



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



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

Hak Kota Dituduh Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 4.1 Produk yang Dihasilkan

Produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, diklasifikasikan berdasarkan ketahanan dari barang, berwujud dan tidak berwujud, dan kegunaannya, Kotler dan Keller (2016:164)

##### a. Ketahanan, dan Wujud

Dari klasifikasi, produk dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

- 1) *Nondurable goods*: barang berwujud yang biasanya digunakan sekali atau beberapa kali seperti sabun, lotion dan lain lain
- 2) *Durable goods*: barang berwujud yang biasanya bertahan setelah lama dipakai. Seperti TV, baju , dan lain lain
- 3) *Services (Jasa)*: tidak memiliki wujud, tidak terpisahkan, dan bervariasi. Seperti jasa pijat, jasa spa, jasa potong rambut dan lain lain

##### b. Produk juga dapat diklasifikasikan berdasarkan kegunaannya, dan dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu:

- 1) *Consumer goods* atau barang yang digunakan langsung oleh pemakai. Barang tersebut juga dibagi lagi menjadi 4 kategori yaitu:
  - a) *Convenience goods*: barang-barang yang sering digunakan oleh konsumen seperti sabun, handsanitizer, dan lain lain
  - b) *Shopping goods*: barang yang biasanya konsumen bandingkan dengan barang lain dan biasanya berdasarkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya. Seperti pakaian, handphone, dan lain lain

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- c) *Specialty goods*: barang yang memiliki karakteristik yang unik, atau memiliki merek yang sudah dikenal, sehingga ada beberapa orang yang ingin membayar mahal demi barang yang spesial ini contohnya barang barang tersier yang memiliki brand bagus seperti rolex
- d) *Unsought goods*: barang yang biasanya konsumen tidak mengetahui keberadaannya, dan biasanya tidak terpikirkan oleh konsumen untuk membeli produk tersebut. Contohnya seperti batu nisan
- 2) *Industrial-goods classification* atau barang yang biasanya dibeli oleh pabrik-pabrik digunakan untuk dijadikan produk kembali atau digunakan untuk membuat barang. Jenis barang ini juga dapat dibagi lagi menjadi 3 kategori yaitu:
  - a) *Materials and Parts*: barang yang memasuki pabrik secara keseluruhan dibagi menjadi 2 kelas barang yaitu bahan baku dan barang setengah jadi.
  - b) *Capital Items*: barang yang tahan lama untuk memfasilitasi pabrik-pabrik tersebut untuk membuat produk jadi. Seperti genset
  - c) *Supplies and Business Services*: produk jangka pendek, baik barang maupun jasa, yang digunakan untuk membantu pembuatan produk jadi. Contohnya pelumas, paku dan lain lain

Dari kategori diatas bisnis Toko Peralatan Listrik “Makmur Jaya” termasuk kedalam kelompok produk yang bersifat *tangible durable goods* karena produk dapat dilihat, dapat dipegang, dapat dirasakan dan pemakaiannya dalam waktu yang lumayan lama (jangka panjang)

Toko peralatan listrik “Makmur Jaya” juga termasuk klasifikasi *shopping goods* karena produk yang dijual termasuk barang yang dibeli dengan mempertimbangkan beberapa aspek di dalamnya seperti harga, kualitas, garansi, dan lain lain. Berikut beberapa produk yang dijual oleh toko peralatan listrik “Makmur Jaya”

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 Kategori Kabel

Nama Barang	Harga Barang	Gambar Barang
<p>Kabel antena tv belden</p>	<p>Rp 4.999,00 (Per Meter)</p>	
<p>Kabel Flexibel Pesona</p>	<p>Rp 4.500,00 (Per meter)</p>	
<p>Kabel Serabut Transparan Flexible Pesona</p>	<p>Rp 4.500,00 (Per meter)</p>	

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

**Tabel 4. 2 Kategori Lampu**

Nama Barang	Harga Barang	Gambar Barang
<p>Neon Flex LED/Lampu Tulisan Flexibel/Lampu Dekorasi</p>	<p>Rp 149.999,00</p>	
<p>Lampu dinding LED RGB lingkaran mini</p>	<p>Rp 35.000,00</p>	
<p>Lampu Meja Belajar Jepit Flexible fitting E27/Kap Lampu Jepit</p>	<p>Rp 49.999,00</p>	



