



BAB IV

ANALISIS PEMASARAN DAN PEMASARAN

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

4.1 Produk Yang Dihasilkan

Bisnis retail *online* Bhinneka Nusantara merupakan model usaha perdagangan produk perlengkapan rumah tangga yang menawarkan jenis dan *variant* produk yang lengkap, semakin lengkap jenis produk yang ditawarkan oleh toko membuat pelanggan hanya memilih satu toko saja sebagai destinasi berbelanja dan tidak berbelanja di toko lain.

Berbagai jenis produk yang akan dijual oleh Bhinneka Nusantara akan dijabarkan pada tabel 4.1 dan gambar 4.1. Terdapat variasi dari setiap kategori produk yang dijual.

Gambar 4. 1

Gambar Produk Bhinneka Nusantara



Sumber : *Bhinneka Nusantara*, 2022

Tabel 4. 1

Daftar Harga Produk Bhinneka Nusantara

Jenis Produk	Model Produk	Harga Jual
Tissue	Tissue Toilet	Rp 25,500
	Tissue Facial Pop Up	Rp 6,000
	Tissue Hand Towel	Rp 7,500

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Jenis Produk	Model Produk	Harga Jual
	Tissue Facial Softpack	Rp 8,500
	Tissue Facial Kiloan	Rp 33,000
	Tissue Travel Pack x Hanky	Rp 4,500
	Tissue Basah	Rp 8,500
	Tissue Penyerap Minyak	Rp 29,900
Kamper	Kamper Naphtalene [25, 150, 300, 500, 1000 g]	Rp 27,500
	Kamper Toilet [3,5,6 Pcs]	Rp 13,500
	Kamper Freshener Gantung / Refill	Rp 11,500
Pengharum Ruangan x Pengharum Lemari	Gantung / Gel (padat)	Rp 12,000
	Aerosol / Semprot	Rp 25,000
Disinfectant	Aerosol x Liquid	Rp 7,500
Pembasmi Serangga	Lem Tikus	Rp 14,500
	Lem Lalat	Rp 7,500
Sabun	Cairan Pembersih Kaca	Rp 13,500
	Cairan Pembersih Lantai	Rp 23,000
	Cairan Pembersih Toilet (Porcelain)	Rp 31,000
	Cairan Pembersih Pakaian	Rp 37,000
	Cairan Pembersih Tangan	Rp 38,800
	Cairan Pembersih Dapur (Piring)	Rp 23,600
Produk Pendukung	Sabut Stainless x Sabut Spon	Rp 4,000

Sumber : *Bhinneka Nusantara*, 2022

Dalam membangun usaha, logo tidak pernah lepas dari identitas perusahaan. Logo adalah desain lambang atau simbol khusus yang mewakili sebuah perusahaan. Logo perusahaan membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lain secara visual sehingga berperan penting sebagai identitas perusahaan. Logo juga dapat memberi gambaran mengenai jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Berikut merupakan logo Bhinneka Nusantara :

Gambar 4. 2

Logo Bhinneka Nusantara



Sumber : *Bhinneka Nusantara*, 2022

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.



Konsep Logo Bhinneka Nusantara menggunakan warna dasar merah mewakili ketegasan, berani, tekun, energik, kuat, antusias, impulsif, menarik, dan agresif. Merah dipilih karena warna yang sangat mencolok yang mampu memusatkan perhatian dengan cepat dan membuat orang membuat keputusan cepat. Kemudian typografi yang digunakan menggunakan huruf kapital yang kaku mencerminkan konsistensi Bhinneka Nusantara dalam memberikan pelayanan dan kepuasan terhadap para pelanggan.

4.2 Gambaran Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2016:109) gambaran pasar adalah “*The expected level of company sales based on a chosen marketing plan and an assumed marketing environment*”. Yang artinya “Tingkat yang diharapkan dari penjualan perusahaan berdasarkan rencana pemasaran yang dipilih dan lingkungan pemasaran yang diasumsikan”. Rencana penilaian dan penjualan akan diasumsikan untuk satu bulan pertama sebagai dasar untuk perhitungan perencanaan 5 tahun ke depan. Proyeksi penjualan sangat berguna bagi *Bhinneka Nusantara* untuk mengetahui berapa jumlah total penjualan didapat dari bisnis yang digeluti sehingga pemilik dapat mengetahui langkah-langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Berikut adalah rencana proyeksi dan penjualan Bhinneka Nusantara



