



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

#### 4.1 Produk/Jasa Yang Dihasilkan

Toko Eurasia Aquatic merupakan usaha yang menjalankan usahanya dengan model *offline* melalui toko/*gallery* serta online melalui *website* toko serta media sosial seperti *Facebook* atau *Instagram*. Toko Eurasia Aquatic menyediakan ikan hias cupang dengan jenis *Crownail*, *Giant*, *Halfmoon*, dan *Plakat*, meskipun toko Eurasia Aquatic juga menyediakan jasa untuk mencari ikan dengan jenis lain yang diinginkan pelanggan untuk menjaga kepuasan konsumen serta memperluas variasi jenis ikan yang ditawarkan pada konsumen.

Dengan komitmen yang dimiliki toko Eurasia Aquatic serta kelebihan yang ditawarkan dalam menyediakan variasi jenis ikan, maka konsep ini sangat dipengaruhi oleh jenis-jenis ikan yang disukai, ikan hias berdasarkan kategori atau jenis produknya, merupakan barang jenis konsumen yang termasuk ke dalam jenis barang yang dibeli tanpa adanya perencanaan dan pertimbangan yang matang atau hanya berdasarkan dorongan hati sesaat dan hobi yang dimiliki oleh konsumen (Kotler, Phillip, Keller, 2016).

Jenis-jenis ikan yang dijual oleh toko Eurasia Aquatic akan dijabarkan melalui gambar dibawah ini. Jenis-jenis ikan akan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan variasi corak warna yang dimiliki.



a. *Crowntail*

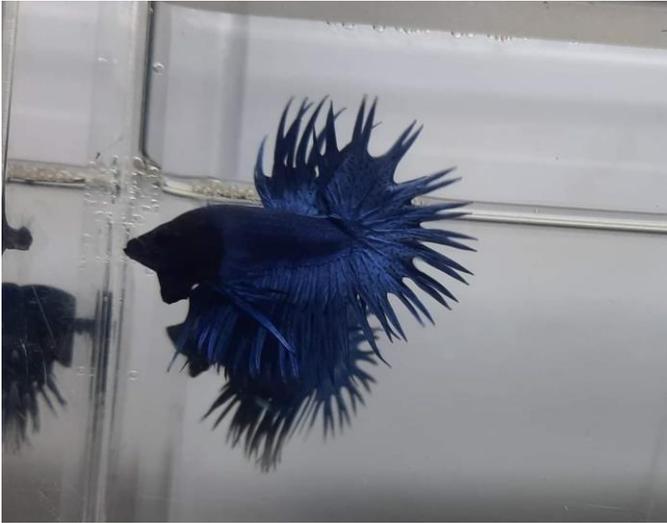
**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 4.1.1**  
*Crowntail Solid Blue*



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

**Gambar 4.1.2**  
*Crowntail Solid Red*



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 4.1.3**

***Crowntail Solid Black***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

**Gambar 4.1.4**

***Crowntail White Platinum***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022



**Gambar 4.1.5**  
*Crowntail Multicolor*



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

Cupang *Crowntail* merupakan ikan cupang yang karakteristik khasnya terletak pada ekor.

Bentuk ekor cupang *Crowntail* mudah dikenali karena terlihat seperti sisir, duri atau gau, intinya

bercabang banyak, sebab itu apapun warna ikan cupangnya, jika memiliki ekor serit, maka

disebut cupang *Crowntail*. Contoh jenis ikan *Crowntail* yang dijual oleh toko Eurasia Aquatic

berjenis *Crowntail Solid Blue*, *Crowntail Solid Red*, *Crowntail Solid Black*, *Crowntail White*

*Platinum*, dan *Crowntail Multicolor*.



