



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

A. Produk / Jasa yang dihasilkan

1. Produk Cairan antiseptik *Sanitizing Water Little Twig* untuk Ibu dan Bayi

Gambar 4.1 Varian untuk Ibu dan Bayi



Sumber : Bisnis *Little Twig*

- a) *Little Twig Sanitizing Water* untuk Ibu dan Bayi merupakan produk cairan antiseptik / disinfektan serba guna yang memiliki efektivitas tinggi dalam membunuh kuman namun sangat aman bagi manusia dan lingkungan karena menggunakan bahan aktif HOCl. Produk ini dapat digunakan pada kulit, muka dan peralatan bayi seperti; alat makan, kursi mobil, mainan,

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.



2. Produk Cairan antiseptik *Sanitizing Water Little Twig* untuk Balita dan Orang Dewasa

Gambar 4.2 Varian untuk Balita dan Orang Dewasa



Sumber : Bisnis *Little Twig*

- a) *Little Twig Sanitizing Water* untuk Balita dan Orang Dewasa merupakan produk cairan antiseptik serba guna yang memiliki efektivitas tinggi dalam membunuh kuman namun sangat aman bagi manusia dan lingkungan karena menggunakan bahan aktif HOCl. Produk ini dapat digunakan pada kulit, muka, buah dan sayur, dan segala macam permukaan.