Tabel 4. 2

Proyeksi Penjualan Bhinneka Nusantara Januari 2022

Produk	Unit/Hari	Unit/Bulan	Harga/Unit	Total Penjualan
Tissue Toilet	20	600	Rp 25,500	Rp 15,300,000
Tissue Facial Pop Up	12	360	Rp 6,000	Rp 2,160,000
Tissue Hand Towel	20	600	Rp 7,500	Rp 4,500,000
Tissue Facial Softpack	10	300	Rp 8,500	Rp 2,550,000
Tissue Facial Kiloan	10	300	Rp 33,000	Rp 9,900,000
Tissue Travel Pack x Hanky	10	300	Rp 4,500	Rp 1,350,000
Tissue Basah	10	300	Rp 8,500	Rp 2,550,000
Tissue Penyerap Minyak	16	480	Rp 29,900	Rp 14,352,000
Kamper Naphtalene	15	450	Rp 27,500	Rp 12,375,000
Kamper Toilet [3,5,6 Pcs]	7	210	Rp 13,500	Rp 2,835,000
Kamper Freshener	9	270	Rp 11,500	Rp 3,105,000
Ganteng / Gel	8	240	Rp 12,000	Rp 2,880,000
Aerosol / Semprot	5	150	Rp 25,000	Rp 3,750,000
Aerosol x Liquid	18	540	Rp 7,500	Rp 4,050,000
Lem Tikus	7	210	Rp 14,500	Rp 3,045,000
Lem Lalat	7	210	Rp 7,500	Rp 1,575,000
Cairan Pembersih Kaca	12	360	Rp 13,500	Rp 4,860,000
Cairan Pembersih Lantai	10	300	Rp 23,000	Rp 6,900,000
Cairan Pembersih Toilet	10	300	Rp 31,000	Rp 9,300,000
Cairan Pembersih Pakaian	15	450	Rp 37,000	Rp 16,650,000
Cairan Pembersih Tangan	12	360	Rp 38,800	Rp 13,968,000
Cairan Pembersih Dapur	15	450	Rp 23,600	Rp 10,620,000
Sabut Stainless x Sabut Spon	10	300	Rp 4,000	Rp 1,200,000
		8040		Rp 149,775,000

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

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 4.3

Proyeksi Penjualan Bhinneka Nusantara (dalam Unit) tahun 2022

Produk	2022 / Terjual Dalam Pcs											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des
Tissue Toilet	600	612	624	637	649	662	676	689	703	717	731	746
Tissue Facial Pop Up	360	367	375	382	390	397	405	414	422	430	439	448
Tissue Hand Towel	600	612	624	637	649	662	676	689	703	717	731	746
Tissue Facial Softpack	300	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373
Tissue Facial Kiloan	300	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373
Tissue Travel Pack x Hanky	300	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373
Tissue Basah	300	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373
Tissue Penyerap Minyak	480	490	499	509	520	530	541	551	562	574	585	597
Kamper Naphtalene	450	459	468	478	487	497	507	517	527	538	549	560
Kamper Toilet [3,5,6 Pcs]	210	214	218	223	227	232	236	241	246	251	256	261
Kamper Freshener	270	275	281	287	292	298	304	310	316	323	329	336
Gantung / Gel	240	245	250	255	260	265	270	276	281	287	293	298
Aerosol / Semprot	150	153	156	159	162	166	169	172	176	179	183	187
Aerosol x Liquid	540	551	562	573	585	596	608	620	633	645	658	671
Lem Tikus	210	214	218	223	227	232	236	241	246	251	256	261
Lem Lalat	210	214	218	223	227	232	236	241	246	251	256	261
Cairan Pembersih Kaca	360	367	375	382	390	397	405	414	422	430	439	448
Cairan Pembersih Lantai	300	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373
Cairan Pembersih Toilet	300	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373
Cairan Pembersih Pakaian	450	459	468	478	487	497	507	517	527	538	549	560
Cairan Pembersih Tangan	360	367	375	382	390	397	405	414	422	430	439	448
Cairan Pembersih Dapur	450	459	468	478	487	497	507	517	527	538	549	560
Sabut Stainless x Sabut Spon	300	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373
Total	8,040	8,201	8,365	8,532	8,703	8,877	9,054	9,235	9,420	9,609	9,801	9,997

107,833

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

Tabel 4.4

Proyeksi Penjualan Bhinneka Nusantara (dalam Unit) tahun 2023

Produk	2023 / Terjual Dalam Pcs											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des
Tissue Toilet	612	624	637	649	662	676	689	703	717	731	746	761
Tissue Facial Pop Up	367	375	382	390	397	405	414	422	430	439	448	457
Tissue Hand Towel	612	624	637	649	662	676	689	703	717	731	746	761
Tissue Facial Softpack	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380
Tissue Facial Kiloan	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380
Tissue Travel Pack x Hanky	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380
Tissue Basah	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380
Tissue Penyerap Minyak	490	499	509	520	530	541	551	562	574	585	597	609
Kamper Naphtalene	459	468	478	487	497	507	517	527	538	549	560	571
Kamper Toilet [3,5,6 Pcs]	214	218	223	227	232	236	241	246	251	256	261	266
Kamper Freshener	275	281	287	292	298	304	310	316	323	329	336	342
Gantung / Gel	245	250	255	260	265	270	276	281	287	293	298	304
Aerosol / Semprot	153	156	159	162	166	169	172	176	179	183	187	190
Aerosol x Liquid	551	562	573	585	596	608	620	633	645	658	671	685
Lem Tikus	214	218	223	227	232	236	241	246	251	256	261	266
Lem Lalat	214	218	223	227	232	236	241	246	251	256	261	266
Cairan Pembersih Kaca	367	375	382	390	397	405	414	422	430	439	448	457
Cairan Pembersih Lantai	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380
Cairan Pembersih Toilet	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380
Cairan Pembersih Pakaian	459	468	478	487	497	507	517	527	538	549	560	571
Cairan Pembersih Tangan	367	375	382	390	397	405	414	422	430	439	448	457
Cairan Pembersih Dapur	459	468	478	487	497	507	517	527	538	549	560	571
Sabut Stainless x Sabut Spon	306	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380
Total	8,201	8,365	8,532	8,703	8,877	9,054	9,235	9,420	9,609	9,801	9,997	10,197