b. *Giant*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 4.1.6**

***Giant Solid Blue***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

**Gambar 4.1.7**

***Giant Solid Red***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022



**Gambar 4.1.8**

***Giant Solid Black***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

**Gambar 4.1.9**

***Giant White Platinum***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 4.1.10

#### *Giant Multicolor*



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

Cupang *Giant* merupakan ikan cupang yang ukurannya lebih besar dan memiliki tulang yang lebih kasar dibandingkan dengan jenis ikan cupang lainnya, Ciri khas Cupang *Giant* asli dapat dilihat secara jelas dari bentuk tulangnya, yakni terlihat jelas mulai dari bagian atas, sirip bawah, dan badan bagian tengah. Pada umumnya, Cupang *Giant* memiliki warna dasar putih pada bagian tubuh dan warna biru atau hitam pada bagian ekor. Namun karena saat ini banyak dikawinsilangkan dengan jenis lain, maka warna dari cupang *giant* menjadi lebih bervariasi mengikuti warna dari induk atau pasangan kawin silang sebelumnya. Contoh jenis ikan cupang *Giant* yang dijual oleh toko Eurasia Aquatic berjenis *Giant Solid Blue*, *Giant Solid Red*, *Giant Solid Black*, *Giant Multicolor*, *Giant White Platinum*.

### ©

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.



**Gambar 4.1.11**  
**Plakat *Bluerim***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

**Gambar 4.1.12**  
***Halfmoon Solid Blue***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 4.1.13**

***Halfmoon Red Dragon***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

**Gambar 4.1.14**

***Halfmoon Plakat Solid Red***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 4.1.15**

***Halfmoon Solid Yellow***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

**Gambar 4.1.16**

***Plakat Multicolor***



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, diolah penulis, 2022

Cupang Plakat memiliki ekor yang berbentuk seperti skop dengan tulang ekor berjumlah 2 cabang, ujungnya panjang, sirip yang berada di dekat kepala lebih panjang dari sirip perut dan

© 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.



ekornya sehingga nampak seperti memakai dasi panjang. Cupang Plakat terdiri dari beberapa jenis seperti Plakat *Halfmoon* yang memiliki sirip ekor dengan bentuk setengah lingkaran atau

huruf *D*, Plakat *Bluerim* yang berwarna biru dan putih. Cupang Plakat punya warna cenderung gelap, tidak terlalu mencolok. Warna yang muncul pertama kali atau tradisional ialah putih dengan sirip dan ekor coklat, saat ini lebih banyak warnanya karena telah banyak dikawinsilang.

Contoh jenis ikan Plakat yang dijual oleh toko Eurasia Aquatic berjenis *Bluerim*, *Solid Blue*, *Red Dragon*, *Red Solid*, *Solid Yellow*, dan *Multicolor*.

Logo merupakan salah satu elemen teenting dalam aspek pemasaran agar toko dapat dengan mudah diingat dalam benak konsumen, oleh karena itu toko Eurasia Aquatic menggunakan merek Betta DeeDee yang mudah diingat dan mudah disebutkan, selain itu terdapat beberapa etiket atau makna yang terkandung pada logo Eurasia Aquatic, antara lain warna biru pada latar belakang yang melambangkan habitat ikan cupang yang berada di air yang berwarna biru, warna biru melambangkan ketenangan serta meredakan stress yang juga merupakan salah satu manfaat dari memelihara ikan cupang, warna oranye pada ikan yang melambangkan kesan hangat yang dimunculkan oleh ikan cupang dalam suatu ruangan dan bersemangat, optimisme, percaya diri karena sifat dasar ikan cupang yang merupakan ikan cupang yang optimis dan percaya diri saat diadu dengan ikan cupang yang lain, dan warna hitam pada latar Belakang & tulisan merk yang melambangkan kekontrasan ikan cupang yang walaupun hangat namun mempunyai sifat yang garang namun elegan.

Logo dari merk yang digunakan oleh merk toko Eurasia Aquatic dapat dilihat dari gambar 4.1.17 dibawah ini.

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.



Gambar 4.1.17

Logo Toko Eurasia Aquatic



Sumber : Dokumentasi Toko Eurasia Aquatic, 2022

© 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.

#### 4.2 Gambaran Pasar

Gambaran pasar di periode yang akan datang dapat menjadi acuan sasaran atau target yang mungkin dicapai oleh toko Eurasia Aquatic baik dalam jangka pendek (harian atau bulanan) maupun jangka panjang (5 tahun ke depan), terdapat beberapa pertimbangan yang digunakan saat membuat gambaran pasar di periode masa yang akan datang, antara lain faktor seperti tingkat pertumbuhan ekonomi sebesar 5% (Alamsyah, 2021) serta tingkat inflasi di angka berkisar 2-4% (Mulyani, 2021), asumsi penjualan menggunakan harga rata-rata dari masing-masing jenis ikan cupang, asumsi peningkatan penjualan di hari besar maupun hari normal sebesar 10% per tahun, dan asumsi jam operasional selama 8 jam/hari dalam 6 hari dalam seminggu.

