

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

4.1 Produk Yang Dihasilkan

Pomade adalah produk hairstyle pria yang paling populer untuk saat ini. Seiring berkembangnya trend fashion pria persebaran *pomade* pun sangat cepat dan semakin dikenal oleh masyarakat karena hal ini dipengaruhi oleh influencer yang menggunakan *pomade* untuk merapikan rambut mereka. *Pomade* masih sangat banyak digunakan hingga saat ini dikarenakan *pomade* memiliki banyak varian seperti oilbased, waterbased dan clay yang memiliki karakteristik berbeda-beda setiap varian sehingga para pengguna *pomade* pun dapat bebas memilih varian apa yang ingin digunakan dan akan dipadukan dengan outfit yang mereka inginkan. Berikut ini adalah produk dan logo Vinewoods :

Logo Perusahaan
Gambar 4.1



Sumber : Vinewoods, 2022





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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Logo diatas berwarna hitam dan putih untuk menandakan bahwa Vinewoods merupakan produk hairstyle yang casual serta agar dapat mudah diingat ketika seseorang melihat logo tersebut dan lambang segitiga merupakan penggambaran dari produk yang memiliki kualitas baik, harga murah dan packaging produk yang baik.

A. Produk yang dihasilkan

1. Oil Based Pomade

Pomade berjenis oil based adalah produk *pomade* yang ada sejak era 1800an yang sangat populer sejak dulu hingga sekarang dan penggunaannya masih sering digunakan. Vinewoods oil based *pomade* menggunakan bahan baku yang premium dan terbentuk berdasarkan riset yang memakan waktu cukup lama sehingga kualitas dan keamanan tidak perlu dhiraukan. Vinewoods dengan varian oil based sangat cocok digunakan untuk aktifitas diluar ruangan dikarenakan memiliki daya tahan yang sangat baik dan tahan dengan air atau keringat. Vinewoods varian oilbased pun terbagi menjadi 2 varian yaitu medium hold dan Strong hold dimana jika medium hold adalah untuk rambut yang mudah diatur dan strong hold diperuntukkan bagi orang yang memiliki rambut ikal atau sulit diatur

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 IBIRKKG.

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



Gambar 4.2 Vinewoods Oil Based Pomade



Sumber : Vinewoods

© 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.



© 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 4.3 WaterBased Pomade



Sumber : Google, 2022

3. Clay Pomade

Clay pomade adalah jenis *hairstyling* pria yang masih cukup baru dipasaran dan sedang menjadi trend dikarenakan trend fashion saat ini mengusung konsep natural looks. Clay pomade secara garis besar tergolong sama dengan pomade, tetapi yang membedakannya dengan pomade adalah tidak memberikan efek shine atau kilap tetapi memberikan efek natural looks atau dry looks.

Gambar 4.4 Vinewoods Clay



Sumber : Vinewoods, 2022



4. Hair Powder

Hair adalah mens hairstyle product yang paling baru untuk saat ini yaitu produk hairstyle yang berbentuk bubuk dan penggunaannya sangat mudah sehingga memiliki cukup banyak penggemar. Hair powder memiliki fungsi dan hasil akhir yang sama seperti clay yaitu memberikan efek natural looks pada rambut dan kelebihanannya dibandingkan clay *pomade* yaitu pengaplikasiannya yang lebih mudah .

Gambar 4.5 Hair Powder



Sumber : Google, 2022

4.2 Gambaran Pasar

Gambaran pasar adalah sebuah perkiraan tentang kondisi pasar yang sedang terjadi.

Gambaran pasar berguna untuk menunjukkan target pasar yang tepat. Jika dapat memahami gambaran pasar yang sedang terjadi, pelaku usaha dapat menganalisa tentang para kompetitornya.

Berdasarkan kondisi penjualan pesaing, Vinewoods dapat memperkirakan penjualan pada bulan pertama yaitu varian clay *pomade* 250 piece, waterbased *pomade* 200 piece dan oilbased 200

piece. Dibawah ini merupakan perkiraan penjualan Vinewoods selama 5 tahun dan anggaran pejualan produk Vinewoods tahun 2023-2027 :



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.

Tabel 4.1 Perkiraan Penjualan Vinewoods Tahun 2023

2023			
Bulan	Clay	Waterbased	Oilbased
Jan	250	200	200
Feb	255	205	205
Mar	260	210	210
April	265	215	215
Mei	270	220	220
Juni	275	225	225
Juli	280	230	230
Agustus	285	235	235
September	290	240	240
Oktober	295	245	245
November	300	250	250
Desember	305	255	255
Total	3330	2730	2730

Sumber : Vinewoods, 2022

Tabel diatas merupakan estimasi penjualan Vinewoods pada tahun 2023

Tabel 4.2 Perkiraan Penjualan Vinewoods 2024

2024			
Bulan	Clay	Waterbased	Oilbased
Jan	325	295	275
Feb	335	305	285
Mar	345	315	295
April	355	325	305
Mei	365	335	315
Juni	375	345	325
Juli	385	355	335
Agustus	395	365	345
September	405	375	355
Oktober	415	385	365
November	425	395	375
Desember	435	405	385
Total	4560	4200	3960

Sumber : Vinewoods , 2022

Tabel diatas merupakan estimasi penjualan Vinewoods tahun 2024



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.