Gambar 4.3 Logo Bisnis *Little Twig*



Sumber : Bisnis *Little Twig*

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



B. Gambaran Pasar

Tabel 4.1 Ramalan Penjualan Little Twig Tahun 2024-2028

RAMALAN PENJUALAN 2024																									
Bulan	20 ml - Baby and Mom			20 mL - Kids and Adult			100 ml - Baby and Mom			100 mL - Kids and Adult			250 ml - Baby and Mom			250 mL - Kids and Adult			500 ml - Baby and Mom			500 mL - Kids and Adult			TOTAL
	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	
Jan	75	25.000	1.875.000	80	40.000	3.200.000	80	40.000	3.200.000	60	55.000	3.300.000	62	55.000	3.410.000	60	70.000	4.200.000	50	70.000	3.500.000	50	70.000	3.500.000	24.310.000
Feb	78	25.000	1.950.000	90	25.000	2.250.000	96	40.000	3.840.000	96	40.000	3.840.000	72	55.000	3.960.000	74	55.000	4.092.000	72	70.000	5.040.000	60	70.000	4.200.000	29.172.000
Mar	78	25.000	1.950.000	108	25.000	2.700.000	115	40.000	4.608.000	115	40.000	4.608.000	86	55.000	4.752.000	89	55.000	4.910.400	86	70.000	6.048.000	72	70.000	5.040.000	35.006.400
Apr	103	25.000	2.575.000	119	25.000	2.970.000	127	40.000	5.068.800	127	40.000	5.068.800	95	55.000	5.227.200	98	55.000	5.401.440	95	70.000	6.652.800	79	70.000	5.544.000	38.507.040
Mei	115	25.000	2.875.000	131	25.000	3.267.000	139	40.000	5.575.680	139	40.000	5.575.680	105	55.000	5.749.920	108	55.000	5.941.584	105	70.000	7.318.080	87	70.000	6.098.400	42.357.744
Jun	125	25.000	3.112.500	144	25.000	3.593.700	153	40.000	6.133.248	153	40.000	6.133.248	115	55.000	6.324.912	119	55.000	6.535.742	115	70.000	8.049.888	96	70.000	6.708.240	46.593.518
Jul	137	25.000	3.425.999	158	25.000	3.953.070	169	40.000	6.746.573	169	40.000	6.746.573	126	55.000	6.957.403	131	55.000	7.189.317	126	70.000	8.854.877	105	70.000	7.379.064	51.252.870
Aug	151	25.000	3.768.500	174	25.000	4.348.377	186	40.000	7.421.230	186	40.000	7.421.230	139	55.000	7.653.144	144	55.000	7.908.248	139	70.000	9.740.364	116	70.000	8.116.970	56.378.157
Sep	160	25.000	4.000.000	191	25.000	4.783.215	204	40.000	8.163.353	204	40.000	8.163.353	153	55.000	8.418.458	158	55.000	8.699.073	153	70.000	10.714.401	128	70.000	8.928.667	62.015.973
Oktober	172	25.000	4.300.000	210	25.000	5.261.536	224	40.000	8.979.688	224	40.000	8.979.688	168	55.000	9.260.304	174	55.000	9.568.980	168	70.000	11.785.841	140	70.000	9.821.534	68.217.570
Nov	182	25.000	4.550.000	232	25.000	5.787.690	247	40.000	9.877.657	247	40.000	9.877.657	185	55.000	10.186.334	191	55.000	10.525.878	185	70.000	12.964.425	154	70.000	10.803.688	75.039.327
Des	191	25.000	4.775.000	278	25.000	6.945.228	296	40.000	11.853.189	296	40.000	11.853.189	222	55.000	12.223.601	230	55.000	12.631.054	222	70.000	15.557.310	185	70.000	12.964.425	90.047.193
Total	650	25.000	16.375.000	1.909	25.000	47.725.000	2.037	40.000	81.480.000	2.037	40.000	81.480.000	1.528	55.000	84.176.000	1.578	55.000	87.126.000	1.528	70.000	107.140.000	1.273	70.000	89.821.534	618.897.793
TOTAL																									
RAMALAN PENJUALAN 2025																									
Bulan	20 ml - Baby and Mom			20 mL - Kids and Adult			100 ml - Baby and Mom			100 mL - Kids and Adult			250 ml - Baby and Mom			250 mL - Kids and Adult			500 ml - Baby and Mom			500 mL - Kids and Adult			TOTAL
	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	
Jan	75	25.000	1.875.000	86	25.000	2.156.250	92	40.000	3.680.000	92	40.000	3.680.000	69	55.000	3.795.000	71	55.000	3.921.500	69	70.000	4.830.000	58	70.000	4.025.000	27.956.500
Feb	78	25.000	1.950.000	104	25.000	2.587.500	110	40.000	4.416.000	110	40.000	4.416.000	83	55.000	4.554.000	86	55.000	4.705.800	83	70.000	5.796.000	69	70.000	4.830.000	33.547.800
Mar	103	25.000	2.575.000	124	25.000	3.105.000	132	40.000	5.299.200	132	40.000	5.299.200	99	55.000	5.464.800	103	55.000	5.646.960	99	70.000	6.955.200	83	70.000	5.796.000	40.257.360
