



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

© Hak Cipta milik IBIKK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 4.1 Produk yang dihasilkan

Arti Produk menurut Kotler dan Armstrong (2018:256), merupakan Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dipertimbangkan, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan. Produk terdiri dalam 10 kategori: barang fisik, layanan, acara, tempat, properti, pengalaman, orang, informasi, organisasi, dan ide.

Menurut Kotler dan Keller (2016:391), Produk dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis klasifikasi berdasarkan daya tahan barang, berwujud dan tidak berwujud dan kegunaannya.

##### a. Ketahanan dan Wujud

Dari klasifikasi, produk dapat dibagi menjadi 3 kelompok yaitu :

- 1) Durable goods : Barang berwujud yang biasanya bertahan setelah waktu yang lama digunakan. Seperti ponsel, botol minum dan sebagainya.
- 2) Non-durable goods : Barang berwujud yang biasanya digunakan sekali atau beberapa kali seperti sampo, makanan ringan dan sebagainya.
- 3) Services (Jasa) : Tidak memiliki bentuk, bervariasi, dan tidak terpisahkan seperti layanan pemasangan AC, layanan perbaikan rumah dan sebagainya.

##### b. Produk

dapat dikelompokkan berdasarkan kegunaannya, dan dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu :

- 1) Consumer goods yakni barang yang digunakan langsung oleh pengguna.  
Consumer goods dibagi menjadi 4 kategori sebagai berikut :

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

- a) *Convenience goods* : Barang-barang yang sering digunakan oleh konsumen, seperti makanan ringan, minuman penyedap dan sebagainya.
  - b) *Shopping goods* : Barang yang biasanya konsumen bandingkan dengan barang lain dan biasanya berdasarkan harga, kualitas, kecocokan dan gaya seperti sepatu, pakaian, jam tangan, kosmetik dan sebagainya.
  - c) *Speciality goods* : Barang-barang yang memiliki ciri khas unik atau memiliki brand yang familiar, sehingga ada beberapa orang yang ingin membayar mahal untuk barang-barang khusus, seperti jam tangan mewah, mobil mewah, rumah mewah dan lain-lain.
  - d) *Unsought goods* : Barang yang biasanya konsumen tidak mengetahui keberadaannya, dan biasanya tidak terjadi oleh konsumen untuk membeli produk seperti peti mati.
- 2) *Industrial goods classification* yaitu Barang yang biasanya dibeli oleh pabrik digunakan untuk membuat barang atau digunakan sebagai produk lagi. Jenis barang ini dapat dibagi menjadi 3 kategori sebagai berikut :
- a) *Material and Parts* : Barang yang masuk ke pabrik secara keseluruhan dibagi menjadi 2 kelas barang, yaitu bahan baku dan barang setengah jadi.
  - b) *Capital Items* : Barang tahan lama untuk memudahkan pabrik-pabrik ini membuat produk jadi seperti, mesin gerinda, mesin konveyor, dan sebagainya.
  - c) *Supplies and Business Services* : Produk jangka pendek, baik barang maupun jasa, yang dapat digunakan untuk membantu

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.

produk jadi. Dan dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu perbaikan dan pemeliharaan seperti, palu, semen, dan sebagainya. Serta barang-barang operasional seperti alat tulis kantor, dan sebagainya.

Produk yang ditawarkan oleh Multi Sangfai Indonesia merupakan produk dapat digolongkan ke dalam klasifikasi *Supplies and Business Services* yakni barang yang digunakan sebagai alat bantu pemeliharaan pada daya tahan genset agar memiliki daya output yang stabil. Produk dari Multi Sangfai Indonesia merupakan mesin pelengkap yang sudah siap dipasangkan dengan genset 12volt – 24volt.

