



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

1.1 Produk yang Dihasilkan

Exopets adalah bisnis yang bergerak dalam perdagangan atau yang biasa disebut general trade. General trade secara umum memiliki konsep untuk menjual barang dengan harga yang lebih mahal dibandingkan harga produksi atau harga belinya. Produk yang dijual oleh *Exopets* adalah sebagai berikut :

1. Tarantula Grammostola

Gambar 4.1 Tarantula Grammostola



Exopets memilih tarantula ini karena binatang ini memiliki popularitas yang tinggi dan biaya yang rendah untuk dipelihara serta harga yang juga rendah

2. Crocodile Skink

Gambar 4.2 Crocodile Skink



© 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.



Exopets memilih Crocodile Skink karena binatang ini memiliki keunikan tersendiri dan bentuk yang keren akan menarik pelanggan

3. Blue Tongue Skink

Gambar 4.3 Blue Tongue Skink



Exopets memilih Blue Tongue Skink karena binatang ini juga salah satu yang paling reptil yang paling populer dan juga mudah untuk dipelihara

4. Leopard Gecko

Gambar 4.4 Leopard Gecko



Leopard Gecko adalah binatang yang paling populer di pasar reptil, karena itu *Exopets* memilih Leopard Gecko sebagai salah satu binatangnya



5
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Landak Mini

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 4.5 Landak Mini



Yang terakhir adalah landak mini karena binatang ini binatang eksotis yang mamalia dan juga memiliki banyak peminatnya

Sebuah keharusan untuk memiliki logo yang unik ketika membuat usaha.

Logo merupakan identitas perusahaan dan juga cara customer mengetahui merk yang kita miliki. Berikut merupakan logo *Exopets* :

Gambar 4.6 Logo Perusahaan





Hak cipta milik Kwik Kian Gie. Tidak diperbolehkan untuk menyalin atau mendistribusikan ulang tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 4.2 Ramalan Penjualan Periode Januari - Desember 2023 (Unit)

Bulan	Spesies					Total
	Tarantula Grammostola	Leopard Gecko	Crocodile Skink	Blue Tongue Skink	Landak Mini	
Januari	60	40	10	10	10	130
Februari	40	20	6	6	6	78
Maret	40	20	6	6	6	78
April	60	40	10	10	10	130
Mei	40	20	6	6	6	78
Juni	60	40	10	10	10	130
Juli	60	40	10	10	10	130
Agustus	40	20	6	6	6	78
September	60	40	10	10	10	130
Oktober	40	20	6	6	6	78
November	40	20	6	6	6	78
Desember	60	40	10	10	10	130
Total	600	360	96	96	96	1248

Sumber : *Exopets*

Angka ini didapatkan dari perkiraan penjualan reptil setiap harinya minimal 1 untuk tarantula dan untuk binatang lainnya berkurang secara berkala.

Tabel 4.3 Ramalan Penjualan periode 2023 - 2027 (Unit)

Tahun	Penjualan Per Tahun (Unit)
2023	1248
2024	1273
2025	1298
2026	1324
2027	1351

Sumber : *Exopets*

Total Penjualan ini didapatkan dari kenaikan penjualan sebesar 5% setiap tahunnya

Tabel 4.4 Anggaran Penjualan Periode 2023 - 2027

Tahun	Penjualan Per Tahun
2023	Rp280.800.000

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

2024	Rp294.840.000
2025	Rp309.582.000
2026	Rp325.061.100
2027	Rp341.314.155

Sumber : *Exopets*

Untuk angka dari tabel 4.4 akan didapatkan dari perkalian antara tabel 4.3 dikali dengan nilai tengah dari tabel 4.1. Setiap bulannya diasumsikan perhari akan menjual produk dari kuantitas tabel 4.3 setiap bulannya. Tetapi pada tahun 2023 ke tahun 2024 akan terjadi pengurangan sales dikarenakan adanya resesi dari Amerika. Pada tahun 2025 hingga 2027 *Exopets* berharap ekonomi sudah membaik kembali, sehingga pertumbuhan penjualan pertahunnya adalah 5%.

1.3 Target Pasar yang Dituju

1. Segmentasi

Segmentasi Pasar menurut Kotler dan Armstrong (2017:213) adalah, “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”. pernyataan diatas memiliki arti sebagai segmentasi pasar yang memiliki fungsi sebagai pembagi pasar menjadi bagian atau segmen yang terpisah sesuai dengan kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku tertentu yang memerlukan strategi dan juga pemasaran yang terpisah. Beberapa segmen yang bisa dijabarkan adalah sebagai berikut :

a. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis merupakan cara membagi pasar kedalam unit-unit geografis yang memiliki ciri masing-masing berdasarkan negara, pulau provinsi, kota, iklim, dan juga pemukiman. Dalam suatu usaha, penting untuk





memperhatikan target pasar yang ada di lokasi yang dipilih. Segmentasi yang dipilih oleh *Exopets* adalah calon pelanggan yang berdomisili di wilayah jabodetabek.