Berdasarkan perhitungan penjualan tahun 2022, maka dapat disajikan data nilai proyeksi penjualan selama 5 (lima) tahun ke depan, yang dapat dibagi kembali menjadi penjualan harian, mingguan, bulanan, hingga tahunan serta nilai penjualan.



Tabel 4.2.1

Anggaran Penjualan Toko Eurasia Aquatic (Dalam Rupiah)

Jenis Ikan	Tahun	2023		2024		2025		2026		2027	
	Harga Jual	Unit	Total Harga								
Crown Solid Blue	250.000	50	12.500.000	55	13.750.000	61	15.125.000	67	16.637.500	74	18.301.250
Crown Solid Red	250.000	50	12.500.000	55	13.750.000	61	15.125.000	67	16.637.500	74	18.301.250
Crown Solid Black	250.000	50	12.500.000	55	13.750.000	61	15.125.000	67	16.637.500	74	18.301.250
Crown White Platinum	300.000	15	4.500.000	17	4.950.000	19	5.445.000	21	5.989.500	23	6.588.450
Crown Multicolor	350.000	15	5.250.000	17	5.775.000	19	6.352.500	21	6.987.750	23	7.686.525
Giant Solid Blue	500.000	125	62.500.000	138	68.750.000	152	75.625.000	167	83.187.500	184	91.506.250
Giant Solid Red	500.000	125	62.500.000	138	68.750.000	152	75.625.000	167	83.187.500	184	91.506.250
Giant Solid Black	500.000	125	62.500.000	138	68.750.000	152	75.625.000	167	83.187.500	184	91.506.250
Giant White Platinum	550.000	90	49.500.000	99	54.450.000	109	59.895.000	120	65.884.500	132	72.472.950
Giant Multicolor	750.000	250	187.500.000	275	206.250.000	303	226.875.000	333	249.562.500	366	274.518.750
Plakat Blue	356.000	125	44.500.000	138	48.950.000	152	53.845.000	167	59.229.500	184	65.152.450
Halfmoon Solid Blue	250.000	80	20.000.000	88	22.000.000	97	24.200.000	107	26.620.000	118	29.282.000
Halfmoon Red Dragon	250.000	80	20.000.000	88	22.000.000	97	24.200.000	107	26.620.000	118	29.282.000
Halfmoon Solid Red	250.000	80	20.000.000	88	22.000.000	97	24.200.000	107	26.620.000	118	29.282.000
Halfmoon Solid Yellow	250.000	50	12.500.000	55	13.750.000	61	15.125.000	67	16.637.500	74	18.301.250
Plakat Multicolor	300.000	40	12.000.000	44	13.200.000	48	14.520.000	53	15.972.000	58	17.569.200
Total	445.000	1.350	600.750.000	1.485	660.825.000	1.634	726.907.500	1.797	799.598.250	1.977	879.558.075

Sumber : Data Perencanaan Pemasaran Toko Eurasia Aquatic, 2022

- Data Penjualan per bulan terlampir pada Bab VII



### 4.3 Target Pasar Yang Dituju



Menurut Kotler (2016), target pasar merupakan tahap lanjutan setelah tahap segmentasi pasar, target pasar merupakan tahap dimana sekelompok pembeli berbagi target pasar. Dengan menentukan target pasar perusahaan dapat menentukan strategi untuk memenuhi kebutuhan pasar, untuk menentukan target pasar diperlukan tahap segmentasi pasar terlebih dahulu. Segmentasi pasar merupakan kegiatan yang dilakukan pasar untuk membagi pangsa pasar ke dalam segmen-segmen yang lebih kecil sesuai dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda dan membutuhkan strategi pemasaran serta bauran pemasaran yang teisah (Kotler, Armstrong, 2020).

Segmentasi pasar dibagi ke dalam beberapa jenis, yakni segmentasi geografis, demografi, psikografi dan perilaku (Kotler, Armstrong, 2020). Tahap segmentasi pasar dari toko Eurasia Aquatic akan dijelaskan sebagai berikut.