Produk yang ditawarkan Multi Sangfai Indonesia sama sekali tidak berbeda dengan Servo Motor competitor, yang membedakan yaitu layanan dan kualitas, namun kami sangat menjamin kualitas dan memberikan layanan yang berbeda oleh Multi Sangfai Indonesia terhadap perusahaan/konsumen. Multi Sangfai Indonesia merupakan tangan pertama dari produk mesin servo motor yang menyediakan kepada para perusahaan yang memproduksi genset di Indonesia.

**Gambar 4. 1**  
**Contoh Produk Multi Sangfai Indonesia "Servo Motor"**



Sumber : Multi Sangfai Indonesia

**Gambar 4. 2**

**Contoh Produk Multi Sangfai Indonesia "lingkit"**



**Gambar 4. 3**

**Contoh Produk Multi Sangfai Indonesia "Pengemasan"**



Sumber : Multi Sangfai Indonesia

© 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.



**Tabel 4. 1**

**Produk Usaha Multi Sangfai Indonesia**

No	Nama	Harga Jual (Rupiah)
1	Servo Motor	Rp3,800,000
2	Lingkit	Rp350,000

Sumber : Multi Sangfai Indonesia

**Gambar 4. 4 Logo Perusahaan**



Sumber : Multi Sangfai Indonesia

Logo merupakan kombinasi gambar, tulisan dan warna yang digunakan sebagai identitas perusahaan atau organisasi. Setiap produk/jasa yang dijual oleh suatu perusahaan harus memiliki identitas, sehingga dapat dikenal oleh masyarakat.

Gambar 4.3 merupakan logo dari Multi Sangfai Indonesia. Arti dari logo Multi Sangfai Indonesia ialah berasal dari kata “Multi” yang artinya lebih dari dua atau lebih banyak. Kata “Sangfai” yang artinya sang kembali istilah Bahasa arab dengan harapan konsumen datang kembali. Kata “Indonesia” yang artinya produk Servo Motor hasil produksi di Indonesia.

© 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.



## 4.2 Gambaran Pasar

Pada bagian ini, penulis akan menampilkan proyeksi penjualan selama tahun 2023-2027. Proyeksi penjualan berikut dihitung guna mengetahui prediksi penjualan servo motor Multi Sangfai Indonesia pada tahun-tahun selanjutnya, sehingga Multi Sangfai Indonesia dapat mengetahui cara untuk meningkatkan penjualan. Proyeksi penjualan tersebut akan ditampilkan pada Tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Proyeksi Penjualan Multi Sangfai Indonesia 2023**  
**(Satuan Unit)**

2023		
Bulan	Servo Motor	Lingkit
Jan	10	10
Feb	15	15
Mar	8	8
Apr	5	5
May	7	7
Jun	7	7
Jul	7	7
Aug	15	15
Sep	8	8
Oct	12	12
Nov	22	22
Dec	20	20
<b>Total</b>	136	136

Sumber : Multi Sangfai Indonesia

Berdasarkan data Tabel 4.2 Peningkatan dan penurunan penjualan berasal dari faktor masa pemakaian yang terjadi setiap bulan oleh perusahaan dan konsumen. Oleh karena itu, penjualan di bulan November meningkat karena faktor masa aktif pemakaian produk hanya berlaku 8 – 12 bulan. Sedangkan, pada bulan April sampai Juli penjualan Servo motor cenderung menurun karena daya tahan produk masih di bawah 12 bulan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4. 3

**Anggaran Penjualan Sparepart Servo Motor Tahun 2023**

(dalam rupiah)