Tabel 4.3 Perkiraan Penjualan Vinewoods 2025

2025			
Bulan	Clay	Waterbased	Oilbased
Jan	440	410	370
Feb	450	420	375
Mar	460	430	380
April	470	440	385
Mei	480	450	390
Juni	490	460	395
Juli	500	470	400
Agustus	510	480	405
September	520	490	410
Oktober	530	500	420
November	540	510	425
Desember	550	520	430
Total	5940	5580	4785

Sumber : Vinewoods, 2022

Tabel diatas merupakan estimasi penjualan Vinewoods tahun 2025

Tabel 4.4 Perkiraan Penjualan Vinewoods 2026

2026			
Bulan	Clay	Waterbased	Oilbased
Jan	560	500	400
Feb	570	510	410
Mar	580	520	420
April	590	530	430
Mei	600	540	440
Juni	610	550	450
Juli	620	560	460
Agustus	630	570	470
September	640	580	480
Oktober	650	590	490
November	660	600	500
Desember	670	610	510
Total	7380	6660	5460

Sumber : Vinewoods, 2022

Tabel diatas merupakan estimasi penjualan Vinewoods tahun 2026



Tabel 4.5 Perkiraan Penjualan Vinewoods 2027

2027			
Bulan	Clay	Waterbased	Oilbased
Jan	680	630	540
Feb	700	640	550
Mar	720	650	560
April	740	660	570
Mei	760	670	580
Juni	780	680	590
Juli	800	690	600
Agustus	820	700	610
September	840	710	620
Oktober	860	720	630
November	880	730	640
Desember	900	740	650
Total	9480	8220	7140

Sumber : Vinewoods, 2022

Tabel diatas merupakan estimasi penjualan Vinewoods tahun 2027

Tabel 4.6 Anggaran Penjualan Vinewoods

Tahun	Clay	Harga Jual	Total Pendapatan	Waterbased	Harga jual	Total Pendapatan	Oilbased	Harga Jual	Total Pendapatan	Total Pendapatan Tahunan
2023	3330	Rp110.000	Rp366.300.000	2730	Rp100.000	Rp273.000.000	2730	Rp85.000	Rp232.050.000	Rp871.350.000
2024	4560	Rp110.000	Rp501.600.000	4200	Rp100.000	Rp420.000.000	3960	Rp85.000	Rp336.600.000	Rp1.258.200.000
2025	5940	Rp110.000	Rp653.400.000	5580	Rp100.000	Rp558.000.000	4785	Rp85.000	Rp406.725.000	Rp1.618.125.000
2026	7380	Rp110.000	Rp811.800.000	6660	Rp100.000	Rp666.000.000	5460	Rp85.000	Rp464.100.000	Rp1.941.900.000
2027	9480	Rp110.000	Rp1.042.800.000	8220	Rp100.000	Rp822.000.000	7140	Rp85.000	Rp606.900.000	Rp2.471.700.000

Sumber : Vinewoods, 2022

Tabel diatas merupakan anggaran penjualan Vinewoods

Tabel 4.7 Total Peningkatan Jumlah Produk Yang Terjual Setiap Tahun

Total Peningkatan Product Tahunan			
Tahun	Total Produk Terjual	Total Peningkatan Penjualan Produk	
2023	8790		
2024	12720	3930	45%
2025	16305	3585	28%
2026	19500	3195	16%
2027	24840	5340	22%

Sumber : Vinewoods, 2022

Tabel diatas merupakan harapan peningkatan penjualan produk



4.3 Segmentasi Pasar

Dalam suatu usaha tentunya perlu melakukan segmentasi pasar karena pasar yang ada dimasyarakat sangat luas dan beragam maka segmentasi pasar sangat berguna agar usahanya bisa menargetkan calon pembeli mana yang akan membeli dan mampu membeli produknya Vinewoods melakukan segmentasi pasar agar dapat meningkatkan efektifitas strategi usaha menjadi lebih baik. Segmentasi pasar membuat penulis mengerti apa yang dibutuhkan konsumen, kemampuan daya beli konsumen dan meningkatkan daya Tarik konsumen. Analisis segmentasi pasar terbagi menjadi: jenis kelamin, umur, kelas, social dan gaya hidup.