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

b Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis merupakan cara membagi pasar kedalam unit-unit demografis yang bisa dijadikan beberapa variabel seperti usia, pendapatan dan juga jenis kelamin. Khususnya untuk bisnis *Exopets* kami menargetkan customer segala umur, pendapatan yang minimal Rp. 4.500.000. dan jenis kelamin manapun asalkan ingin mencoba memelihara binatang exotis ini.

c Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis merupakan cara membagi pasar kedalam unit-unit seperti kelas sosial, kepribadian, dan juga gaya hidup. Perilaku pada umumnya sering dikaitkan dengan variabel demografis. Hal ini disebabkan karena seringkali terjadi terhadap orang yang memiliki tempat pertemanan yang memiliki ciri atau karakter psikografis yang berbeda. *Exopets* lebih mengarah kepada orang-orang yang memiliki gaya hidup konsumtif dan suka mencari jenis hobby yang baru.

2. Target Pasar

Target pasar merupakan cara untuk memberikan fokus yang tidak terpisah terhadap daya tarik dari suatu segmen pasar untuk memilih satu atau lebih segmen yang menjadi target awalnya. *Exopets* menargetkan customernya kepada orang-orang yang ingin menjadi exotic pets hobbyist.

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.



1.4 Strategi Pemasaran

Pemasaran dalam suatu bisnis adalah suatu hal yang penting agar produk ataupun jasa yang kita jual memiliki exposure terhadap masyarakat yang menjadi target pasar kita. Strategi ini adalah strategi yang bisa membedakan *Exopets* dengan pesaing lainnya untuk mendapatkan pasar sendiri. Beberapa bentuk strategi yang akan digunakan oleh *Exopets* adalah sebagai berikut :

1. Diferensiasi

Diferensiasi merupakan salah satu aspek yang bisa menjadi penentu berjalan atau tidaknya suatu bisnis. Hal ini jugalah yang akan membedakan produk pesaing-pesaing pada pasar yang sama.

Diferensiasi adalah kebutuhan dari produk atau jasa manapun yang terpakai dan bisa disampaikan serta memiliki fungsi untuk menjadi titik perbedaan antar merk satu dengan merk yang lain. Diferensiasi dapat mencakup banyak hal, misalnya bentuk, fitur, kualitas, daya tahan, dll.

Exopets mengetahui perbedaan yang akan diberikan agar memiliki titik pembeda disbanding pesaing lainnya. *Exopets* akan lebih berfokus kepada system pelayanan dan juga harga yang lebih terjangkau dibandingkan pesaing lainnya.

2. Positioning

Berdasarkan pernyataan Kotler dan Armstrong (2016:223), positioning adalah cara penempatan merk suatu pproduk kedalam pikiran customer. *Exopets* memposisikan diri sebagai bisnis yang bergerak di bidang hobby dengan kualitas pelayanan yang terbaik dan harga yang terjangkau.

3. Penetapan Harga



Berdasarkan pernyataan Kotler dan Armstrong (2016:324), Harga adalah suatu nilai atau value dari suatu barang. Secara luas, harga merupakan total nilai yang diberikan oleh customer untuk memiliki kelebihan dari barang atau jasa.

Beberapa cara yang bisa dijadikan penetapan harga adalah sebagai berikut :

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai

Penetapan harga berdasarkan nilai adalah cara menetapkan harga dari suatu produk berdasarkan persepsi dari pembeli dan bukan berdasarkan biaya yang dikeluarkan penjual. Jenis- jenis penetapan harga berdasarkan nilai adalah sebagai berikut :

a. Penetapan harga dengan nilai yang baik

Memberikan harga yang sesuai dengan kualitas serta pelayanan yang baik

b. Penetapan harga dengan nilai tambah

Menambahkan system layanan yang akan memberikan nilai tambah terhadap produk yang ditawarkan

2. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

Metode penetapan harga berdasarkan biaya secara sederhana dapat disimpulkan sebagai harga yang ditentukan berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk. Beberapa rumus untuk menentukan harga berdasarkan biaya yang dikeluarkan adalah sebagai berikut :

a. $\text{Biaya Unit} = \text{Biaya Variabel} + (\text{Biaya Tetap} / \text{Jumlah Penjualan})$

b. $\text{Harga Mark-Up} = \text{Biaya Unit} / (1 - \text{Laba penjualan})$

3. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah cara menentukan harga berdasarkan harga pasaran suatu produk. Penetapan harga berdasarkan



persaingan adalah salah satu cara untuk menyesuaikan harga melalui factor

eksternal yang kemudian akan dimodifikasi berdasarkan kebutuhan bisnis.