Bulan	Jenis Barang						Total
	Servo Motor			Lingkit			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Jan	10	Rp3,800,000	Rp38,000,000	10	Rp350,000	Rp3,500,000	Rp41,500,000
Feb	15	Rp3,800,000	Rp57,000,000	15	Rp350,000	Rp5,250,000	Rp62,250,000
Mar	8	Rp3,800,000	Rp30,400,000	8	Rp350,000	Rp2,800,000	Rp33,200,000
Apr	5	Rp3,800,000	Rp19,000,000	5	Rp350,000	Rp1,750,000	Rp20,750,000
May	7	Rp3,800,000	Rp26,600,000	7	Rp350,000	Rp2,450,000	Rp29,050,000
Jun	7	Rp3,800,000	Rp26,600,000	7	Rp350,000	Rp2,450,000	Rp29,050,000
Jul	7	Rp3,800,000	Rp26,600,000	7	Rp350,000	Rp2,450,000	Rp29,050,000
Aug	15	Rp3,800,000	Rp57,000,000	15	Rp350,000	Rp5,250,000	Rp62,250,000
Sep	8	Rp3,800,000	Rp30,400,000	8	Rp350,000	Rp2,800,000	Rp33,200,000
Oct	12	Rp3,800,000	Rp45,600,000	12	Rp350,000	Rp4,200,000	Rp49,800,000
Nov	22	Rp3,800,000	Rp83,600,000	22	Rp350,000	Rp7,700,000	Rp91,300,000
Dec	20	Rp3,800,000	Rp76,000,000	20	Rp350,000	Rp7,000,000	Rp83,000,000
<b>Total Per Tahun (2023)</b>							<b>Rp564,400,000</b>

Sumber : (Multi Sangfai Indonesia, 2022)

Data didapatkan dari Tabel 4.2 dikalikan dengan harga penjualan dari setiap produk.

Tabel 4. 4

**Anggaran Penjualan Sparepart Servo Motor Tahun 2024**

(dalam rupiah)

Bulan	Jenis Barang						Total
	Servo Motor			Lingkit			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Jan	13	Rp3,800,000	Rp49,400,000	13	Rp350,000	Rp4,550,000	Rp53,950,000
Feb	17	Rp3,800,000	Rp64,600,000	17	Rp350,000	Rp5,950,000	Rp70,550,000
Mar	11	Rp3,800,000	Rp41,800,000	11	Rp350,000	Rp3,850,000	Rp45,650,000
Apr	8	Rp3,800,000	Rp30,400,000	8	Rp350,000	Rp2,800,000	Rp33,200,000
May	10	Rp3,800,000	Rp38,000,000	10	Rp350,000	Rp3,500,000	Rp41,500,000
Jun	10	Rp3,800,000	Rp38,000,000	10	Rp350,000	Rp3,500,000	Rp41,500,000
Jul	10	Rp3,800,000	Rp38,000,000	10	Rp350,000	Rp3,500,000	Rp41,500,000
Aug	18	Rp3,800,000	Rp68,400,000	18	Rp350,000	Rp6,300,000	Rp74,700,000
Sep	12	Rp3,800,000	Rp45,600,000	12	Rp350,000	Rp4,200,000	Rp49,800,000
Oct	15	Rp3,800,000	Rp57,000,000	15	Rp350,000	Rp5,250,000	Rp62,250,000
Nov	23	Rp3,800,000	Rp87,400,000	23	Rp350,000	Rp8,050,000	Rp95,450,000
Dec	22	Rp3,800,000	Rp83,600,000	22	Rp350,000	Rp7,700,000	Rp91,300,000
<b>Total Per Tahun (2024)</b>							<b>Rp701,350,000</b>

Sumber : (Multi Sangfai Indonesia, 2022)



Tabel 4. 5

**Anggaran Penjualan Sparepart Servo Motor Tahun 2025**

(dalam rupiah)