#### a. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis pelanggan utama toko Eurasia Aquatic yakni pelanggan yang berdomisili di kota Batam, Kepulauan Riau baik di pusat maupun pinggiran kota yang padat penduduk dikarenakan dekat dengan lokasi pembiakan dan toko fisik, namun dengan adanya pemasaran melalui media sosial yang tidak terhalang oleh ruang dan waktu maka segmentasi demografis toko Eurasia Aquatic dapat diperluas menjadi ke seluruh kota di Indonesia serta beberapa negara tetangga seperti Singapore atau Malaysia.

#### b. Segmentasi Demografi



Segmentasi demografi pelanggan toko Eurasia Aquatic yakni pelanggan yang berada dalam usia produktif (15-64 tahun) baik dengan jenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang masih *single* maupun yang telah berkeluarga, sedangkan dari segi pendapatan segmentasi pasar dari toko Eurasia Aquatic yakni pelanggan dengan kisaran pendapatan Rp5.000.000-10.000.000/bulan dengan beragam pekerjaan mulai dari siswa hingga wiraswasta dari berbagai suku, agama, ras, dan nasionalitas.

### c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis pelanggan toko Eurasia Aquatic yakni pelanggan dengan kelas sosial menengah, segmen ini disesuaikan dengan target pasar yang dituju, sedangkan gaya hidup yang dituju sebagai pelanggan toko Eurasia Aquatic yakni pelanggan dengan gaya hidup yang santai dan menikmati *hobby* dan kesenangan yang digemari, hal ini menjadi penting bagi usaha ikan hias karena untuk memuaskan hobi yang dimiliki seseorang dapat mengeluarkan lebih banyak uang (menjadi lebih konsumtif).

### d. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku pelanggan toko Eurasia Aquatic yakni pelanggan yang telah memiliki pengetahuan mendasar tentang kualitas ikan cupang yang baik dan ingin membeli ikan cupang yang berkualitas untuk dikoleksi atau digunakan untuk berkompetisi di kompetisi ikan cupang. Konsumen yang telah memiliki pengetahuan dan pengalaman yang baik terhadap toko Eurasia Aquatic akan menjadi pelanggan dengan loyalitas yang tinggi sebagai respons positif karena pelanggan merasa puas.

## 4.4 Strategi Pemasaran



## a. Diferensiasi

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan diferensiasi sebagai upaya untuk memberikan identitas tertentu kepada usaha untuk memberikan perbedaan dibandingkan pesaing baik dari segi bentuk, fitur, kinerja produk, kesesuaian produk, desain dan gaya dari produk itu sendiri. Sebagai toko yang menjual makhluk hidup maka diferensiasi yang ditawarkan toko Eurasia Aquatic tidak hanya sekedar terletak pada diferensiasi produk melainkan jasa pasca pembelian jika terjadi sesuatu pada ikan yang dibeli pelanggan, diferensiasi jasa menurut Kotler dan Keller (2016) pada toko Eurasia Aquatic antara lain edukasi pelanggan dan konsultasi pelanggan.

### 1) Kualitas Ikan

Diferensiasi dalam kualitas ikan dibandingkan dengan pesaing lain, yakni adanya penetapan standar pada toko Eurasia Aquatic yang hanya bisa membiakkan ikan dengan ukuran tertentu dengan jenis tertentu dan dengan standar kualitas warna tertentu, proses ini menjadi pembeda dimana pesaing lain tidak memperhatikan proses pemilihan induk hingga serinci toko Eurasia Aquatic, hal ini berdampak pada kualitas anakan ikan produksi toko Eurasia Aquatic yang lebih baik.

### 2) Edukasi Pelanggan

Pada toko Eurasia Aquatic, hubungan dengan pelanggan dijaga dan dipertahankan dengan baik, salah satu upaya toko untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan yakni dengan memberikan pelayanan setelah pembelian seperti mengedukasi pelanggan bagaimana cara merawat ikan cupang yang dibeli agar dapat bertahan lama sehingga pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan bahkan setelah melakukan pembelian.



### 3) Konsultasi Pelanggan

Toko Eurasia Aquatic juga menawarkan jasa konsultasi pelanggan secara gratis, dimana pelanggan dapat menghubungi toko Eurasia Aquatic jika terjadi permasalahan seperti ikan cupang yang dibiakkan sakit atau terjadi kendala lain, dimana karyawan toko Eurasia Aquatic akan membantu memberikan solusi terbaik bagi pelanggan saat dibutuhkan, hal ini merupakan upaya lain untuk menjaga proposisi nilai yang diberikan kepada pelanggan.