Harga yang tepat merupakan harga yang bisa memenuhi kepuasan pelanggan tetapi tidak melewati biaya yang dibutuhkan tanpa memotong kualitas dari produk.

Dari seluruh teori pemilihan harga yang ada, *Exopets* akan mengadopsi teori penetapan harga berdasarkan persaingan, dikarenakan harga dari suatu binatang eksotis ini lumayan ketat dengan para pesaing. *Exopets* akan menentukan harga wajar yang diberikan pasar sekarang dan akan menurunkan sedikit dari harga pasar.

4. Saluran Distribusi

Berdasarkan pernyataan Kotler dan Armstrong (2015:365), distribusi merupakan kumpulan dari beberapa organisasi yang memiliki ketergantungan terhadap beberapa cara untuk memproduksi produk atau jasa yang siap dipakai dan dikonsumsi oleh konsumen. Faktor Distribusi adalah suatu factor yang sangat penting dimana sebuah bisnis harus mempertibangkan bagaimana cara mengatur alur perjalanan dari sebuah produk hingga sampai ke konsumen. Beberapa tingkatan dari saluran distribusi adalah sebagai berikut :

Zero Level Channel

Zero Level Channel merupakan jarak antara produsen dan juga konsumen akhir tidak memiliki perantara dan penyaluran produk secara langsung dari pebisnis kepada konsumen. Cthya : pengirim koran, penjualan melalui website perusahaan, pemesanan melalui telepon, took fisik.

Two Level Channel

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.



Two Level Channel adalah cara menjual barang melalui pengecer. Untuk pasar yang bergerak di bidang konsumsi, perantaranya merupakan pedagang yang memiliki skala besar, dan pasar yang bergerak di bidang industri lebih ke arah penyalur tunggal atau penyalur industri.

3) Three Level Channel

Three Level Channel memiliki dua perantara untuk melakukan system penjualannya, yaitu pedagang besar dan juga pedagan pengecer atau penyalur tunggal dan juga penyalur industri.

Berdasarkan ketiga teori diatas, *Exopets* lebih memilih Zero Level Channel dikarenakan oleh penjualan *Exopets* yang lebih bergerak pada saat langsung berbicara dengan customer.

1.5 Strategi Promosi

Promosi adalah suatu upaya untuk memberikan suatu notice terhadap customer akan produk atau jasa yang ditawarkan oleh usaha pebisnis. Berdasarkan pernyataan Kotler dan Armstrong (2016:447) promosi merupakan segala jenis aktivitas yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan pengaruh terhadap konsumen atas pembelian produk. Promosi adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan bagi perusahaan dikarenakan oleh promosi yang dapat memberi kenaikan angka penjualan.

Pebisnis juga akan melakukan promosi dengan cara memberikan potongan harga untuk menarik konsumen baru ataupun yang lama. Berikut merupakan cara melakukan promosi :

1. *Personal Selling*



Perusahaan memberikan promosi secara langsung dengan memberikan penawaran kepada customer yang ada di tempat

2. Direct Marketing

Cara perusahaan memberikan promosi kepada pelanggan melalui telepon atau

SMS

3. Advertising

Melakukan Periklanan melalui sosial media dan juga banner secara offline

4. Sales Promotion

Menjual produk dengan cara memajang produk tersebut di tempat-tempat

tertentu

5. Public Relation

Menjalin hubungan dengan publik secara baik dan meningkatkan citra perusahaan.

Strategi yang akan digunakan oleh *Exopets* adalah sebagai berikut :

a. Advertising

Exopets akan menggunakan sistem advertising dengan memasang banner di sosial media dan juga pada Event secara offline

b. Personal Selling

Exopets akan menjual barangnya secara langsung apabila ada customer yang datang ke booth ataupun ke toko *Exopets*.

c. Public Relation

Exopets akan menjaga hubungan yang baik dengan customer, karena ini adalah salah satu kelemahan terbesar dari toko-toko pesaing, dimana mereka tidak

melayani dengan ramah dan senyum. *Exopets* akan memberikan harga yang ideal dan juga pelayanan yang ramah.

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.