Bulan	Jenis Barang						Total
	Servo Motor			Lingkit			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Jan	15	Rp3,800,000	Rp57,000,000	15	Rp350,000	Rp5,250,000	Rp62,250,000
Feb	18	Rp3,800,000	Rp68,400,000	18	Rp350,000	Rp6,300,000	Rp74,700,000
Mar	12	Rp3,800,000	Rp45,600,000	12	Rp350,000	Rp4,200,000	Rp49,800,000
Apr	10	Rp3,800,000	Rp38,000,000	10	Rp350,000	Rp3,500,000	Rp41,500,000
May	11	Rp3,800,000	Rp41,800,000	11	Rp350,000	Rp3,850,000	Rp45,650,000
Jun	11	Rp3,800,000	Rp41,800,000	11	Rp350,000	Rp3,850,000	Rp45,650,000
Jul	11	Rp3,800,000	Rp41,800,000	11	Rp350,000	Rp3,850,000	Rp45,650,000
Aug	21	Rp3,800,000	Rp79,800,000	21	Rp350,000	Rp7,350,000	Rp87,150,000
Sep	15	Rp3,800,000	Rp57,000,000	15	Rp350,000	Rp5,250,000	Rp62,250,000
Oct	17	Rp3,800,000	Rp64,600,000	17	Rp350,000	Rp5,950,000	Rp70,550,000
Nov	25	Rp3,800,000	Rp95,000,000	25	Rp350,000	Rp8,750,000	Rp103,750,000
Dec	25	Rp3,800,000	Rp95,000,000	25	Rp350,000	Rp8,750,000	Rp103,750,000
<b>Total Per Tahun (2025)</b>							<b>Rp792,650,000</b>

Sumber : (Multi Sangfai Indonesia, 2022)

Tabel 4. 6

**Anggaran Penjualan Sparepart Servo Motor Tahun 2026**

(dalam rupiah)

Bulan	Jenis Barang						Total
	Servo Motor			Lingkit			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Jan	17	Rp3,800,000	Rp64,600,000	17	Rp350,000	Rp5,950,000	Rp70,550,000
Feb	20	Rp3,800,000	Rp76,000,000	20	Rp350,000	Rp7,000,000	Rp83,000,000
Mar	13	Rp3,800,000	Rp49,400,000	13	Rp350,000	Rp4,550,000	Rp53,950,000
Apr	12	Rp3,800,000	Rp45,600,000	12	Rp350,000	Rp4,200,000	Rp49,800,000
May	12	Rp3,800,000	Rp45,600,000	12	Rp350,000	Rp4,200,000	Rp49,800,000
Jun	12	Rp3,800,000	Rp45,600,000	12	Rp350,000	Rp4,200,000	Rp49,800,000
Jul	13	Rp3,800,000	Rp49,400,000	13	Rp350,000	Rp4,550,000	Rp53,950,000
Aug	22	Rp3,800,000	Rp83,600,000	22	Rp350,000	Rp7,700,000	Rp91,300,000
Sep	17	Rp3,800,000	Rp64,600,000	17	Rp350,000	Rp5,950,000	Rp70,550,000
Oct	18	Rp3,800,000	Rp68,400,000	18	Rp350,000	Rp6,300,000	Rp74,700,000
Nov	28	Rp3,800,000	Rp106,400,000	28	Rp350,000	Rp9,800,000	Rp116,200,000
Dec	30	Rp3,800,000	Rp114,000,000	30	Rp350,000	Rp10,500,000	Rp124,500,000
<b>Total Per Tahun (2026)</b>							<b>Rp888,100,000</b>

Sumber : (Multi Sangfai Indonesia, 2022)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
 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.

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





Tabel 4. 7

**Anggaran Penjualan Sparepart Servo Motor Tahun 2027**

(dalam rupiah)