#### b. Positioning

*Positioning* merupakan strategi perusahaan dalam merancang penawaran serta pembentukan citra perusahaan untuk memperoleh tempat khusus di benak konsumen (Kotler, Phillip; Keller, 2016). Toko Eurasia Aquatic memposisikan toko sebagai toko ikan cupang yang menyediakan berbagai jenis ikan cupang dengan kualitas dan layanan pelanggan terbaik. Pernyataan STP yang dimiliki toko Eurasia Aquatic yakni “Kepada semua peminat ikan cupang berkualitas, toko Eurasia Aquatic merupakan usaha budidaya ikan cupang yang hanya menghasilkan ikan berkualitas yang mampu bersaing secara internasional dengan penawaran harga yang terjangkau”. Toko Eurasia Aquatic menggunakan jargon “*Only the best*” yang menggambarkan komitmen toko pada kualitas ikan yang dibiakkan dan dijual, begitu juga dengan nilai dan layanan yang terbaik yang diberikan pada pelanggan.

#### c. Penetapan Harga

Strategi penetapan harga yang digunakan toko Eurasia Aquatic bertujuan untuk menjaga daya saing dibandingkan dengan pesaing, memaksimalkan keuntungan atau laba, memaksimalkan target pasar, memaksimalkan pangsa pasar secara maksimal, dan menjaga kepemimpinan kualitas produk (Kotler, Phillip; Keller, 2016).



Mengenai strategi penetapan harga, Toko Eurasia Aquatic menggunakan strategi penetapan harga *cost-plus pricing method* atau harga jual produk per unit yang ditetapkan

berdasarkan biaya produksi per item ditambah dengan margin laba usaha yang telah ditetapkan. Penggunaan strategi penetapan harga *cost-plus pricing method* oleh toko Eurasia Aquatic didasarkan oleh kualitas ikan yang dihasilkan yang lebih tinggi dibandingkan pesaing lain sehingga harga yang ditetapkan oleh toko Eurasia Aquatic memanglah bukanlah yang termurah dari segi nominal, namun dengan kualitas serta layanan yang didapatkan oleh pelanggan, harga yang ditetapkan oleh Toko Eurasia Aquatic masih memberikan nilai yang terbaik dibandingkan pesaing lain, hal ini sesuai dengan tujuan untuk memaksimalkan laba dan menjaga kepemimpinan kualitas. Toko Eurasia Aquatic menetapkan biaya keuntungan (*margin*) penjualan sebesar 20%.

#### d. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan organisasi yang saling bergantung dan saling membantu dalam membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh pelanggan atau pengguna bisnis (Kotler, Phillip, Keller, 2016). Saluran distribusi dibagi menjadi dua jenis, yakni distribusi langsung yang sederhana dan pendek karena produk tidak diperantarakan (produsen langsung ke konsumen) dan distribusi tidak langsung. Distribusi tidak langsung dibagi menjadi distribusi satu tingkat atau produsen menjual dalam jumlah besar pada pengecer untuk kemudian diccer kembali kepada pelanggan, distribusi dua tingkat atau distribusi dengan perantara melalui pedagang besar/pengecer, dan saluran tiga tingkat atau distribusi yang melibatkan agen, pedagang besar, dan pengecer dimana produsen menjual barang pada agen, agen menjual pada pedagang besar, pedagang besar menjual pada pengecer, dan pengecer menjual kepada pelanggan individu.

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

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh isi karya tulis ini tanpa menuliskan sumber dan menyebutkan nama penulis, penyalin, penyusun, dan penyalin lainnya.  
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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



Toko Eurasia Aquatic menggunakan saluran distribusi langsung, hal ini dikarenakan ikan dibiakkan langsung oleh toko Eurasia Aquatic yang setelah mencukupi dan memenuhi standard dijual langsung kepada pelanggan individu atau pengecer tanpa adanya perantara atau pihak lain dalam proses distribusi.

