



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4.1 Produk / Jasa yang dihasilkan

Pada saat kita membangun bisnis, produk dan jasa yang menjadi utama dalam menjalankan bisnis. Produk adalah barang ataupun jasa yang digunakan untuk jual dan beli, apapun produk yang ditawarkan ke pasar bisa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Donskay Collection merupakan usaha yang bergerak dibidang Clothing baru menghasilkan kaos berdesain dan juga baru 2 desain yang dihasilkan. Kaos yang digunakan diharapkan disukai oleh masyarakat karena memiliki bahan yang adem terbuat dari katun yang bisa menyerap keringat dan dapat digunakan untuk sehari-hari.

Gambar 4. 1
(Produk Donskay Collection)



(Depan)



(Belakang)

Sumber : Donskay Collection

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. 2

© 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.



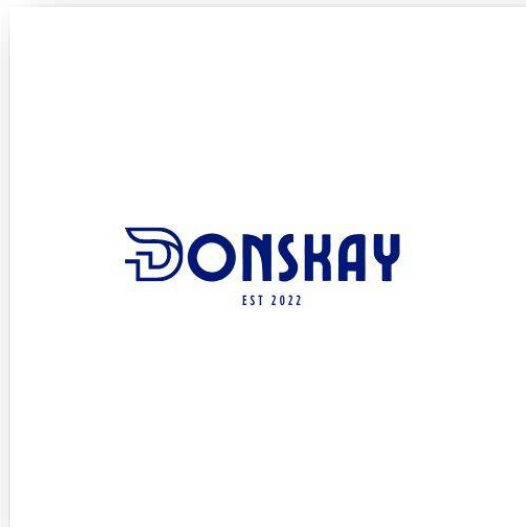
(Depan)



(Belakang)

Sumber : Donskay Collection

Logo Donskay Collection
Gambar 4. 3



Sumber : Donskay Collection



Brand Donskay Collection yang dibuat dari awalan “Don” nama saya sendiri “skay” yang saya harapkan bisa diartikan seperti langit penjualanya terus meningkat. Warna biru saya pilih pada logo karena biru diartikan tenang seperti langit.

4.2 Gambaran pasar

Menurut Kotler dan Keller (Kotler & Keller, 2016a, p. 109) “*The marketer’s first step in evaluating marketing opportunities is to estimate total market demand*”. Permintaan pada pasar akan membuat gambaran pasar yang membuat suatu perusahaan akan mencapainya. Gambaran pasar bermanfaat bagi perusahaan untuk memberikan peluang penjualan dalam waktu tertentu yang membuat perusahaan itu sendiri mengetahui perkiraan penjualan yang akan dilakukan. Pada situasi pasar yang sedang naik dan turun sifat konsumtif pada setiap masyarakat terhadap kaos berbeda beda. Dikarenakan baru – baru ini berita tentang “Citayam Fashion Week” brand lokal sedang naik – naiknya untuk kebutuhan masyarakat yang ingin ikut serta menghadiri acara tersebut (<https://nasional.tempo.co/read/1614373/viral-citayam-fashion-week-di-mana-sebenarnya-letak-citayam>). Berdasarkan rata – rata penjualan para pesaing, proyeksi penjualan pada Donskay Collection sebanyak 250 pcs dalam satu bulan pertama yang akan dijual dengan harga Rp 89.000. Diasumsikan setiap tahun akan ada kenaikan biaya pembelian baju polos sebanyak 2,72% pada tahun berikutnya karena mengikuti peningkatan penjualan. Berikut proyeksi penjualan di Tahun 2023 – 2027.