Bulan	Jenis Barang						Total
	Servo Motor			Lingkit			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Jan	19	Rp3,800,000	Rp72,200,000	19	Rp350,000	Rp6,650,000	Rp78,850,000
Feb	22	Rp3,800,000	Rp83,600,000	22	Rp350,000	Rp7,700,000	Rp91,300,000
Mar	15	Rp3,800,000	Rp57,000,000	15	Rp350,000	Rp5,250,000	Rp62,250,000
Apr	13	Rp3,800,000	Rp49,400,000	13	Rp350,000	Rp4,550,000	Rp53,950,000
May	13	Rp3,800,000	Rp49,400,000	13	Rp350,000	Rp4,550,000	Rp53,950,000
Jun	13	Rp3,800,000	Rp49,400,000	13	Rp350,000	Rp4,550,000	Rp53,950,000
Jul	13	Rp3,800,000	Rp49,400,000	13	Rp350,000	Rp4,550,000	Rp53,950,000
Aug	25	Rp3,800,000	Rp95,000,000	25	Rp350,000	Rp8,750,000	Rp103,750,000
Sep	18	Rp3,800,000	Rp68,400,000	18	Rp350,000	Rp6,300,000	Rp74,700,000
Oct	20	Rp3,800,000	Rp76,000,000	20	Rp350,000	Rp7,000,000	Rp83,000,000
Nov	28	Rp3,800,000	Rp106,400,000	28	Rp350,000	Rp9,800,000	Rp116,200,000
Dec	32	Rp3,800,000	Rp121,600,000	32	Rp350,000	Rp11,200,000	Rp132,800,000
<b>Total Per Tahun (2027)</b>							<b>Rp958,650,000</b>

Tabel 4. 8

**Anggaran Penjualan Sparepart Multi Sangfai Indonesia Tahun 2023-2027**

(dalam rupiah)

Tahun	Total Penjualan
2023	Rp 564,400,000
2024	Rp 701,350,000
2025	Rp 792,650,000
2026	Rp 888,100,000
2027	Rp 958,650,000

Sumber : (Tabel 4.3, Tabel 4.4, Tabel 4.5, Tabel 4.6, Tabel 4.7)

**4.3 Target Pasar yang Dituju**

Menurut Kotler & Armstrong (2018:212), Segmentasi pasar yang melibatkan pembeli di pasar mana pun adalah dalam keinginan, sumberdaya, lokasi, sikap pembelian dan praktik pembelian. Segmentasi pasar dibagi menjadi sekelompok pelanggan yang berbagi kebutuhan dan keinginan yang sama. Dengan menciptakan



segmentasi, tugas seorang marketing ialah mengidentifikasi segmentasi serta memutuskan segmentasi mana yang akan ditargetkan. Beberapa ahli berusaha mengartikan segmentasi dengan meninjau dari segi pertimbangan perilaku mulai dari alasan penggunaan, merek yang digunakan, respon konsumen terhadap manfaat, kemudian melihat apakah ada ciri-ciri yang berbeda untuk setiap segmentasi respon konsumen. Pakar lain juga berusaha mendefinisikan segmentasi dengan meninjau karakteristik deskriptif, yaitu demografi, geografis, dan psikografis. Apa punggjenis skema segmentasi, hal yang diutamakan ialah menyesuaikan strategi pemasaran untuk dapat mengetahui perbedaan pelanggan. Berikut merupakan pembagian segmentasi pasar oleh Multi Sangfai Indonesia :

**a. Segmentasi Demografis**

Dalam segmentasi demografis, pasar terdiri dari kelompok berdasarkan variabel seperti gender, pekerjaan, pendapatan, usia, agama, dan kelas sosial. Hal ini bertujuan bagi pemasarn untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen serta dari variable-variable ini mudah diukur. Multi Sangfai Indonesia lebih menysasar ke perusahaan ataupun *reseller* 24 – 34 tahun.

**b. Segmentasi Geografis**

Segmentasi geografis membutuhkan pembagiankpasar ke dalam berbagai unit geografis seperti negara, provinsi, kabupaten, dan kecamatan. Suatu bisnis sebaiknya dapat berjalan di satu ataupun beberapa daerah. Multi Sangfai Indonesia berlokasi di Bekasi sebagai tempat produksi dan melayani pengiriman langsung (COD) wilayah Jakarta, Bekasi, Bogor. Diluar wilayah yang di tentukan dapat dikirim melalui jasa Cargo.