<p>lampu jalan PJU solarcell panel surya LED 120W/lampu PJU LED 120W</p>	<p>Rp 899.999,00</p>	
<p>Lampu Pijar 25W murah/Bohlam lampu Pijar 25W/lampu pengahat 25W</p>	<p>Rp 8.999,00</p>	
<p>Lampu Jantung E27 Pijar/Lampu Candle Chiyoda 25W/Lampu Pijar E27</p>	<p>Rp 9.999,00</p>	
<p>Lampu LED PHILIPS 30w bukan 27w TFORCE CARE 30w Putih</p>	<p>Rp 99.999,00</p>	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Makmur Jaya Kenarimas

1. Ditaring 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.



<p>Lampu Natal 10meter/Lampu Natal RGB murah/Lampu Dekorasi 10m/Tumblr</p>	<p>Rp 20.999,00</p>	 <p>Toko Lampu dan Alat Listrik Terlengkap dengan Harga Terjangkau</p> <p>MAKMUR JAYA</p> <p>LAMPU NATAL 10 METER RGB</p>
<p>Lampu Module LED Plafon 24 watt super teran/TL Ring LED</p>	<p>Rp 59.999,00</p>	 <p>Toko Lampu dan Alat Listrik Terlengkap dengan Harga Terjangkau</p> <p>MAKMUR JAYA</p> <p>LAMPU MODUL LED TL RING 24 W</p>
<p>Lampu E14 Spiral biasa/Lampu Hias E14 Spiral 11W/Lampu Spiral E14 11W</p>	<p>Rp 39.999,00</p>	 <p>Toko Lampu dan Alat Listrik Terlengkap dengan Harga Terjangkau</p> <p>MAKMUR JAYA</p> <p>LAMPU HINODE SPIRAL/TORNADO E14/11WATT</p>
<p>Lampu Jari 11W/Lampu Bohlam 2U 11W/Lampu Classic Hori 11W</p>	<p>Rp 19.990,00</p>	 <p>MAKMUR JAYA WWW.STORELAY.COM</p> <p>LAMPU HORI CLASSIC 11W COOL DAYLIGHT</p> <p>Makmur Jaya Kenarimas</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Ditaring 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.



<p>Lampu TL T5 Nyamuk 4Watt BL/Lampu Refil Nyamuk T5/Lampu Nyamuk</p>	<p>Rp 14.999,00</p>	
<p>Lampu Nyamuk 10Watt BL/Lampu Anti Nyamuk TL T8 10W/Refill Lampu Nyamuk</p>	<p>Rp 21.999,00</p>	
<p>Lampu LED Dekorasi/Lampu Hiasan/Lampu HandMade/Lampu Dinding Dekorasi</p>	<p>Rp 1.250.000,00</p>	
<p>lampu UVC ruangan sterilisasi virus killer/Refill lampu UV 38W 4 pin</p>	<p>Rp 449.999,00</p>	

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

1. Ditaring 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. 3 Kategori MCB atau Panel**

Nama Barang	Harga Barang	Gambar Barang
<p>Box MCB/Kotak Sekring 6 Grup Outbow/Box MCB 6 Grup Presto Outbow</p>	<p>Rp 59.000,00</p>	 <p>The image shows a Presto MCB box with a black and white design. It features several award seals: '100% PREMIUM QUALITY BEST PRICE', 'BEST CHOICE', and 'VERIFIED ORIGINAL PRODUCT'. The text 'PRESTO AUTOMATIC CIRCUIT BREAKER' is visible on the box. The bottom right corner of the image contains the text 'BOX MCB PRESTO 6 GRUP OUTBOW'.</p>
<p>Box MCB Hager 12 Grup/Box MCB Inbow/Hager Box MCB</p>	<p>Rp 239.999,00</p>	 <p>The image shows a Hager MCB box with a grey and white design. It features award seals: '100% PREMIUM QUALITY BEST PRICE' and 'BEST CHOICE'. The text 'MAKMUR JAYA KENAMAS' is visible across the box. The bottom right corner of the image contains the text 'BOX HAGER 12 GRUP INBOW'.</p>
<p>mcb schneider IC60N 1p 1phase original/MCB schneider 10A</p>	<p>Rp 42.499,00</p>	 <p>The image shows a Schneider MCB with a white and green design. It features award seals: '100% PREMIUM QUALITY BEST PRICE', 'BEST CHOICE', and '5 Stars'. The text 'Schneider' and 'MAKMUR JAYA KENAMAS' are visible. The bottom right corner of the image contains the text 'MCB 10A SCHNEIDER'.</p>
<p>MCCB schneider 3p 50A/BREAKER E2C100B3050 50A 3 POLE Schneider</p>	<p>Rp 299.999,00</p>	 <p>The image shows a Schneider MCCB with a grey and orange design. It features award seals: '100% PREMIUM QUALITY BEST PRICE', 'BEST CHOICE', and 'VERIFIED ORIGINAL PRODUCT'. The text 'E2C100B3050' and 'MAKMUR JAYA KENAMAS' are visible. The bottom right corner of the image contains the text 'SCHNEIDER MCCB E2C100B3050 50A 3PHASE 50A 7500KA'.</p>