Apr	118	25.000	2.950.000	137	25.000	3.415.500	146	40.000	5.829.120	146	40.000	5.829.120	109	55.000	6.011.280	113	55.000	6.211.656	109	70.000	7.650.720	91	70.000	6.375.600	44.283.096
Mei	130	25.000	3.250.000	150	25.000	3.757.050	160	40.000	6.412.032	160	40.000	6.412.032	120	55.000	6.612.408	124	55.000	6.832.822	120	70.000	8.415.792	100	70.000	7.013.160	48.711.406
Jun	143	25.000	3.575.000	165	25.000	4.132.755	176	40.000	7.053.235	176	40.000	7.053.235	132	55.000	7.273.649	137	55.000	7.516.104	132	70.000	9.257.371	110	70.000	7.714.476	53.582.546
Jul	158	25.000	3.950.000	182	25.000	4.546.031	194	40.000	7.758.559	194	40.000	7.758.559	145	55.000	8.001.014	150	55.000	8.267.714	145	70.000	10.183.108	121	70.000	8.485.924	58.940.801
Aug	173	25.000	4.333.882	200	25.000	5.000.634	213	40.000	8.534.415	213	40.000	8.534.415	160	55.000	8.801.115	165	55.000	9.094.486	160	70.000	11.201.419	133	70.000	9.334.516	64.834.881
Sep	191	25.000	4.767.249	220	25.000	5.500.697	235	40.000	9.387.856	235	40.000	9.387.856	176	55.000	9.681.227	182	55.000	10.003.934	176	70.000	12.321.561	147	70.000	10.267.968	71.318.369
Oktober	210	25.000	5.243.998	242	25.000	6.050.767	258	40.000	10.326.642	258	40.000	10.326.642	194	55.000	10.649.349	200	55.000	11.004.328	194	70.000	13.553.717	161	70.000	11.294.764	78.450.206
Nov	231	25.000	5.768.399	266	25.000	6.655.843	284	40.000	11.359.306	284	40.000	11.359.306	213	55.000	11.714.284	220	55.000	12.104.760	213	70.000	14.909.089	177	70.000	12.424.241	86.295.226
Des	249	25.000	6.225.000	319	25.000	7.987.012	341	40.000	13.631.167	341	40.000	13.631.167	256	55.000	14.057.141	264	55.000	14.525.712	256	70.000	17.890.907	213	70.000	14.909.089	103.554.272
Total	903	25.000	22.575.000	2.196	25.000	55.410.000	2.342	40.000	93.720.000	2.342	40.000	93.720.000	1.757	55.000	97.176.000	1.815	55.000	101.140.000	1.757	70.000	121.570.000	1.464	70.000	103.554.272	618.897.793
TOTAL																									
RAMALAN PENJUALAN 2026																									
Bulan	20 ml - Baby and Mom			20 mL - Kids and Adult			100 ml - Baby and Mom			100 mL - Kids and Adult			250 ml - Baby and Mom			250 mL - Kids and Adult			500 ml - Baby and Mom			500 mL - Kids and Adult			TOTAL
	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	
Jan	87	25.000	2.167.500	100	25.000	2.501.250	107	40.000	4.268.800	107	40.000	4.268.800	80	55.000	4.402.200	83	55.000	4.548.940	80	70.000	5.602.800	67	70.000	4.669.000	32.429.540
Feb	104	25.000	2.601.000	120	25.000	3.001.500	128	40.000	5.122.560	128	40.000	5.122.560	96	55.000	5.282.640	99	55.000	5.458.728	96	70.000	6.723.360	80	70.000	5.602.800	38.915.448
Mar	125	25.000	3.125.000	144	25.000	3.601.800	154	40.000	6.147.072	154	40.000	6.147.072	115	55.000	6.339.168	119	55.000	6.550.474	115	70.000	8.068.032	96	70.000	6.723.360	46.698.538
Apr	137	25.000	3.433.750	158	25.000	3.961.980	169	40.000	6.761.779	169	40.000	6.761.779	127	55.000	6.973.085	131	55.000	7.205.521	127	70.000	8.874.835	106	70.000	7.395.696	51.368.391
Mei	151	25.000	3.775.000	174	25.000	4.358.178	186	40.000	7.437.957	186	40.000	7.437.957	139	55.000	7.670.393	144	55.000	7.926.073	139	70.000	9.762.319	116	70.000	8.135.266	56.505.230
Jun	166	25.000	4.154.796	192	25.000	4.793.996	205	40.000	8.181.753	205	40.000	8.181.753	153	55.000	8.437.433	159	55.000	8.718.680	153	70.000	10.738.551	128	70.000	8.948.792	62.155.754
Jul	183	25.000	4.575.000	211	25.000	5.273.395	225	40.000	9.099.928	225	40.000	9.099.928	169	55.000	9.281.176	174	55.000	9.590.548	169	70.000	11.812.406	141	70.000	9.843.671	68.371.329
Aug	201	25.000	5.025.000	232	25.000	5.800.735	247	40.000	9.899.921	247	40.000	9.899.921	186	55.000	10.209.293	192	55.000	10.549.603	186	70.000	12.993.646	155	70.000	10.828.039	75.208.462
Sep	221	25.000	5.525.000	255	25.000	6.380.808	272	40.000	10.889																