109,990

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © 2022
 Jurusan Informatika Kwik Kian Gie
 Sekolah Tinggi Bina Sarana Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 4.5

Proyeksi Penjualan Bhinneka Nusantara (dalam Unit) tahun 2024

Produk	2024 / Terjual Dalam Pcs											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des
Tissue Toilet	624	637	649	662	676	689	703	717	731	746	761	776
Tissue Facial Pop Up	375	382	390	397	405	414	422	430	439	448	457	466
Tissue Hand Towel	624	637	649	662	676	689	703	717	731	746	761	776
Tissue Facial Softpack	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388
Tissue Facial Kiloan	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388
Tissue Travel Pack x Hanky	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388
Tissue Basah	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388
Tissue Penyeras Minyak	499	509	520	530	541	551	562	574	585	597	609	621
Kamper Naphthalene	468	478	487	497	507	517	527	538	549	560	571	582
Kamper Toilet [3,5,6 Pcs]	218	223	227	232	236	241	246	251	256	261	266	272
Kamper Freshener	281	287	292	298	304	310	316	323	329	336	342	349
Gantung / Gel	250	255	260	265	270	276	281	287	293	298	304	310
Aerosol / Semprot	156	159	162	166	169	172	176	179	183	187	190	194
Aerosol x Liquid	562	573	585	596	608	620	633	645	658	671	685	699
Lem Tikus	218	223	227	232	236	241	246	251	256	261	266	272
Lem Lalat	218	223	227	232	236	241	246	251	256	261	266	272
Cairan Pembersih Kaca	375	382	390	397	405	414	422	430	439	448	457	466
Cairan Pembersih Lantai	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388
Cairan Pembersih Toilet	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388
Cairan Pembersih Pakaian	468	478	487	497	507	517	527	538	549	560	571	582
Cairan Pembersih Tangan	375	382	390	397	405	414	422	430	439	448	457	466
Cairan Pembersih Dapur	468	478	487	497	507	517	527	538	549	560	571	582
Sabut Stainless x Sabut Spon	312	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388
Total	8,365	8,532	8,703	8,877	9,054	9,235	9,420	9,609	9,801	9,997	10,197	10,401

112,190

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

Tabel 4.6

Proyeksi Penjualan Bhinneka Nusantara (dalam Unit) tahun 2025

Produk	2025 / Terjual Dalam Pcs											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des
Tissue Toilet	637	649	662	676	689	703	717	731	746	761	776	792
Tissue Facial Pop Up	382	390	397	405	414	422	430	439	448	457	466	475
Tissue Hand Towel	637	649	662	676	689	703	717	731	746	761	776	792
Tissue Facial Softpack	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396
Tissue Facial Kiloan	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396
Tissue Travel Pack x Hanky	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396
Tissue Basah	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396
Tissue Penyeras Minyak	509	520	530	541	551	562	574	585	597	609	621	633
Kamper Naphthalene	478	487	497	507	517	527	538	549	560	571	582	594
Kamper Toilet [3,5,6 Pcs]	223	227	232	236	241	246	251	256	261	266	272	277
Kamper Freshener	287	292	298	304	310	316	323	329	336	342	349	356
Gantung / Gel	255	260	265	270	276	281	287	293	298	304	310	317
Aerosol / Semprot	159	162	166	169	172	176	179	183	187	190	194	198
Aerosol x Liquid	573	585	596	608	620	633	645	658	671	685	699	713
Lem Tikus	223	227	232	236	241	246	251	256	261	266	272	277
Lem Lalat	223	227	232	236	241	246	251	256	261	266	272	277
Cairan Pembersih Kaca	382	390	397	405	414	422	430	439	448	457	466	475
Cairan Pembersih Lantai	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396
Cairan Pembersih Toilet	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396
Cairan Pembersih Pakaian	478	487	497	507	517	527	538	549	560	571	582	594
Cairan Pembersih Tangan	382	390	397	405	414	422	430	439	448	457	466	475
Cairan Pembersih Dapur	478	487	497	507	517	527	538	549	560	571	582	594
Sabut Stainless x Sabut Spon	318	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396
Total	8,532	8,703	8,877	9,054	9,235	9,420	9,609	9,801	9,997	10,197	10,401	10,609

114,433

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

1. Ditayang 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.

Copyright © 2022 by Kwik Kian Gie School of Business. All rights reserved.