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



<p>THERMAL OVERLOAD SCHNEIDER ORIGINAL LRD14</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Rp 195.000,00</p>	
<p>MCB 3 phase 10A</p>	<p>Rp 179.999,00</p>	

Sumber: toko peralatan listrik “Makmur Jaya”

Logo adalah sebuah tanda yang menunjukkan citra brand, logo memberikan suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya

Gambar 4. 1 Logo “Makmur Jaya”



1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



## 4.2 Gambaran Pasar

Sebagai pengusaha perlu dibuatnya ramalan penjualan agar dapat memprediksi apa yang akan terjadi di masa depan, kali ini penulis akan membuat perencanaan masa depan selama 2 tahun karena menurut penulis di era saat ini perubahan sangat cepat terjadi, apa yang direncanakan belum tentu *valid* atau sesuai dengan perkembangan di masa depan sehingga perencanaan ini dibuat selama 2 tahun agar memaksimalkan ketepatan dari perencanaan itu sendiri dalam hal itu penulis akan melampirkan laporan laba rugi sebelumnya sebagai dasar dari peramalan, selain itu juga ramalan penjualan digunakan untuk penargetan penjualan setiap harinya sehingga diharapkan toko peralatan listrik “Makmur Jaya” kedepannya akan mampu menyusun strategi untuk mengembangkan usahanya. Berikut datanya:

**Tabel 4. 4 Laporan Penjualan 2021**

Bulan	Penjualan
Januari	Rp 102.336.550
Febuari	Rp 109.370.229
Maret	Rp 78.313.255
April	Rp 81.821.282
Mei	Rp 71.122.737
Juni	Rp 92.133.829
Juli	Rp 58.434.911
Agustus	Rp 76.443.561
September	Rp 62.525.316
Oktober	Rp 67.113.824
November	Rp 71.313.563
Desember	Rp 74.673.732

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.



TOTAL	Rp945.602.789
-------	---------------

© Sumber: Laporan Keuangan toko peralatan listrik “Makmur Jaya”

Ramalan penjualan tahun 2022 diolah berdasarkan hasil asumsi penulis, adanya kenaikan sebesar 10% karena inflasi dan kondisi ekonomi yang mulai pulih.

**Tabel 4. 5 Ramalan Penjualan 2022**

Bulan	Penjualan
Januari	Rp112.570.205
Febuari	Rp120.307.252
Maret	Rp86.144.581
April	Rp90.003.410
Mei	Rp78.235.011
Juni	Rp101.347.212
Juli	Rp64.278.402
Agustus	Rp84.087.917
September	Rp68.777.848
Oktober	Rp73.825.206
November	Rp78.444.919
Desember	Rp82.141.105
TOTAL	Rp1.040.163.068

Data diolah oleh: Penulis

Ramalan penjualan tahun 2023 diasumsikan adanya kenaikan 10% penjualan karena pengembangan yang dilakukan, serta karena inflasi dan ekonomi yang pulih

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institit 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. 6 Ramalan Penjualan 2023**