Sumber : Bisnis Little Twig

Ramalan penjualan produk Little Twig tersebut didapatkan dari penjualan setiap harinya pada hari kerja hingga akhir pekan. Asumsi penjualan yang digunakan berdasarkan pada penjualan bisnis serupa yang dijalankan oleh keluarga penulis.

RAMALAN PENJUALAN 2027																										
Bulan	20 ml - Baby and Mom			20 mL - Kids and Adult			100 ml - Baby and Mom			100 mL - Kids and Adult			250 ml - Baby and Mom			250 mL - Kids and Adult			500 ml - Baby and Mom			500 mL - Kids and Adult			TOTAL	
	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan		
Jan	109	25.000	2.536.268	117	25.000	2.926.463	125	40.000	4.994.496	125	40.000	4.994.496	94	55.000	5.150.574	97	55.000	5.322.260	94	70.000	6.555.276	78	70.000	5.462.730	37.942.562	
Feb	122	25.000	3.043.500	140	25.000	3.511.755	150	40.000	5.993.395	150	40.000	5.993.395	112	55.000	6.180.689	116	55.000	6.386.712	112	70.000	7.866.331	94	70.000	6.555.276	45.531.074	
Mar	146	25.000	3.652.200	169	25.000	4.214.106	180	40.000	7.192.074	180	40.000	7.192.074	135	55.000	7.416.827	139	55.000	7.664.054	135	70.000	9.439.597	112	70.000	7.866.331	54.637.289	
Apr	167	25.000	4.017.425	185	25.000	4.635.517	198	40.000	7.911.282	198	40.000	7.911.282	148	55.000	8.158.509	153	55.000	8.430.460	148	70.000	10.383.557	124	70.000	8.652.964	60.101.018	
Mei	177	25.000	4.419.125	204	25.000	5.099.068	218	40.000	8.702.410	218	40.000	8.702.410	163	55.000	8.974.360	169	55.000	9.273.505	163	70.000	11.421.913	136	70.000	9.518.261	66.111.120	
Jun	194	25.000	4.861.100	224	25.000	5.608.975	239	40.000	9.572.651	239	40.000	9.572.651	179	55.000	9.871.796	185	55.000	10.200.856	179	70.000	12.564.104	150	70.000	10.470.087	72.722.232	
Jul	214	25.000	5.347.250	247	25.000	6.169.873	263	40.000	10.529.916	263	40.000	10.529.916	197	55.000	10.858.976	204	55.000	11.220.942	197	70.000	13.820.515	165	70.000	11.517.096	79.994.455	
Ag	235	25.000	5.881.900	271	25.000	6.786.860	290	40.000	11.582.907	290	40.000	11.582.907	217	55.000	11.944.873	224	55.000	12.343.036	217	70.000	15.202.566	181	70.000	12.668.805	87.993.900	
Sep	259	25.000	6.470.140	299	25.000	7.465.546	319	40.000	12.741.198	319	40.000	12.741.198	239	55.000	13.139.361	247	55.000	13.577.339	239	70.000	16.722.823	199	70.000	13.935.686	96.793.290	
Okt	285	25.000	7.117.125	328	25.000	8.212.100	350	40.000	14.015.318	350	40.000	14.015.318	263	55.000	14.453.297	272	55.000	14.935.073	263	70.000	18.395.105	219	70.000	15.329.254	106.472.619	
Nov	311	25.000	7.828.800	361	25.000	9.033.310	385	40.000	15.416.850	385	40.000	15.416.850	289	55.000	15.898.626	299	55.000	16.428.581	289	70.000	20.234.615	241	70.000	16.862.180	117.119.881	
Des	376	25.000	9.394.600	434	25.000	10.839.973	463	40.000	18.500.220	463	40.000	18.500.220	347	55.000	19.078.352	358	55.000	19.714.297	347	70.000	24.281.539	289	70.000	20.234.615	140.543.858	
Total	583		2.980			3.179			3.179			3.179			2.384			2.464			2.384			1.987	21.139	965.963.298
TOTAL																										
RAMALAN PENJUALAN 2028																										
Bulan	20 ml - Baby and Mom			20 mL - Kids and Adult			100 ml - Baby and Mom			100 mL - Kids and Adult			250 ml - Baby and Mom			250 mL - Kids and Adult			500 ml - Baby and Mom			500 mL - Kids and Adult			TOTAL	
	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan		
Jan	102	25.000	2.536.268	140	25.000	3.511.755	150	40.000	5.993.395	150	40.000	5.993.395	112	55.000	6.180.689	116	55.000	6.386.712	112	70.000	7.866.331	94	70.000	6.555.276	45.531.074	
Feb	146	25.000	3.652.200	169	25.000	4.214.106	180	40.000	7.192.074	180	40.000	7.192.074	135	55.000	7.416.827	139	55.000	7.664.054	135	70.000	9.439.597	112	70.000	7.866.331	54.637.289	
Mar	175	25.000	4.382.625	202	25.000	5.056.927	216	40.000	8.630.489	216	40.000	8.630.489	162	55.000	8.900.192	167	55.000	9.196.865	162	70.000	11.327.517	135	70.000	9.439.597	65.564.747	
Apr	193	25.000	4.820.925	223	25.000	5.562.620	237	40.000	9.493.538	237	40.000	9.493.538	178	55.000	9.790.211	184	55.000	10.116.551	178	70.000	12.460.269	148	70.000	10.383.557	72.121.221	
Mei	210	25.000	5.303.025	245	25.000	6.118.882	261	40.000	10.442.892	261	40.000	10.442.892	196	55.000	10.769.232	202	55.000	11.128.207	196	70.000	13.706.295	163	70.000	11.421.913	79.333.344	
Jun	236	25.000	5.833.300	269	25.000	6.730.770	287	40.000	11.487.181	287	40.000	11.487.181	215	55.000	11.846.155	223	55.000	12.241.027	215	70.000	15.076.925	179	70.000	12.564.104	87.266.678	
Jul	257	25.000	6.416.675	296	25.000	7.403.847	316	40.000	12.635.899	316	40.000	12.635.899	237	55.000	13.030.771	245	55.000	13.465.130	237	70.000	16.584.618	197	70.000	13.820.515	95.993.346	
Ag	282	25.000	7.058.300	326	25.000	8.144.232	347	40.000	13.899.489	347	40.000	13.899.489	261	55.000	14.333.848	269	55.000	14.811.643	261	70.000	18.243.079	217	70.000	15.202.566	105.592.680	
Sep	311	25.000	7.764.100	358	25.000	8.958.655	382	40.000	15.289.438	382	40.000	15.289.438	287	55.000	15.767.233	296	55.000	16.292.807	287	70.000	20.067.387	239	70.000	16.722.823	116.151.948	
Okt	342	25.000	8.540.500	394	25.000	9.854.521	420	40.000	16.818.382	420	40.000	16.818.382	315	55.000	17.343.956	326	55.000	17.922.088	315	70.000	22.074.126	263	70.000	18.395.105	127.767.143	
Nov	376	25.000	9.394.600	434	25.000	10.839.973	463	40.000	18.500.220	463	40.000	18.500.220	347	55.000	19.078.352	358	55.000	19.714.297	347	70.000	24.281.539	289	70.000	20.234.615	140.543.858	
Des	451	25.000	11.273.500	520	25.000	13.007.967	555	40.000	22.200.264	555	40.000	22.200.264	416	55.000	22.894.022	430	55.000	23.657.156	416	70.000	29.137.846	347	70.000	24.281.539	168.652.629	
Total	3.099		3.576			3.815			3.815			3.815			2.861			2.956			2.861			2.384	25.367	1.159.155.957
TOTAL																										