Tabel 4.7

Proyeksi Penjualan Bhinneka Nusantara (dalam Unit) tahun 2026

Produk	2026 / Terjual Dalam Pcs											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des
Tissue Toilet	649	662	676	689	703	717	731	746	761	776	792	808
Tissue Facial Pop Up	390	397	405	414	422	430	439	448	457	466	475	485
Tissue Hand Towel	649	662	676	689	703	717	731	746	761	776	792	808
Tissue Facial Softpack	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396	404
Tissue Facial Kiloan	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396	404
Tissue Travel Pack x Hanky	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396	404
Tissue Basah	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396	404
Tissue Penyerap Minyak	520	530	541	551	562	574	585	597	609	621	633	646
Kampor Naphthalene	487	497	507	517	527	538	549	560	571	582	594	606
Kampor Toilet (3,5,6 Pcs)	227	232	236	241	246	251	256	261	266	272	277	283
Kampor Freshener	292	298	304	310	316	323	329	336	342	349	356	363
Gantung / Gel	260	265	270	276	281	287	293	298	304	310	317	323
Aerosol / Semprot	162	166	169	172	176	179	183	187	190	194	198	202
Aerosol x Liquid	585	596	608	620	633	645	658	671	685	699	713	727
Lem Tikus	227	232	236	241	246	251	256	261	266	272	277	283
Lem Lalat	227	232	236	241	246	251	256	261	266	272	277	283
Cairan Pembersih Kaca	390	397	405	414	422	430	439	448	457	466	475	485
Cairan Pembersih Lantai	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396	404
Cairan Pembersih Toilet	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396	404
Cairan Pembersih Pakaian	487	497	507	517	527	538	549	560	571	582	594	606
Cairan Pembersih Tangan	390	397	405	414	422	430	439	448	457	466	475	485
Cairan Pembersih Dapur	487	497	507	517	527	538	549	560	571	582	594	606
Sabun Stainless x Sabun Spon	325	331	338	345	351	359	366	373	380	388	396	404
Total	8,703	8,877	9,054	9,235	9,420	9,609	9,801	9,997	10,197	10,401	10,609	10,821
												116,722

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

Tabel 4.8

Proyeksi Penjualan Bhinneka Nusantara (dalam unit) Selama 5 Tahun

Bulan	2022	2023	2024	2025	2026
Januari	8,040	8,201	8,365	8,532	8,703
Februari	8,201	8,365	8,532	8,703	8,877
Maret	8,365	8,532	8,703	8,877	9,054
April	8,532	8,703	8,877	9,054	9,235
Mei	8,703	8,877	9,054	9,235	9,420
Juni	8,877	9,054	9,235	9,420	9,609
Juli	9,054	9,235	9,420	9,609	9,801
Agustus	9,235	9,420	9,609	9,801	9,997
September	9,420	9,609	9,801	9,997	10,197
Oktober	9,609	9,801	9,997	10,197	10,401
November	9,801	9,997	10,197	10,401	10,609
Desember	9,997	10,197	10,401	10,609	10,821
Total	107,833	109,990	112,190	114,433	116,722

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

Hasil proyeksi penjualan dalam unit berdasarkan jenis dan bulan pada tabel 4.2 dikalikan terhadap harga produk berdasarkan jenis produk pada tabel 4.1 untuk menghasilkan nilai total penjualan pada bulan januari tahun 2022. Selanjutnya pada tabel 4.3 s.d. 4.7 merupakan hasil proyeksi penjualan dalam unit selama tahun 2022 s.d. 2026.



Tabel 4.9

Anggaran Penjualan Bhinneka Nusantara Selama 5 Tahun

Bulan	2022	2023	2024	2025	2026
Januari	149,775,000	152,770,500	155,825,910	158,942,428	162,121,277
Februari	152,770,500	155,825,910	158,942,428	162,121,277	165,363,702
Maret	155,825,910	158,942,428	162,121,277	165,363,702	168,670,976
April	158,942,428	162,121,277	165,363,702	168,670,976	172,044,396
Mei	162,121,277	165,363,702	168,670,976	172,044,396	175,485,284
Juni	165,363,702	168,670,976	172,044,396	175,485,284	178,994,989
Juli	230,885,819	235,503,536	240,213,606	245,017,878	249,918,236
Agustus	235,503,536	240,213,606	245,017,878	249,918,236	254,916,601
September	240,213,606	245,017,878	249,918,236	254,916,601	260,014,933
Oktober	245,017,878	249,918,236	254,916,601	260,014,933	265,215,231
November	249,918,236	254,916,601	260,014,933	265,215,231	270,519,536
Desember	254,916,601	260,014,933	265,215,231	270,519,536	275,929,927
Total	2,401,254,493	2,449,279,583	2,498,265,175	2,548,230,478	2,599,195,088

Sumber : *Bhinneka Nusantara, 2022*

Berdasarkan total unit produk terjual, dilakukan proyeksi anggaran penjualan selama 2022 s.d. 2025 pada tabel 4.9. Peningkatan penjualan yang diperkirakan sebesar 2% per bulan dengan kenaikan per tahun sebesar 2%.