A. Jenis Kelamin

Produk yang akan dijual oleh Vinewoods ditujukan oleh kalangan pria. Karena produk yang ditawarkan oleh Vinewoods adalah hairstyle product yang dikhususkan oleh pria.

B. Umur

Produk yang dijual oleh Vinewoods dapat digunakan dan dinikmati untuk pria dari seluruh kalangan baik itu anak kecil hingga orang dewasa, tetapi akan disarankan bagi laki-laki yang masih membutuhkan atau menginginkan produk yang dapat membantu merapihkan rambut para konsumen laki-laki.

C. Kelas Sosial

Vinewoods tidak menargetkan kelas social dikarenakan produk yang dirancang adalah produk yang sangat kompetitif dan dapat dibeli oleh berbagai kalangan. Variant yang disediakan Vinewoods tergolong dibawah dari harga para competitor dan jika dibandingkan produk yang tersedia di pasar swalayan harganya pun tidak berbeda jauh sehingga Vinewoods meyakini bahwa harga produk dapat dijangkau oleh semua kelas social.

Hak cipta milik IBKKG (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 IBKKG.

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



D. Gaya Hidup

Vinewoods menargetkan gaya hidup bagi pria yang memiliki kepentingan untuk melakukan aktifitas social dikarenakan apabila melakukan aktifitas social maka banyak diantara para pria tersebut membutuhkan produk yang dapat membantu memperbaiki rambut mereka agar dapat terlihat fresh dan rapih ketika bertemu dengan orang lain.

4.4 Strategi Pemasaran

Salah satu aspek yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha adalah pemasaran. Strategi pemasaran dapat meningkatkan penjualan agar target yang ditentukan dapat tercapai. Di bawah ini adalah beberapa strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh Vinewoods untuk mencapai penjualan sebanyak-banyaknya

A. Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah upaya atau tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan perbedaan yang berarti pada produk, jasa atau pelayanan sehingga mampu menghasilkan nilai pelanggan serta memunculkan persepsi yang khas dan berarti. Melalui diferensiasi, perusahaan dapat memberikan perbedaan yang lebih unik dari pada pesaing, sehingga dengan perbedaan itu konsumen memiliki nilai yang lebih tinggi.

Strategi diferensiasi yang akan dilakukan oleh Vinewoods adalah memberikan harga dibawah pasaran dengan kualitas yang setara dengan para competitor. Vinewoods telah melakukan riset terhadap iklim yang ada di Indonesia sehingga produk jadi dari Vinewoods akan sangat cocok apabila digunakan di negara Indonesia. Vinewoods juga akan menyediakan 2 aroma pada 1 variant bertujuan untuk menarik pasar semakin luas apabila beberapa konsumen tidak menyukai aroma tersebut dan hal ini masih jarang dimiliki oleh para competitor.



B. Positioning

Menurut Philip Kotler, positioning dapat diartikan sebagai Tindakan untuk merancang produk dan bauran pemasaran sehingga tercipta kesan tertentu didalam ingatan konsumen. Positioning Vinewoods adalah dengan memberikan harga dibawah para competitor sehingga bagi kalangan yang memiliki budget terbatas mampu membeli produk Vinewoods dan bagi kalangan yang lebih memperhatikan kualitas maka Vinewoods juga dapat dijadikan pilihan karena menggunakan bahan baku yang sangat berkualitas dan kualitas produk yang juga terjamin karena sudah melalui reset yang cukup Panjang.

C. Penetapan Harga

Harga yang diberikan oleh Vinewoods setiap varian memiliki harga yang cukup jauh dibawah pasaran para competitor yang ada dimana harga Clay Rp 110.000, harga *pomade* water based Rp 100.000 dan harga *pomade* oilbased Rp 80.000

D. Saluran Distribusi

Saluran Distribusi adalah proses pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjual produk kepada pelanggan. Vinewoods melakukan penyaluran distribusi dengan 3 cara yaitu melalui onlineshop, offline shop, konsiyansi. Vinewoods melakukan penjualan online shop melalui marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, Vinewoods juga akan melakukan penjualan offline shop yaitu dengan cara membuka toko offline sekaligus menjadi tempat produksi bagi produk Vinewoods dan yang terakhir dengan cara konsinyansi yaitu dengan bekerja sama dengan barbershop yang telah dipilih oleh Vinewoods. Konsiyansi yang dilakukan dengan memberikan produk kepada barbershop untuk dijual dan setiap bulannya pihak dari Vinewoods akan menghitung stock yang sudah terjual dan menerima uang yang sudah disepakati dengan pihak barbershop.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