Tabel 4.2 Ramalan Penjualan Tahunan *Little Twig* 2024 – 2028

(Dalam Rupiah)

Tahun	20 ml - Baby and Mom			20 mL - Kids and Adult			100 ml - Baby and Mom			100 mL - Kids and Adult		
	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan
2024	1.655	25.000	41.370.173	1.909	25.000	47.734.815	2.037	40.000	81.467.418	2.037	40.000	81.467.418
2025	1.903	25.000	47.575.699	2.196	25.000	54.895.038	2.342	40.000	93.687.531	2.342	40.000	93.687.531
2026	2.208	25.000	55.187.811	2.547	25.000	63.678.244	2.717	40.000	108.677.536	2.717	40.000	108.677.536
2027	2.583	25.000	64.569.739	2.980	25.000	74.503.545	3.179	40.000	127.152.717	3.179	40.000	127.152.717
2028	3.099	25.000	77.483.687	3.576	25.000	89.404.254	3.815	40.000	152.583.261	3.815	40.000	152.583.261

Lanjutan Tabel 4.2 Ramalan Penjualan Tahunan *Little Twig* 2024 – 2028

Tahun	250 ml - Baby and Mom			250 mL - Kids and Adult			500 ml - Baby and Mom			500 mL - Kids and Adult			TOTAL
	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	Jumlah	Harga	Penjualan	
2024	1.528	55.000	84.013.275	1.578	55.000	86.813.718	1.528	70.000	106.925.986	1.273	70.000	89.104.989	618.897.793
2025	1.757	55.000	96.615.266	1.815	55.000	99.835.775	1.757	70.000	122.964.884	1.464	70.000	102.470.737	711.732.462
2026	2.038	55.000	112.073.709	2.106	55.000	115.809.499	2.038	70.000	142.639.266	1.698	70.000	118.866.055	825.609.656
2027	2.384	55.000	131.126.240	2.464	55.000	135.497.114	2.384	70.000	166.887.941	1.987	70.000	139.073.284	965.963.298
2028	2.861	55.000	157.351.487	2.956	55.000	162.596.537	2.861	70.000	200.265.529	2.384	70.000	166.887.941	1.159.155.957

