode penentuan nilai kepada konsumen yang kemudian diletakan pada benak konsumen sebagai nilai dan keuntungan utama dari konsumen

(Kotler dan Phillip. 2016). *Derwil Cell* adalah toko *Handphone* yang selalu memperhatikan kualitas produk yang di jualnya dan mampu memberikan pelayanan *after sale* yang baik untuk para pelangganya. *Derwil Cell* memosisikan toko di benak konsumen sebagai "toko *Handphone* yang memberikan harga murah dan pelayanan yang baik kepada setiap pembeli". *Tagline* yang akan digunakan *Derwil Cell* adalah "Harga terjangkau pelayanan memukau". Alas an *Derwil Cell* menggunakan tagline ini karena keunggulan dari toko *Derwil Cell* dari segi pelayanan yang maksimal kepada pelanggan dan harga penetapan harga yang tidak tinggi untuk setiap produk.

c. Penepatan Harga

Dalam menetapkan harga untuk produk atau jasa yang kita jual harus dengan perencanaan yang baik agar harga yang diberikan bisa saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Dalam menetapkan harga terdapat faktor faktor yang harus diperhatikan seperti biaya produksi. biaya distribusi. dan penambahan harga untuk upaya antisipasi resiko.

Metode penetapan harga yang di pakai toko *Derwil Cell* adalah metode *competition based pricing*. *Competition based pricing* adalah metode penetapan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam industri sejenis dan pangsa pasar yang sama. Dengan memakai metode ini harga produk yang di jual *Derwil Cell* disesuaikan dengan harga yang dijual para kompetitor. Dengan demikian harga produk *Derwil Cell* akan mampu mengikuti persaingan dengan kompetitor sehingga mampu mengikuti persaingan agresif

d. Saluran Distribusi

Saluran distribusi atau saluran pemasaran merupakan lini yang terdiri dari sekelompok organisasi yang saling bergantung dalam proses distribusi produk atau jasa terhadap konsumen akhir (Kotler. Phillip; Keller. 2016). Dalam aspek saluran distirbusi terdapat beberapa jenis seperti berbagai tingkat saluran distribusi yakni tingkat nol yang menghubungkan langsung produsen terhadap konsumen akhir. tingkat satu yang menggunakan perantara pengecer yang menghubungkan produsen dan konsumen. serta tingkat dua yang menggunakan pedagang grosir dan ecer sebagai perantara. dan tingkat tiga yang menggunakan pedagang grosir. besar dan ecer sebagai perantara. *Derwil Cell* menggunakan model saluran distribusi tingkat satu dan berada pada posisi pengecer untuk menghubungkan produsen terhadap konsumen.

4.5 Strategi Promosi

Strategi promosi sangat penting untuk berjalanya suatu bisnis karena dengan melakukan promosi dapat memberikan alternatif selain hanya terfokus pada pengiklanan. Hal ini juga dapat memberikan bauran komunikasi pemasaran yang memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap proses promosi sebuah perusahaan (Kotler. Phillip; Keller.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2016). Pembahasan dalam strategi promosi ada 5 aspek yaitu *Advertising. Sales Promotion. Personal Selling. Public Relation.* dan *Direct Marketing*.

a. *Advertising*

Strategi pemasaran *advertising* adalah metode pemasaran dalam bentuk promosi dalam bentuk barang. jasa. dan ide yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Dengan perkembangan jaman *advertising* juga bisa dilakukan secara *online* menggunakan media social ataupun *platform* lainya.

Dalam melakukan pemasaranya *Derwil Cell* menggunakan media social *Istagram-Ads* dan *Facebook-Ads*. Dengan memanfaatkan kedua *platform* besar tersebut diharapkan dapat memberikan informasi terkait produk yang dijual *Derwil Cell* sehingga bisa membangun citra toko *Derwil Cell* kepada masyarakat sekitar dan juga dapat mendorong angka penjualan produk di toko *Derwil Cell*.

b. *Sales Promotion*

Sales promotion adalah metode pemasaran dalam tempo waktu yang pendek dan biasanya dilakukan pada momen momen tertentu saja. Promosi ini berguna untuk memikat calon pembeli yang biasanya merupakan konsumen akhir yang mengambil keputusan pembelian. Tujuan dari sales promotion adalah untuk mengajak konsumen agar membeli produk yang kita tawarkan melalui promo promo atau tawaran harga yang menarik kepada konsumen.

Dalam mengoptimalkan *sales promotion* toko *Derwil Cell* menggunakan strategi promosi dengan memberikan hadiah 1 *unit Handphone* kepada pelanggan yang sudah membeli *Handphone* di toko *Derwil Cell* sebanyak 5 *unit*. Dan tentunya hadiah *Handphone* tersebut sudah di sesuaikan dengan perhitungkan *profit* yang diperoleh *Derwil Cell* sehingga tidak menimbulkan kerugian dengan memberikan hadiah 1 *unit Handphone* kepada konsumen.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

c. *Personal Selling*

Personal selling merupakan strategi promosi yang paling penting dalam suatu usaha. karena harus berhadapan langsung dengan konsumen dan melakukan komunikasi secara langsung kepada calon pembeli. pihak penjual harus dapat menjelaskan produk atau jasa yang dijualnya secara benar dan baik sehingga dapat membentuk pemahaman konsumen atas suatu produk. sehingga pihak konsumen pun membelinya.

Derwil Cell menggunakan strategi promosi *personal selling* untuk melayani konsumen agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen sehingga bisa berlangganan di toko *Derwil Cell*. Dalam melayani konsumen *Derwil Cell* dapat menyesuaikan produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen seperti contoh jika konsumen mengginkan *Handphone* dengan speksifikasi yang mendukung untuk bermain game. maka *Derwil Cell* akan menawarkan produk *Handphone* dengan kapasitas *Ram/Rom* yang besar dengan menawarkan beberapa merek *Handphone* yang sesuai. *Derwil Cell* juga memberikan informasi dan keunggulan dari setiap merek *Handphone* agar konsumen dapat memilih produk *Handphone* yang sesuai dan bisa memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat menciptakan loyalitas konsumen melalui pelayanan yang diberikan *Derwil Cell*.

d. *Public Relation*

Public relation adalah media dalam perusahaan menciptakan citra yang baik dan membangun hubungan dengan publik. *Public relation* akan memberikan informasi-informasi mengenai perusahaan dan produknya terhadap publik.

Dalam hal ini. *Derwil Cell* menggunakan media social *Tiktok* dalam mempromosikan citra toko kepada publik. Dengan media *Tiktok Derwil Cell* akan membuat konten menarik tentang me*review* *Handphone* dan membahas

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

keunggulan keunggulan dari setiap merek *Handphone* ternama seperti *Samsung. Oppo.Vivo.Redmi*.dan *Infinix.*

e.*Direct Marketing*

Direct marketing adalah teknik yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menjalin hubungan kepada konsumen lama atau konsumen baru dengan tujuan memperoleh tanggapan langsung serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan para konsumen. Direct marketing memiliki enam area. meliputi: *direct mail. direct selling. direct response. mail order. telemarketing. dan internet marketing.*

Dalam menerapkan konsep ini *Derwil Cell* menggunakan *Direct Selling*. Karena *Derwil Cell* merupakan toko fisik penjualan pada toko disampaikan secara langsung atau *direct selling*.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.