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4. 1

Proyeksi penjualan Produk Donskay Collection Tahun 2023 – 2027 (Unit)

| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Januari | 250 | 400 | 500 | 590 | 740 |
| Februari | 295 | 420 | 518 | 598 | 744 |
| Maret | 350 | 424 | 522 | 602 | 749 |
| April | 370 | 428 | 525 | 607 | 752 |
| Mei | 387 | 500 | 533 | 615 | 755 |
| Juni | 382 | 512 | 537 | 620 | 760 |
| Juli | 395 | 460 | 541 | 624 | 764 |
| Agustus | 400 | 432 | 551 | 629 | 770 |
| September | 487 | 446 | 560 | 634 | 775 |
| Oktober | 495 | 420 | 564 | 643 | 782 |
| November | 550 | 422 | 568 | 655 | 788 |
| Desember | 650 | 580 | 680 | 760 | 890 |
| Total | 5011 | 5444 | 6599 | 7577 | 9269 |

Sumber : Donskay Collection

Penjualan yang dilakukan Donskay Collection pada bulan pertama dijalankan 250 unit agar melihat kondisi pasar lalu bisa mengatur penjualan, dan juga memantau perkembangan pembeli. Donskay Collection juga memproduksi kaos yang dijual secara *limited* (terbatas). Faktor yang mempengaruhi naik dan turunnya volume penjualan yaitu dana promosi dan biaya distribusi agar lebih mengembangkan produk dan lebih meluaskan promosi supaya ditahun selanjutnya penjualan bisa meningkat. Penjualan diasumsikan terlaksanakan pada setiap hari Senin s/d Jumat, dengan jam operasional pukul 08.00 s/d 17.00, dan pukul 12.00 s/d 13.00 waktu istirahat.

1. Ditanggung sendiri atau dengan orang lain, dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

a. Penguatipian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Penguatipian tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKGG.

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



Tabel 4. 2

Anggaran Penjualan Produk Donskay Collection Tahun 2023 – 2027

| Tahun | Produk | Harga Jual/unit (Rp) | Penerimaan (Rp) |
|-------|--------|----------------------|-----------------|
| 2023 | 5011 | 89000 | 445,979,000 |
| 2024 | 5444 | 89000 | 484,516,000 |
| 2025 | 6599 | 89000 | 587,311,000 |
| 2026 | 7577 | 89000 | 674,353,000 |
| 2027 | 9269 | 89000 | 824,941,000 |

Sumber : Donskay Collection

4.3 Target pasar yang dituju

Saat menawarkan produk ataupun jasa, perusahaan perlu menentukan target pasar yang akan dituju, perusahaan juga dapat menentukan target pasar yang bisa menjadi pasar potensial guna untuk penjualan produk dan jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (Kotler & Armstrong, 2018, p. 212), *“Market segmentation is dividing a market into distinct groups of buyers who have different needs, characteristics, or behaviors and who might require separate marketing strategies or mixes”*.

Target pada pasar yang sudah ditentukan menjadi suatu tujuan utama saat menawarkan produk/jasa. Segmentasi pasar Donskay Collection yaitu demografi yang membedakan kebutuhan dengan keinginan konsumen yang terbagi didalamnya seperti umur, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama.

Donskay Collection memiliki target pasar yang akan dituju, mulai dari usia 12 – 50 Tahun yang memiliki status pelajar, berumah tangga, perkantoran, dan masyarakat aktif dalam sehari – hari.



4.4 Strategi Pemasaran

- © 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.
- Pemasaran adalah suatu aspek penting dalam bisnis, strategi pemasaran bisa membantu bisnis untuk menciptakan suatu gambaran produk/jasa yang akan dikenalkan ke masyarakat.

A. Diferensiasi

Kotler dan Keller (Kotler & Keller, 2016b, p.393), “*well-differentiated products can create significant competitive advantages*”. Diferensiasi merupakan perbedaan antara satu produk dengan produk lainnya, Yang membuat masyarakat juga bisa membedakan ciri khas dari masing – masing produk yang ditawarkan. Banyak usaha clothing di indonesia dari brand lokal hingga luar negeri.

Diferensiasi Donskay Collection dibedakan dari para pesaing yaitu kualitas bahan yang nyaman, harga yang terjangkau, dan juga menawarkan desain yang simpel belum ada dipasaran. Kualitas bahan juga sudah disesuaikan yang cocok dengan cuaca diindonesia.