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



Tabel 4.10

Anggaran Penjualan Bhinneka Nusantara Tahun 2022

Produk	Harga Jual	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des
Tissue Toilet	Rp 25,500	Rp 15,300,000	Rp 15,606,000	Rp 15,918,120	Rp 16,236,482	Rp 16,561,212	Rp 16,892,436	Rp 17,230,285	Rp 17,574,891	Rp 17,926,389	Rp 18,284,916	Rp 18,650,615	Rp 19,023,627
Tissue Facial Pop Up	Rp 6,000	Rp 2,160,000	Rp 2,203,200	Rp 2,247,264	Rp 2,292,209	Rp 2,338,053	Rp 2,384,815	Rp 10,338,171	Rp 10,544,934	Rp 10,755,833	Rp 10,970,950	Rp 11,190,369	Rp 11,414,176
Tissue Hand Towel	Rp 7,500	Rp 4,500,000	Rp 4,590,000	Rp 4,681,800	Rp 4,775,436	Rp 4,870,945	Rp 4,968,364	Rp 17,230,285	Rp 17,574,891	Rp 17,926,389	Rp 18,284,916	Rp 18,650,615	Rp 19,023,627
Tissue Facial Softpack	Rp 8,500	Rp 2,550,000	Rp 2,601,000	Rp 2,653,020	Rp 2,706,080	Rp 2,760,202	Rp 2,815,406	Rp 8,615,143	Rp 8,787,445	Rp 8,963,194	Rp 9,142,458	Rp 9,325,307	Rp 9,511,813
Tissue Facial Kiloan	Rp 33,000	Rp 9,900,000	Rp 10,098,000	Rp 10,299,960	Rp 10,505,959	Rp 10,716,078	Rp 10,930,400	Rp 8,615,143	Rp 8,787,445	Rp 8,963,194	Rp 9,142,458	Rp 9,325,307	Rp 9,511,813
Tissue Travel Pack & Hanky	Rp 4,500	Rp 1,350,000	Rp 1,377,000	Rp 1,404,340	Rp 1,432,631	Rp 1,461,283	Rp 1,490,509	Rp 8,615,143	Rp 8,787,445	Rp 8,963,194	Rp 9,142,458	Rp 9,325,307	Rp 9,511,813
Tissue Basah	Rp 8,500	Rp 2,550,000	Rp 2,601,000	Rp 2,653,020	Rp 2,706,080	Rp 2,760,202	Rp 2,815,406	Rp 8,615,143	Rp 8,787,445	Rp 8,963,194	Rp 9,142,458	Rp 9,325,307	Rp 9,511,813
Tissue Penyerap Minyak	Rp 29,900	Rp 14,352,000	Rp 14,639,040	Rp 14,931,821	Rp 15,230,457	Rp 15,535,066	Rp 15,845,768	Rp 13,784,228	Rp 14,059,913	Rp 14,341,111	Rp 14,627,933	Rp 14,920,492	Rp 15,218,902
Kamper Naphtalene	Rp 27,500	Rp 12,375,000	Rp 12,622,500	Rp 12,874,950	Rp 13,132,449	Rp 13,395,098	Rp 13,663,000	Rp 12,922,714	Rp 13,181,168	Rp 13,444,791	Rp 13,713,687	Rp 13,987,961	Rp 14,267,720
Kamper Toilet [3,5,6 Pcs]	Rp 13,500	Rp 2,835,000	Rp 2,891,700	Rp 2,949,534	Rp 3,008,525	Rp 3,068,695	Rp 3,130,069	Rp 6,030,600	Rp 6,151,212	Rp 6,274,236	Rp 6,399,721	Rp 6,527,715	Rp 6,658,269
Kamper Freshener Gantung / Refill	Rp 11,500	Rp 3,105,000	Rp 3,167,100	Rp 3,230,442	Rp 3,295,051	Rp 3,360,952	Rp 3,428,171	Rp 7,753,628	Rp 7,908,701	Rp 8,066,875	Rp 8,228,212	Rp 8,392,777	Rp 8,560,632
Gaungung / Gel (padat)	Rp 12,000	Rp 2,880,000	Rp 2,937,600	Rp 2,996,352	Rp 3,056,279	Rp 3,117,405	Rp 3,179,753	Rp 6,892,114	Rp 7,029,956	Rp 7,170,555	Rp 7,313,967	Rp 7,460,246	Rp 7,609,451