### c. Segmentasi Psikografis

Psikografis adalah ilmu untuk menggunakan psikologi dan demografi yang bertujuan untuk lebih memahami konsumen. Segmentasi psikografis berarti mengkategorikan konsumen ke dalam kelompok tertentu berdasarkan status sosial, kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik pribadi. Berdasarkan segmentasi psikografis Multi Sangfai Indonesia menasar pelanggan yang menginginkan produk kualitas tinggi, harga yang mengikuti pasar dan original produk.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

### 4.4 Strategi Pemasaran

Saat menjalankan suatu usaha, sangat penting untuk melakukan sebuah strategi pemasaran yang berguna untuk meningkatkan penjualan dan hasil yang didapatkan.

Oleh sebab itu, diperlukan beberapa strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh Multi Sangfai Indonesia dalam mencapai keuntungan :

#### a. Differensiasi

Arti differensiasi menurut Kotler dan Keller (2016), merupakan strategi yang digunakan untuk menjaga loyalitas pelanggan dengan menggunakan strategi diferensiasi produk dari pesaing. Perbedaan-perbedaan ini termasuk bentuk, kualitas, kesesuaian, dan daya tahan.

##### 1) *Design*

Produk Servo Motor memiliki bentuk leter L dengan rancangan seperti ini memudahkan pemasangan lingkit dengan solenoid yang menghubungkan mesin servo motor ke genset.

##### 2) Kualitas kesesuaian

Multi Sangfai Indonesia memberikan kualitas yang memiliki daya tahan kokoh dan tahan terhadap suhu tinggi. Dengan memberikan

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



kualitas bahan dan mesin yang baik maka, hal ini menjadi nilai tambah kami terhadap konsumen.

3) Daya tahan

Multi Sangfai Indonesia selalu menjaga kualitas mesin dan cat yang memiliki daya tahan terhadap suhu tinggi, benturan dalam proses instalasi, dan penggunaan jangka Panjang. Oleh sebab itu, Multi Sangfai Indonesia material yang digunakan memiliki kualitas tinggi dan daya tahan yang lebih lama.

b. **Positioning**

*Positioning* merupakan mengatur penawaran menjadi jelas dan diinginkan untuk membuat produk selalu diingat konsumen. Multi Sangfai Indonesia berposisi sebagai toko pengadaan *sparepart generator set all type*. Multi Sangfai Indonesia memberikan pelayanan untuk konsumen atau perusahaan yang menginginkan *sparepart generator set* yang di sesuaikan dengan tipe yang digunakan.

b. **Penetapan Harga**

Harga merupakan jumlah nilai yang didapatkan konsumen dengan tujuan mendapatkan kelebihan dari pemakaian suatu barang atau jasa. Ada beberapa metode untuk menetapkan harga atas produk dan jasa, yaitu:

1) Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*value Based Pricing*)

Penetapan harga yang dilakukan berdasarkan persepsi dari konsumen terhadap nilai produk. Penetapan suatu harga berdasar nilai harus dapat menawarkan kombinasi yang dapat menampilkan kualitas dan layanan yang baik kepada konsumen dengan harga yang rasional.

2) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost Based Pricing*)

© 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.



Penetapan harga yang termudah merupakan penetapan harga berdasarkan biaya atau (*Cost Based Pricing*), untuk penetapan harga mengatur dan melibatkan biaya untuk produksi, distribusi dan menjual produk ditambah tingkat kembalian yang cukup adil dalam usaha dan risiko.

### 3) Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan merupakan metode untuk penetapan harga dari harga-harga yang telah ditetapkan oleh pesaing kepada produk yang sejenis, namun menggunakan harga tersebut sebagai pembanding untuk menetapkan harga pada produk yang ditawarkan.

Karena strategi ini sangat ideal untuk menentukan strategi bersaing dengan pesaing yang sudah ada maupun yang baru dalam hal harga dan kualitas produk perusahaan menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai. Bisnis *sparepart generator set servo motor* Multi Sangfai Indonesia menawarkan berbagai macam *sparepart generator set*, menawarkan harga yang diukur dengan nilai yang diberikan produk.