Bulan	Penjualan
Januari	Rp123.827.225,50
Febuari	Rp132.337.977,20
Maret	Rp94.759.039,10
April	Rp99.003.751,00
Mei	Rp86.058.512,10
Juni	Rp111.481.933,20
Juli	Rp70.706.242,20
Agustus	Rp92.496.708,70
September	Rp75.655.632,80
Oktober	Rp81.207.726,60
November	Rp86.289.410,90
Desember	Rp90.355.215,50
TOTAL	Rp1.144.179.374,80

Data diolah oleh: Penulis

**Tabel 4. 7 Ramalan Penjualan 2023-2027**

2023	Rp1.144.179.374,80
2024	Rp1.453.107.806,00
2025	Rp1.845.446.913,61
2026	Rp2.343.717.580,29
2027	Rp2.976.521.326,97

Data diolah oleh: Penulis

Penulis hanya mengasumsikan kenaikan selama 5 tahun dikarenakan kondisi perekonomian dan kondisi pertumbuhan teknologi terus berubah sehingga waktu yang tidak

terlalu panjang menjadi pilihan penulis agar tingkat ketepatannya bisa dipertanggung jawabkan. Kita hanya menargetkan 20% pertumbuhan pertahun setiap tahunnya dan 7% itu dari inflasi dan pertumbuhan ekonomi di indonesia

#### 4.3 Target Pasar yang Dituju

Setiap bisnis yang dibangun pasti memiliki sebuah pasar yang dijadikan target dalam melakukan penjualan, Menurut Kotler dan Armstrong (2018:213), Segmentasi pasar merupakan suatu proses membagi pasar ke dalam segmen-segmen pelanggan potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukkan adanya kesamaan perilaku pembeli. tugas pemasar adalah mengidentifikasi dan memutuskan segmen mana yang akan dibidik . Dengan adanya segmentasi akan memudahkan pembisnis menargetkan kemana produk yang dijual tersebut memiliki potensi sehingga penjualan akan lebih efektif dan efisien. ada 3 jenis segmentasi

##### a. Geografis

Pembagian pasar dilihat dari letak wilayahnya atau geografisnya bisa seperti negara, kota, kabupaten, kecamatan, keluarahan. Letak geografis pasar sanagat penting untuk pertimbangan strategi bisnis, contohnya *minimarket* di daerah pegunungan lebih banyak menjual jas hujan dibandingkan di daerah kota. Toko peralatan listrik “Makmur Jaya” menempatkan *store*nya di pusat perdagangan alat listrik Plaza Kenari Mas, salemba. Dengan menempatkan store fisik di daerah ini akan menambah kepercayaan konsumen akan barang yang dijual, karena memang Kenari Mas sudah terkenal dengan pusat alat alat listrik dan elektronik.

##### b. Demografis

Dalam segmentasi demografis pasar bisa dibagi menjadi berbagai macam kelompok, dari usia, jenis kelamin, pendapatan, kelas sosial. Toko peralatan listrik “Makmur





Jaya” menargetkan produknya kepada orang berumur >25tahun (utama), jenis kelamin laki-laki, pendapatan minimal UMR, kelas sosial menengah.

#### c. Psikografis

Segmentasi Psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok - kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. Dari segi psikografis kita membidik konsumen konsumen yang up to date dengan *social media*, dan *aware* dengan estetika pencahayaan.

### 4.4 Strategi Pemasaran

Menurut Sofjan Assauri (2017:15) Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing- masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Dalam menjalankan sebuah bisnis tentu perlu dilakukan strategi pemasaran agar apa yang sudah kita segmentasikan dan kita targetkan dapat tercapai. Strategi pemasaran yang baik juga pastinya akan meningkatkan jumlah penjualan, berikut strategi pemasaran yang akan dilakukan Toko peralatan listrik “Makmur Jaya” hingga dapat menaikkan penjualan

#### a. Diferensiasi

Dengan adanya diferensiasi ini akan membuat suatu produk menjadi lebih menarik di mata konsumen atau calon konsumen selain itu juga ini akan membentuk identitas yang melekat pada benak konsumen. Diferensiasi bisa berupa, produk, layanan, saluran distribusi, sumber daya, citra perusahaan.