#### 4.5 Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan salah satu aspek dalam komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menggunakan beberapa alternatif metode pemasaran. Dengan adanya saluran komunikasi pemasaran memberikan dampak yang signifikan terhadap proses pemasaran perusahaan (Kotler, Phillip; Keller, 2016). Dalam strategi promosi terkandung beberapa aspek, diantaranya *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relations, dan Direct Marketing*. Penerapan aspek-aspek diatas terhadap kegiatan promosi yang dilakukan toko Eurasia Aquatic akan dijelaskan sebagai berikut.

##### a. Advertising

Dalam mempromosikan produknya, toko Eurasia Aquatic menggunakan metode *Advertising* atau iklan sebagai salah satu strategi promosi yang digunakan, sebagai upaya untuk meningkatkan pangsa pasar serta meningkatkan *awareness* masyarakat akan toko, maka toko Eurasia Aquatic memasang iklan di beberapa media sosial populer seperti *Facebook* dan *Instagram*. Platform-platform media sosial yang menawarkan promosi berbayar, yakni *Facebook Ads & Instagram Ads*. Penggunaan dan optimalisasi metode *advertising* berbayar melalui media sosial ini berdampak pada jumlah *view* dan *engagement* yang meningkat karena konten promosi yang diiklankan oleh toko Eurasia Aquatic, hal ini disebabkan oleh berbagai fitur yang disediakan oleh *Facebook* dan *Instagram* seperti fitur *Facebook Marketplace* yang memungkinkan toko

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.  
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
3. Dilarang mengutipkan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

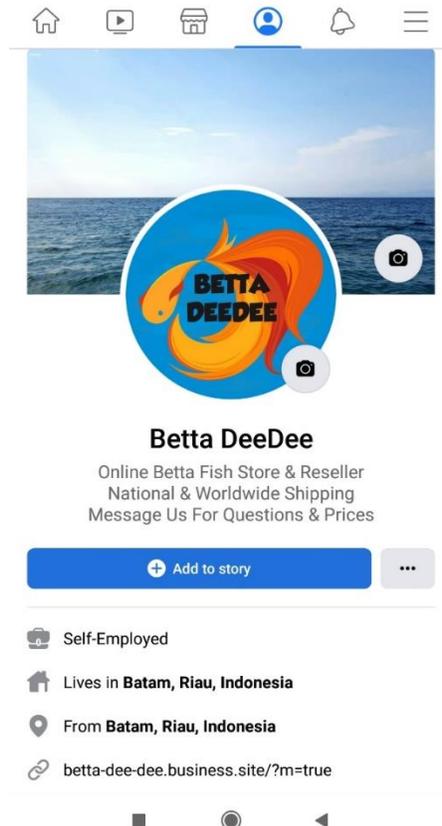


meletakkan produk dalam beberapa pasar selain itu terdapat fitur *Facebook Live* serta *Instagram Live*, *Stories* dan *Reel* yang membuat pengalaman pembelian konsumen menjadi lebih interaktif

dan menyenangkan, selain melalui metode iklan berbayar diatas, toko Eurasia Aquatic juga mensponsori beberapa kompetisi ikan cupang dan memasang logo toko sehingga dapat lebih dikenal oleh target pelanggan. Dengan adanya optimalisasi metode iklan, terdapat dampak positif pada pertumbuhan penjualan baik di dalam maupun diluar negeri karena adanya perkembangan segmen pasar dan target pasar yang lebih luas.

Gambar 4.5.1

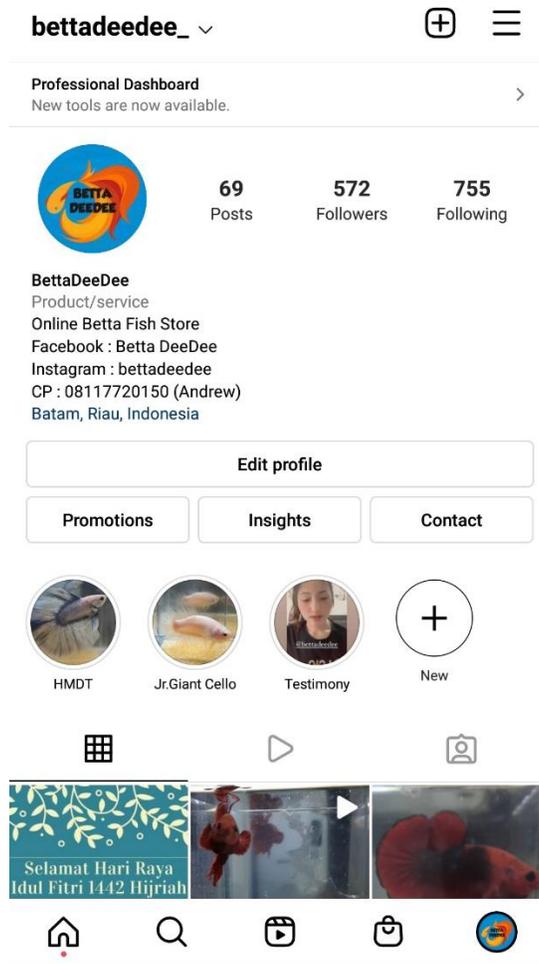
### Akun Facebook Promosi Toko Eurasia Aquatic