©

Hak Cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

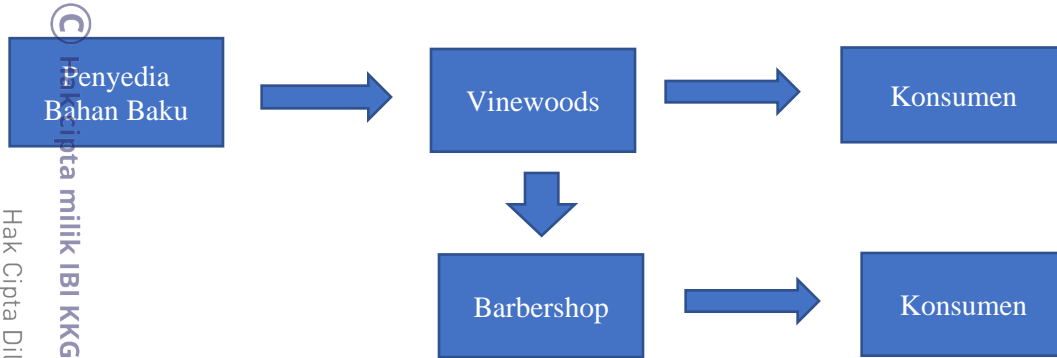
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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 IBKKG.

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

Gambar 4.6 Saluran Distribusi Vinewoods



Sumber : Vinewoods, 2022

4.5 Strategi Promosi

Strategi promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada masyarakat terhadap suatu produk yang telah dikeluarkan oleh perusahaan tersebut yang memiliki tujuan untuk menarik para calon konsumen agar calon konsumen tertarik untuk mencoba produk tersebut. Berikut adalah strategi promosi yang akan dilakukan oleh Vinewoods :

A. Advertising

Iklan merupakan sebuah penyampaian yang paling mudah dan dapat diterima oleh masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi yang ada saat ini Vinewoods dapat memanfaatkan hal tersebut dikarenakan iklan dapat dilakukan diberbagai media seperti media social seperti Instagram, Youtube, dll dan market place seperti Tokopedia, Shopee dan Bukalapak. Iklan di berbagai media yang telah disebutkan pun memiliki keuntungan yang sangat besar dikarenakan harga yang relative terjangkau dibandingkan dengan iklan zaman dulu dimana era internet belum sebesar sekarang. Dalam iklan yang ada pada media social seperti Instagram pun target iklan dapat difilter berdasarkan umur, jenis kelamin, kesibukan, dll sehingga Iklan yang digunakan pun dapat bekerja lebih optimal.





Tabel 4.8 Media social Maintenance

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
Konten Youtube	TikTok Post	Tokopedia Live	Live Shopee	Live Instagram	Live Youtube	Live Instagram
Feeds Instagram	Special Giveaway Tiktok	Special Giveaway Tokopedia	Special Giveaway Shopee	Feeds Instagram	Special Giveaway Youtube	QnA Instagram

Sumber : Vinewoods, 2022

Tabel diatas merupakan jadwal promosi yang dilakukan Vinewoods

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



B. Sales Promotion

Strategi sales promotion berfokus pada mouth to mouth. Team dari Vinewoods sembari melakukan penjualan melalui online store dan offline store kami juga akan melakukan sales promotion melalui event-event kecil dikarenakan budget yang dimiliki team masih terbatas seperti bazaar sekolah, bazaar pakaian dan dikarenakan tujuannya untuk sales promotion maka kami hanya membuka stand kecil untuk memangkas biaya yang ada. Dengan strategi sales promotion team dari Vinewoods bisa melakukan pendekatan dengan lebih efektif kepada calon konsumen karena adanya komunikasi secara langsung dan dapat lebih mudah melakukan penyampaian.

C. Public Relations

Vinewoods akan menerima segala kritik dan masukan dari para konsumen yang telah mencoba segala varian produk dari Vinewoods. Kami akan menyediakan kolom komentar diseluruh platform penjualan secara online seperti di shopee dan Tokopedia, kami juga akan menanyakan feedback setelah konsumen membeli produk melalui whatsapp setelah pembelian kurang lebih 1 bulan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk Vinewoods agar kami bisa selalu melakukan improvement dan meningkatkan pendekatan dengan konsumen. Kami akan menyediakan customer care pada layanan produk guna menerima masukan dan saran bagi para konsumen melalui DM (Direct Message) Instagram dan Whatsapp.

D. Direct Marketing

Strategi ini adalah strategi yang melakukan penjualan terhadap orang-orang terdekat. Vinewoods akan menawarkan produk kepada teman-teman terdekat dan keluarga dikarenakan Vinewoods memiliki hubungan yang baik dengan teman-teman dan keluarga maka kemungkinan besar teman-teman dan keluarga dari pihak Vinewoods akan melakukan promosi terhadap orang lain dan ini merupakan cara yang sangat

efektif apabila kita sedang membangun bisnis.

© 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.