Dalam melakukan pengembangan mengingat bahwa produk yang dijual sama dengan pesaing , penulis akan membuat toko peralatan listrik “Makmur Jaya” memiliki diferensiasi dalam segi konsep, dan pelayanan. penulis akan memberikan



experience yang lebih dengan harga yang terjangkau. Toko peralatan listrik “Makmur Jaya” akan terus menggunakan konsep modifikasi terhadap setiap trend yang ada. Berikut contoh nyatanya : Menjual produk Pencetan Bell dengan cara yang menarik dan kekinian.

Gambar 4. 2 Konten Diferensiasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b. Positioning

Positioning menurut Kotler dan Armstrong (2018:228), adalah penempatan merek produk ke dalam pikiran konsumen. Toko peralatan listrik “Makmur Jaya” menempatkan dirinya sebagai brand yang memiliki estetika untuk masyarakat. Estetika berupa setiap barang yang dijual memiliki nilai lebih, contohnya barang-barang peralatan listrik bisa dikemas secara KREATIF sehingga memberikan nilai lebih terhadap konsumen yang membeli. Berikut contoh nyatanya :

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. 3 Konten Positioning**



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bahwa tombol bel yang dijual tidak perlu di pencet berulang kali karena akan otomatis mengulangnya sekali lagi

**c. Penetapan Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:310) *customer value based pricing* menggunakan prinsip nilai pembeli sebagai kunci penetapan harga, Penetapan harga berbasis nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat menyusun strategi pemasaran produk lalu menetapkan harga Harga dipertimbangkan bersama semua variable bauran pemasaran lainnya sebelum strategi pemasaran ditentukan. Berikut metode yang digunakan untuk menentukan penetapan harga

1) *Cost Oriented Pricing* (Penetapan Harga berdasarkan Biaya)

Metode penetapan harga ini menghitung biaya biaya apa saja yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi dan tentunya ditambah presentase laba yang diinginkan biasanya kalo makanan itu sekitar 50% dan minuman bisa 100-150% .

2) *Demand Oriented Pricing* (Penetapan Harga berdasarkan Pendekatan Kebuthan/ Permintaan)

Metode penetapan harga ini menggunakan permintaan masyarakat sebagai patokan. Kalau perintaanya banyak maka harganya akan dinaikan

**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.



contohnya pada saat awal pandemi, jual masker bisa untung 500% karena permintaan yang tinggi

3) *Competition Oriented Pricing* (Penetapan Harga berdasarkan Pendekatan Pesaing)

Metode penetapan harga ini menyesuaikan harga yang dijual oleh pesaing di industri yang sama, hal ini dilakukan untuk produk produk umum atau sama.

Berdasarkan ketiga strategi penetapan harga toko peralatan listrik “Makmur Jaya” menggunakan metode *Cost Oriented Pricing* sebagai penentu penghitung berapa laba yang diambil dari setiap produknya agar menutupi biaya operasional dan modal barang yang dijual, serta menggunakan *competition oriented pricing* sebagai patokan agar barang yang kita jual tidak *overprice* atau *underprice*.

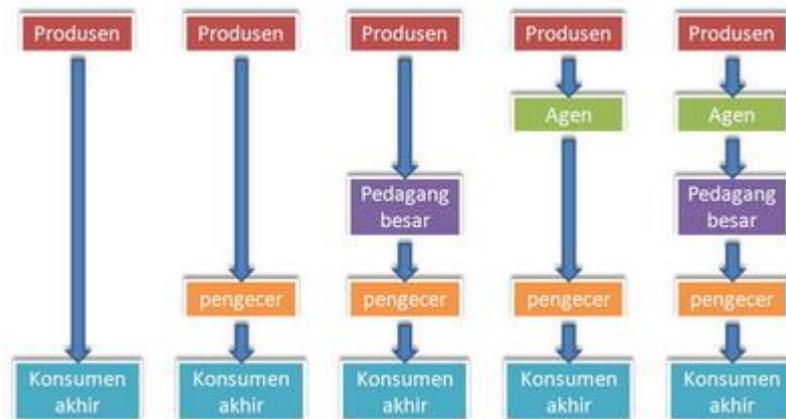
d. Saluran Distribusi

Menurut (Tjiptono, 2014). Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:343) Dalam menyalurkan barang konsumsi, ada lima jenis saluran yang dapat digunakan yaitu:



**Gambar 4. 4 Saluran Distribusi Kotler dan Armstrong**



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan gambar diatas Toko peralatan listrik “Makmur Jaya” menggunakan strategi saluran distribusi Produsen – Konsumen karena toko peralatan listrik “Makmur Jaya” menjual produknya secara langsung ke konsumen, dan toko “Makmur Jaya” juga merupakan *reseller* dari beberapa brand.