B. Positioning

Positioning merupakan strategi untuk membentuk suatu citra perusahaan yang menawarkan produk/jasa, guna untuk memperoleh tempat yang khusus pada konsumen yang membuat hal itu sebagai keunggulan kompetitif pada pesaing lainnya. Donskay Collection menawarkan desain yang bagus dan juga bahan yang nyaman dengan harga yang lebih terjangkau dibanding para pesaing.

C. Penetapan harga

Penetapan harga merupakan salah satu penentuan keberhasilan perusahaan yang bisa menentukan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produk.



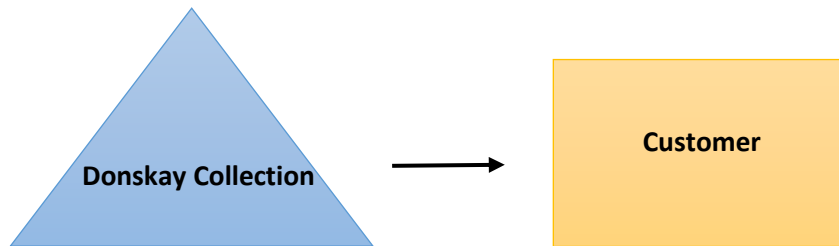
Donskay Collection menetapkan harga berdasarkan harga pesaing (Competitor-Based Pricing), penetapan harga berdasarkan pesaing untuk produk yang sama yaitu kaos yang lebih murah dibandingkan para pesaing Donskay Collection yaitu Selfnorules dan Aquilo.ind

4.5 Saluran distribusi

Saluran distribusi adalah suatu kegiatan pendistribusian barang dari penjual ke pembeli, Donskay Collection melakukan kegiatan penjualan melalui platform online maka dengan begitu membutuhkan jasa pengiriman seperti JNE, JNT, GOJEK, SICEPAT. Jika sudah berjalan dengan lancar maka akan memulai dengan offline store membuka beberapa cabang maka akan dilakukan pengiriman produk dari gudang utama yang dapat dijangkau bisa ke seluruh wilayah Indonesia.

Gambar 4. 4

Saluran Distribusi Donskay Collection



Sumber : Donskay Collection

1. Strategi Promosi

Pada strategi promosi ini merupakan suatu upaya perusahaan saat menawarkan produk, yang bisa menarik perhatian masyarakat pada produk yang ditawarkan perusahaan. Strategi promosi yang digunakan Donskay Collection sebagai berikut :



A. *Advertising*

Advertising atau iklan menjadi salah satu metode dalam menjalankan bisnis untuk menawarkan produk/jasa sehingga masyarakat tertarik untuk membeli dan mencoba produk/jasa yang ditawarkan perusahaan. Donskay Collection akan menggunakan social media sebagai alat promosi contohnya Instagram Ads, Tiktok Ads, dan Facebook Ads.

B. *Sales Promotion*

Sales promotion menjadi salah satu strategi yang dapat menarik pelanggan menggunakan cara yaitu dengan memberikan diskon. Pelanggan juga akan tertarik dengan barang yang ditawarkan jika diberikan harga spesial, Donskay Collection memberikan diskon setiap tanggal yang cantik dan hari raya besar.

C. *Personal Selling*

Personal Selling yang melakukan metode promosi dengan interaksi langsung dengan calon pelanggan agar mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan.

D. *Public relation*

Saat hubungan masyarakat dengan perusahaan terjalin dengan baik maka perusahaan dipandang positif. Perusahaan yang memiliki citra baik akan membuat faktor penentu kepada masyarakat yang akan menjadi pelanggan.

E. *Direct Marketing*

Direct Marketing adalah pemasaran dengan cara berkomunikasi langsung dengan konsumen agar mendapatkan respon langsung dan melakukan transaksi.

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.

Donskay Collection melakukan promosi melalui social media dan juga broadcast pada email kepada umkm, startup, dan perusahaan.

C 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.