Aerisol / Semprot	Rp 25,000	Rp 3,750,000	Rp 3,825,000	Rp 3,901,500	Rp 3,979,530	Rp 4,059,121	Rp 4,140,303	Rp 4,307,571	Rp 4,393,723	Rp 4,481,597	Rp 4,571,229	Rp 4,662,654	Rp 4,755,907
Aerosol & Liquid	Rp 7,500	Rp 4,050,000	Rp 4,131,000	Rp 4,213,620	Rp 4,297,892	Rp 4,383,850	Rp 4,471,527	Rp 15,507,257	Rp 15,817,402	Rp 16,133,750	Rp 16,456,425	Rp 16,785,553	Rp 17,121,264
Lem Tikus	Rp 14,500	Rp 3,045,000	Rp 3,105,900	Rp 3,168,018	Rp 3,231,378	Rp 3,296,006	Rp 3,361,926	Rp 6,030,600	Rp 6,151,212	Rp 6,274,236	Rp 6,399,721	Rp 6,527,715	Rp 6,658,269
Lem Lalat	Rp 7,500	Rp 1,575,000	Rp 1,606,500	Rp 1,638,630	Rp 1,671,403	Rp 1,704,831	Rp 1,738,927	Rp 6,030,600	Rp 6,151,212	Rp 6,274,236	Rp 6,399,721	Rp 6,527,715	Rp 6,658,269
Cairan Pembersih Kaca	Rp 13,500	Rp 4,860,000	Rp 4,957,200	Rp 5,056,344	Rp 5,157,471	Rp 5,260,620	Rp 5,365,833	Rp 10,338,171	Rp 10,544,934	Rp 10,755,833	Rp 10,970,950	Rp 11,190,369	Rp 11,414,176
Cairan Pembersih Lantai	Rp 23,000	Rp 6,900,000	Rp 7,038,000	Rp 7,178,760	Rp 7,322,335	Rp 7,468,782	Rp 7,618,158	Rp 8,615,143	Rp 8,787,445	Rp 8,963,194	Rp 9,142,458	Rp 9,325,307	Rp 9,511,813
Cairan Pembersih Toilet (Porcelain)	Rp 31,000	Rp 9,300,000	Rp 9,486,000	Rp 9,675,720	Rp 9,869,234	Rp 10,066,619	Rp 10,267,951	Rp 8,615,143	Rp 8,787,445	Rp 8,963,194	Rp 9,142,458	Rp 9,325,307	Rp 9,511,813
Cairan Pembersih Pakaian	Rp 37,000	Rp 16,650,000	Rp 16,983,000	Rp 17,322,660	Rp 17,669,113	Rp 18,022,495	Rp 18,382,945	Rp 12,922,714	Rp 13,181,168	Rp 13,444,791	Rp 13,713,687	Rp 13,987,961	Rp 14,267,720
Cairan Pembersih Tangan	Rp 38,800	Rp 13,968,000	Rp 14,247,360	Rp 14,532,307	Rp 14,822,953	Rp 15,119,412	Rp 15,421,801	Rp 10,338,171	Rp 10,544,934	Rp 10,755,833	Rp 10,970,950	Rp 11,190,369	Rp 11,414,176
Cairan Pembersih Dapur (Piring)	Rp 23,600	Rp 10,620,000	Rp 10,832,400	Rp 11,049,048	Rp 11,270,029	Rp 11,495,430	Rp 11,725,338	Rp 12,922,714	Rp 13,181,168	Rp 13,444,791	Rp 13,713,687	Rp 13,987,961	Rp 14,267,720
Sabun Stainless x Sabun Spon	Rp 4,000	Rp 1,200,000	Rp 1,224,000	Rp 1,248,480	Rp 1,273,450	Rp 1,298,919	Rp 1,324,897	Rp 8,615,143	Rp 8,787,445	Rp 8,963,194	Rp 9,142,458	Rp 9,325,307	Rp 9,511,813
Total		Rp 149,775,000	Rp 152,770,500	Rp 155,825,910	Rp 158,942,428	Rp 162,121,277	Rp 165,363,702	Rp 230,885,819	Rp 235,503,536	Rp 240,213,606	Rp 245,017,878	Rp 249,918,236	Rp 254,916,601
Jumlah	Rp	2,401,254,493											