#### 4.5 Strategi Promosi

Dalam melakukan sebuah promosi perlu adanya strategi, agar promosi yang dibuat dapat disambut dengan baik oleh konsumen dan tentunya dapat membantu setiap bisnis mencapai target pasarnya, selain itu juga promosi yang baik akan menghadirkan keuntungan bagi satu bisnis.

Promosi menurut Kotler dan Armstrong (2018:424), adalah bahan utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari kumpulan alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau layanan tertentu secara lebih cepat atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Menurut Kotler dan Armstrong terdapat lima alat promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan, yakni:

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



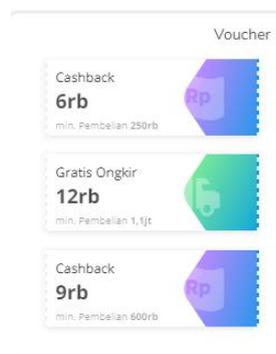
a. *Advertising*

Di jaman sekarang advertising bukanlah sebuah hal asing, promosi dalam bentuk iklan ini sudah ada dimana mana dan tidak mungkin kita tidak nonton atau menjumpai iklan dalam sehari, iklan digunakan untuk menyampaikan informasi dari sebuah produk yang bertujuan untuk meningkatkan minat konsumen hingga menyentuh keputusan pembelian dari konsumen, Toko Peralatan Listrik “Makmur Jaya” dalam beriklan tentunya akan memaksimalkan media social seperti facebook, instagram dan tik tok untuk mengiklankan produknya dalam bentuk kreatif (video atau foto).

b. *Sales Promotion*

Sales promotion bearti kita memberikan promosi dalam penjualan, hal tersebut dapat berupa potongan harga/ diskon. Untuk toko peralatan listrik “Makmur Jaya” sendiri hal ini akan kita lakukan lewat program program yang akan kami hadirkan seperti member atau *followers* dan promo kerjasama dengan beberapa platform *online* seperti bebas ongkir tokopedia,shopee,bukalapak.

**Gambar 4. 5 Contoh Voucher**



**© 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.



c. *Personal selling*

*Personal selling* merupakan teknik promosi dimana penjual akan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. Ini merupakan teknik utama yang biasa toko peralatan listrik “Makmur Jaya” lakukan karena menurut penulis interaksi atau hubungan (layanan) yang dibangun ke konsumen merupakan penentu dari keputusan pembelian. Dengan interaksi yang informatif dan komunikatif akan membuat konsumen merasakan bahwa mereka itu diperhatikan sehingga diharapkan akan ada pembelian berulang jika teknik ini dijalankan dengan baik.

d. *Public Relation*

*Public relation* merupakan proses untuk mempertahankan citra baik serta membantu membangun hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan atau rekan brand. Dengan adanya citra yang baik, relasi Toko peralatan listrik “Makmur Jaya” dengan publik tentunya akan semakin luas, citra yang baik akan mengundang banyak orang, citra yang baik juga menunjukkan bahwa brand “Makmur Jaya” yang dibangun bagus dan layak dikunjungi. Dalam mewujudkan ini tentu kami toko peralatan listrik “Makmur Jaya” akan membuat program seperti kegiatan peduli lingkungan sekitar, ikut daur ulang sampah menjadi barang elektronik yang bernilai, dan kegiatan relasi lainnya.

e. *Direct Marketing*

*Direct marketing* adalah Pemasaran yang dilakukan atau dikomunikasikan langsung oleh produsen kepada konsumen dan calon konsumen. *Direct marketing* ini dilakukan bersamaan dengan *direct selling*, Toko peralatan listrik “Makmur Jaya” akan melakukannya lewat program member. Dengan

© 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.

ini kita dapat menyalurkan apa saja produk baru yang kita luncurkan, apa saja promosi yang ada dan sedang berjalan.

**© 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.