Sumber : *Facebook* Betta DeeDee, 2022

Gambar 4.5.2

Akun *Instagram* Promosi Toko Eurasia Aquatic



Sumber : Instagram Betta DeeDee, 2022

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

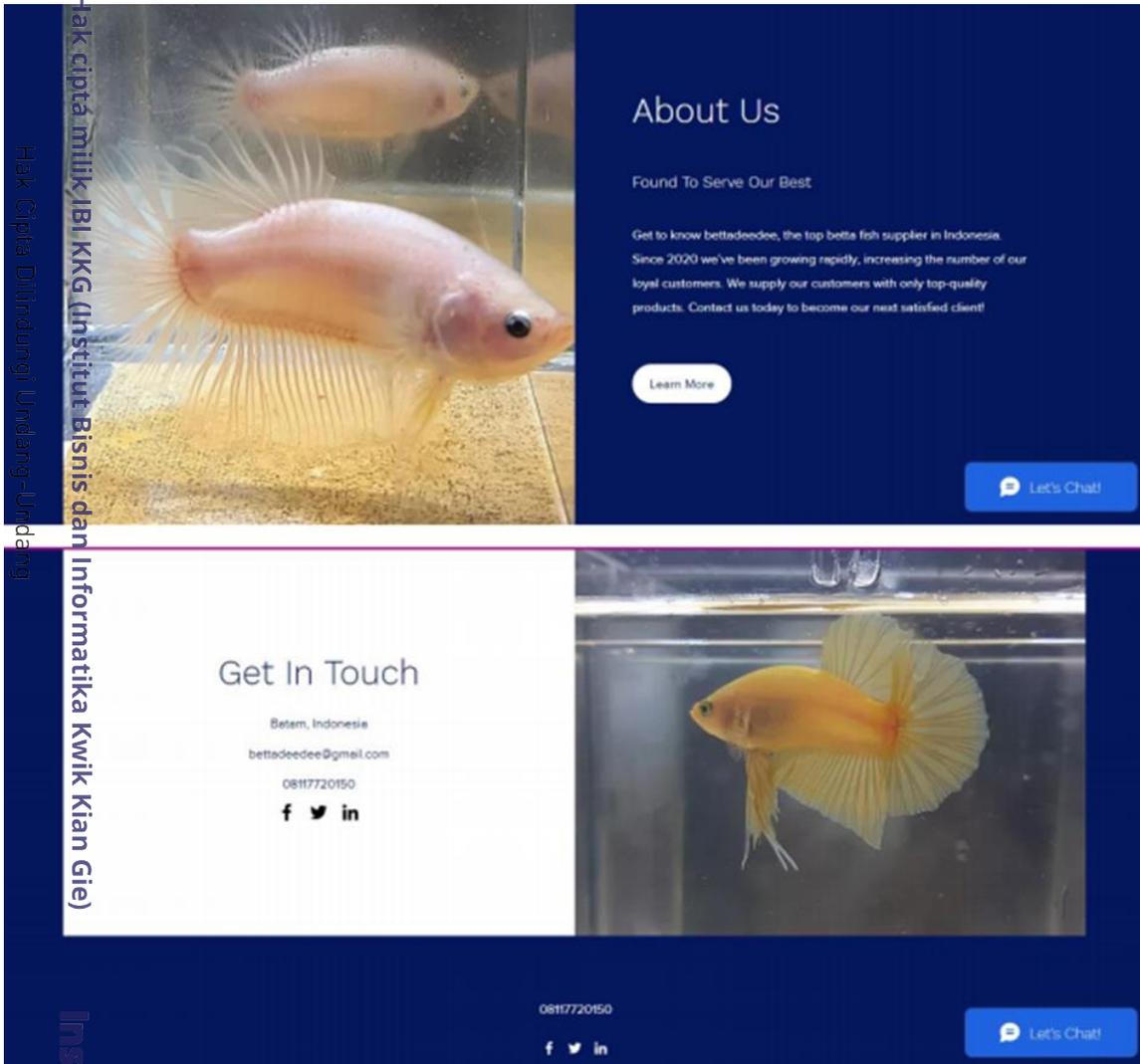
**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 4.5.3