## 4.5 Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan kumpulan organisasi-organisasi yang memiliki ketergantungan satu sama lain dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang siap digunakan oleh para konsumen. Distribusi penting agar dapat mengetahui dan mengatur alur dari perjalanan sebuah produk yang dapat sampai ke konsumen sehingga dapat digunakan oleh konsumen. Ada beberapa tipe tingkatan saluran distribusi yaitu:

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.



a. **Direct marketing channel**

Tipe ini merupakan antara produsen dan konsumen akhir. tidak ada perantara, dan penyaluran dilakukan oleh produsen kepada konsumen.

b. **Indirect marketing channel**

Tipe ini merupakan penjualan melalui perantara seperti pengecer. Dalam pasar konsumsi perantara adalah pedagang besar atau grosir, sedangkan pasar industri adalah penyalur tunggal dan penyalur industri. Usaha *sparepart servo motor* Multi Sangfai Indonesia menggunakan *Direct marketing channel* dikarenakan Multi Sangfai Indonesia menjual produknya langsung kepada konsumen tidak ada perantara dan penyaluran langsung terhadap produsen kepada konsumen tanpa perantara.

Gambar 4. 5

**Saluran Distribusi Usaha Sparepart Servo Motor Multi Sangfai Indonesia**



Sumber : Multi Sangfai Indonesia

**4.6 Strategi Promosi**

Promosi merupakan campuran dari spesifik alat promosi yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan nilai-nilai dan juga membangun hubungan antara perusahaan dan konsumen. Berikut merupakan jenis-jenis komunikasi suatu organisasi yang digunakan untuk pemasaran:

a. **Advertising**

Bentuk pemasaran presentasi dan promosi melalui ide, barang, dan jasa melalui internet, social media dan *group* penjualan genset.



**b. Personal selling**

Penjualan produk secara lisan dalam percakapan dengan calon konsumen yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan membangun relasi dengan perusahaan yang memproduksi genset.

**c. Sales promotion**

Memasarkan produk atau jasa dengan cara menampilkan *list product* dalam katalog *sparepart genset* yang ditawarkan Multi Sangfai Indonesia yang dapat menarik perhatian dalam jangka waktu tertentu sehingga konsumen dapat melihat dan membacanya pada tampilan katalog Multi Sangfai Indonesia.

**d. Public relation**

Membangun hubungan baik dengan *public* dan konsumen agar menciptakan hubungan yang harmonis untuk meningkatkan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan harmonisasi kepada konsumen dengan harapan konsumen melakukan *repeat order* kepada Multi Sangfai Indonesia dan melakukan kerjasama jangka panjang.

**c. Direct marketing**

Hubungan langsung dengan konsumen dengan tujuan mendapat tanggapan instan dan hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan berkomunikasi langsung dengan pelanggan menggunakan surat, telepon, email, TV, radio, dan alat kontak impersonal lainnya. Berikut beberapa cara yang digunakan pelaku bisnis *sparepart servo motor* Multi Sangfai Indonesia dalam melakukan promosi :

**© 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.



**© 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) Periklanan (*advertising*)

Tidak dapat disangkal bahwa internet dan media social telah memberikan dampak yang besar bagi kehidupan manusia dalam beberapa tahun terakhir. Hampir semua perhatian public tertuju pada media social dan internet. Maka dari itu bisnis *sparepart servo motor* Multi Sangfai Indonesia memanfaatkan momentum tersebut untuk memasarkan produknya melalui media social seperti whatsapp bisnis, facebook, olx dan menggunakan *marketplace* sebagai tempat penjualan dan iklan.

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Kemitraan perusahaan dengan perusahaan *marketplace* memberikan peluang untuk mempromosikan produk Multi Sangfai Indonesia dengan harapan mendapat perhatian lebih dari konsumen dalam pengenalan produk ke public, sekaligus menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

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.