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi laporan ini tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4.3 Target Pasar Yang Dituju

a) Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis dari Bhinneka Nusantara adalah seluruh usia baik pria maupun wanita, dengan siklus hidup dari remaja hingga yang sudah bekerja. Dari segi pendapatan, ditujukan kepada konsumen dengan pendapatan menengah kebawah dan menengah keatas dengan pendapatan dari Rp. 2.500.000 hingga Rp. 10.000.000 per bulan. Segmentasi demografis mengutamakan masyarakat yang sudah memiliki tempat tinggal dan berkeluarga. Hal ini disesuaikan dengan tingkat konsumsi produk perlengkapan rumah tangga yang cukup tinggi dikarenakan Indonesia baru saja melewati masa pandemi Covid-19.

b) Segmentasi Psikologis

Segmentasi Psikologis dari Bhinneka Nusantara merupakan kelas sosial menengah ke bawah dan kelas sosial menengah atas. Segmentasi kelas menengah ke bawah ini disesuaikan dengan tipe produk yang memiliki harga relatif lebih murah namun memiliki kualitas yang baik, sedangkan segmentasi kelas menengah atas menyesuaikan tipe produk dengan harga relatif lebih mahal disertakan kualitas jauh lebih unggul. Untuk produk perlengkapan rumah tangga, umumnya masyarakat selalu mencari produk yang memiliki harga relatif lebih murah dan tidak mementingkan merek, karena produk tersebut dikategorikan sebagai Barang Habis Pakai.

c) Segmentasi Perilaku

Segmentasi Perilaku dari Bhinneka Nusantara ditujukan pada konsumen yang selalu berbelanja di *marketplace* untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan keluarga. Terlebih dikondisi saat ini mayoritas *marketplace* memanjakan pelanggan memberikan berbagai promo seperti gratis biaya kirim, *cashback* hingga hadiah untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 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.



pengguna baru. Hal tersebut membuat trend pertumbuhan pengguna *marketplace* akan terus meningkat.

d) Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis dari Bhinneka Nusantara secara umum mencakup seluruh Indonesia, dikarenakan metode penjualan melalui *marketplace* memungkinkan seluruh masyarakat seluruh Indonesia dapat berbelanja. Yang menjadi kendala adalah biaya kirim, dikarenakan menjadi tanggungan pembeli artinya semakin jauh tujuan pengiriman maka biaya pengiriman akan semakin mahal. Namun sasaran utama Bhinneka Nusantara adalah memenuhi kebutuhan wilayah Jabodetabek terlebih dahulu karena biaya pengiriman bisa relatif terjangkau karena jarak yang berdekatan.

4.4 Strategi Pemasaran

a) Diferensiasi

Menurut Kotler (2009:328), Diferensiasi merupakan tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing. Dalam menjalankan sebuah bisnis, perlu melakukan perbedaan dengan pesaing hal sehingga menjadikan perusahaan tersebut unik, keunikan tersebut dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran perusahaan serta produk dapat diingat oleh pelanggan.

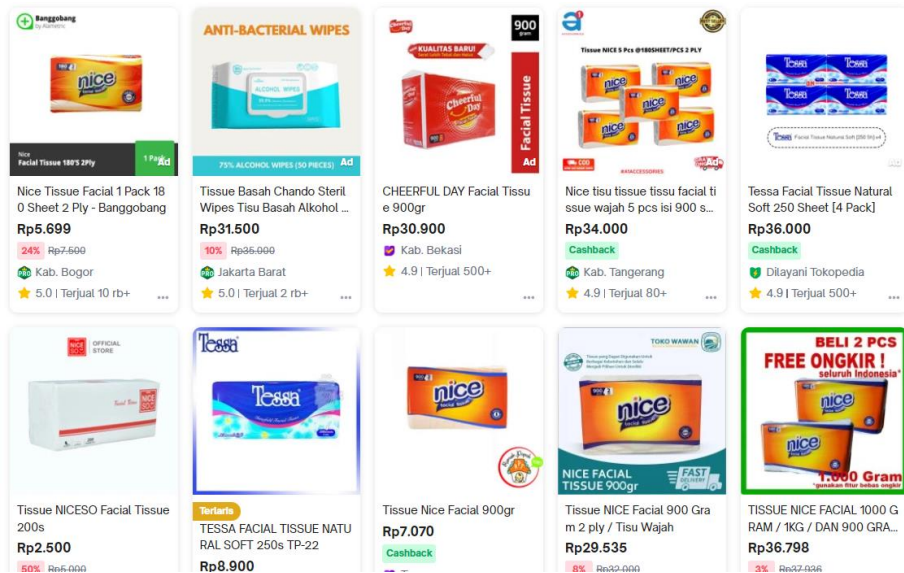
Berikut akan ditampilkan differensiasi Bhinneka Nusantara terhadap pesaing:

- a. Konsep bisnis *one stop shopping*, Bhinneka Nusantara menyediakan produk Perlengkapan Rumah Tangga dengan berbagai jenis dan semua merek.
- b. Desain Foto Produk, melihat persaingan yang begitu tinggi untuk kategori produk yang dijual oleh Bhinneka Nusantara kami memiliki strategi untuk menampilkan foto produk yang menarik ketimbang pesaing. Berikut akan

ditampilkan desain foto produk pesaing dan Bhinneka Nusantara pada gambar 2.3 dan 2.4

Gambar 4. 3

Desain Foto Produk Pesaing



Sumber: tokopedia.com, 2022

Gambar 4. 4

Desain Foto Produk Bhinneka Nusantara



Sumber : Bhinneka Nusantara, 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b) *Positioning*

Menurut Soegoto (2009) *positioning* adalah cara membangun citra atau identitas di benak konsumen untuk produk, merek, atau lembaga tertentu dengan membangun persepsi relatif suatu produk terhadap produk lain. Bhinneka Nusantara memposisikan toko di benak konsumen sebagai toko produk perlengkapan rumah tangga daring yang memiliki konsep *one stop shopping* dengan menyediakan produk perlengkapan rumah tangga terlengkap dengan berbagai jenis dan merek.