Website Promosi Toko Eurasia Aquatic



Sumber : Website Betta DeeDee, 2022

b. Sales Promotion

Dalam mempromosikan produknya, toko Eurasia Aquatic menggunakan *Sales Promotion* atau promosi penjualan sebagai salah satu strategi promosi yang digunakan, promosi penjualan digunakan toko Eurasia Aquatic sebagai cara untuk meningkatkan penjualan dalam jangka pendek. Salah satu contoh promosi penjualan yang diberikan toko Eurasia Aquatic yakni memberikan diskon langsung atau pembebasan ongkos kirim ketika pelanggan melakukan transaksi 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



nominal tertentu contohnya diskon 20% atau gratis ongkos kirim jika pelanggan melakukan transaksi sebesar 500.000, selain itu promosi penjualan dapat dilakukan dengan memberikan

aksesoris gratis seperti jaring ikan atau memberikan bonus berupa obat atau vitamin ikan cupang.

Gambar 4.5.4

### Contoh Program Diskon Penjualan



Sumber : Instagram Betta DeeDee, 2022

### c. Personal Selling

Dalam mempromosikan produknya, Toko Eurasia Aquatic menggunakan Personal Selling sebagai salah satu strategi promosi yang digunakan, hal ini dikarenakan jumlah peminat ikan cupang yang jumlahnya semakin besar, sehingga dengan jumlah peminat yang besar karyawan

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.



akan lebih mudah menjangkau calon pembeli untuk membeli ikan cupang. Karyawan dapat menyampaikan informasi dan menjawab pertanyaan pelanggan secara langsung untuk merangsang

minat nasabah untuk membeli ikan cupang. di tengah pandemi, peran jemput bola untuk menjual ikan cupang yang dikombinasikan dengan adanya penerapan teknologi seperti penggunaan platform komunikasi seperti *Whatsapp*, *Facebook Messenger* dan lainnya berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan terutama pada masa PPKM yang sempat diberlakukan dimana pelanggan tidak mungkin membeli langsung ke toko.

Gambar 4.5.5

Contoh *Personal Selling* Toko Eurasia Aquatic



Sumber : *Facebook Messenger* Betta DeeDee, 2022



#### d. Public Relation

Dengan menggunakan platform media sosial seperti Facebook atau Instagram, toko Berasia Aquatic dapat mendekati diri kepada pelanggan melalui konten edukatif yang berisi fungsi atau manfaat memelihara ikan cupang bagi pelanggan, konten informatif mengenai karakteristik dan jenis-jenis ikan cupang dan proses pembiakan ikan, serta konten promosi berupa jenis ikan cupang baru atau program diskon yang sedang berlangsung.

Gambar 4.5.6

#### Contoh Konten Informatif



Sumber : Instagram Betta DeeDee, 2022

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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.



### e. Direct Marketing

Dalam mempromosikan produknya, toko Eurasia Aquatic menggunakan *Direct Marketing* sebagai salah satu strategi promosi, toko Eurasia Aquatic melakukan *Direct Marketing* dengan cara mempromosikan secara langsung jenis-jenis ikan cupang kepada pelanggan yang datang langsung ke toko. Selain itu karyawan toko juga dapat menjual ikan secara langsung di lokasi kompetisi kepada pembeli yang mencari ikan berkualitas tinggi, metode ini dapat digunakan untuk sebagai sarana promosi usaha serta metode penjualan produk dengan cepat serta dengan harga yang lebih tinggi jika ikan berhasil menjuarai kelasnya.

1. Ditangguhkan kegiatan 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.