c) *Penetapan Harga*

Penentuan harga merupakan salah satu penentu keberhasilan perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut dari penjualan produknya. Salah satu metode penentuan harga yang diterapkan oleh Bhinneka Nusantara adalah *competition based pricing*. Penetapan harga ini mengacu pada harga-harga pasar yang sudah ditawarkan oleh pesaing, dengan demikian harga jual produk Bhinneka Nusantara tidak akan terlalu jauh dari harga pesaing karena harga cukup sensitif bagi customer mereka selalu mencari yang termurah dengan jenis produk yang sama. Dalam penentuan harga, harga dapat ditekan agar tetap kompetitif karena Bhinneka Nusantara berbentuk toko daring yang dimana biaya operasional seperti listrik, tenaga kerja tidak akan terlalu besar.

d) *Saluran Distribusi*

Menurut Kotler (2008) saluran distribusi adalah sekelompok organisasi yang saling ketergantungan yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau masyarakat bisnis. Terdapat 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, tingkat dua yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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.

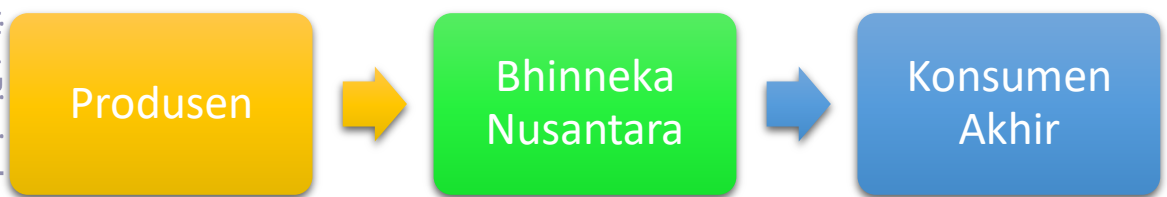
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

menggunakan pedagang grosir dan ecer sebagai perantara, dan tingkat tiga yang menggunakan pedagang grosir, besar dan ecer sebagai perantara. Bhinneka Nusantara menggunakan model saluran distribusi tingkat satu dan berada pada posisi pengecer yang disampaikan melalui gambar 4.5.

Gambar 4.5

Diagram Saluran Distibusi Bhinneka Nusantara



Sumber : *Bhinneka Nusantara*, 2022

4.5 Strategi Promosi

Kotler dan Amstrong (2008), strategi promosi adalah logika pemasaran dimana bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Dalam strategi promosi terdapat 5 aspek yang perlu diperhatikan yakni *advertising, sales promotion, personal selling, Public Relation* dan *direct marketing*.

a) *Advertising*

Produk yang dijual oleh Bhinneka Nusantara dapat dikategorikan sebagai produk *fast moving* dengan pesaing di *marketplace* cukup banyak, agar penjualan tetap stabil dan menjadi pilihan konsumen maka Bhinneka Nusantara menggunakan iklan berbayar yang tersedia di tiap *marketplace*. Iklan yang tersedia di tiap *marketplace* dapat diakses oleh semua penjual dengan biaya yang dapat diatur sendiri, naming yang cukup sering dipilih oleh para penjual adalah iklan berbayar per klik maka setiap pelanggan melakukan klik biaya yang sejak awal di pasang akan





dipotong dari saldo penjual. Selain itu dengan menggunakan iklan di *marketplace* dapat meningkatkan konversi penjualan dan kunjungan ke toko.

b) *Sales Promotion*

Bhinneka Nusantara menggunakan harga coret sebagai strategi psikologi harga, hal tersebut dapat membuat pelanggan lebih tertarik berbelanja ketimbang tidak menggunakan harga coret. Kami juga mengaktifkan berbagai *promotion tools* yang tersedia di *marketplace* seperti voucher toko, paket diskon, *broadcast chat* dan kombo hemat. Setiap bulan *marketplace* selalu mengadakan *campaign* rutin seperti tanggal kembar (1.1, 2.2, 3.3 dan seterusnya) di awal bulan serta *pay day campaign* di akhir bulan, Bhinneka Nusantara juga aktif berpartisipasi di *campaign* tersebut dengan memberikan harga khusus dan selalu menominasikan produk terlaris untuk diikuti sertakan dalam *flash sale*.

c) *Public Relation*

Agar biasa terus berinteraksi dengan pelanggan, Bhinneka Nusantara menggunakan *social media* yang cukup berbeda yakni *Tiktok*. *Tiktok* dipilih karena aplikasi tersebut sedang trending dengan target pengguna adalah remaja dan orang-orang dewasa. Melalui video pendek yang di *upload* dengan harapan pelanggan dapat tertarik berbelanja, kami berencana melakukan upload video pendek sebanyak 3 video dalam satu minggu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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