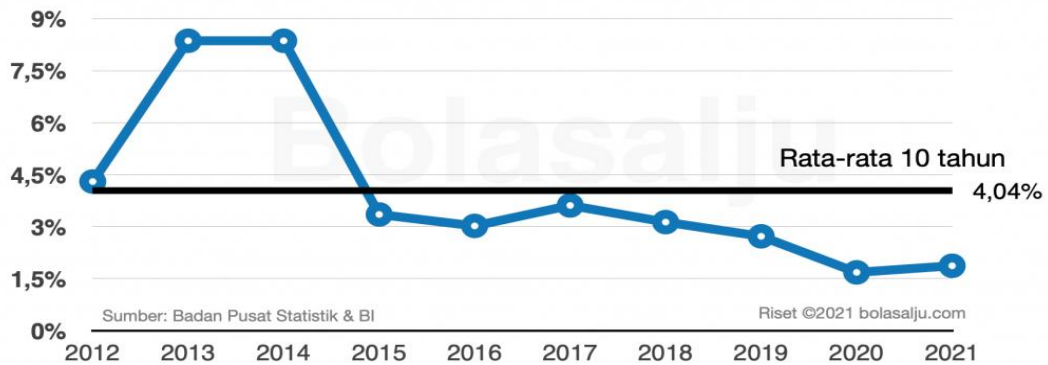
Sumber : Bisnis *Little Twig*

Ramalan Penjualan tahun 2025-2028 *Little Twig* berasal dari asumsi penjual terhadap peningkatan penjualan sesuai dengan misi bisnis. Pada tahun kedua bisnis *Little Twig* akan mengalami peningkatan penjualan sebesar 15%, tahun ketiga 16%, tahun keempat 17%, dan tahun kelima 20%. Harga produk tidak mengalami kenaikan karena penetapan harga jual berdasarkan pada harga yang ditetapkan oleh pesaing (selanjutnya dijelaskan pada Bab 4 sub-bab strategi pemasaran, seksi penetapan harga), analisis, dan pengalaman yang penulis dapatkan saat membantu bisnis keluarga.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan mengenai masalah umum.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 c. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Grafik 4.1 Inflasi Tahunan Indonesia 10 Tahun Terakhir



©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber : <https://www.bolasalju.com/artikel/inflasi-indonesia-10-tahun/>

Inflasi adalah proses kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan terus-menerus dalam jangka waktu tertentu. Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, rata-rata kenaikan inflasi setiap tahunnya adalah sekitar 4,04%.

C. Target Pasar yang Dituju

Dalam menentukan target pasar yang dituju, *Little Twig* melakukan segmentasi pasar yang terbagi menjadi beberapa aspek yaitu, geografis, demografis, psikologis, dan tingkah laku. Berikut penjelasan dari aspek tersebut;

1. Segmentasi Geografis

Dalam kegiatan usahanya, *Little Twig* beroperasi secara *online* melalui platform *e-commerce* yang dapat menjangkau target pasar di dalam maupun luar daerah Jabodetabek. Kedepannya *Little Twig* juga berencana untuk beroperasi secara *offline* dengan lokasi toko di daerah Bekasi dan mengikuti event pameran secara *offline* yang diadakan di daerah Jabodetabek.

2. Segmentasi Demografis

Berdasarkan pada fungsi dan kegunaan produk, *Little Twig* menargetkan pasar demografis kepada seluruh kalangan usia mulai dari balita hingga lansia, baik Pria maupun Wanita. Kriteria pasar *Little Twig* pastinya adalah individu maupun kelompok

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.



yang mampu melakukan kegiatan transaksi. *Little Twig* secara khusus menargetkan

Orang tua yang memiliki bayi dan balita, dan individu dengan permasalahan kulit sensitif.

3. Segmentasi Psikografis

Penentuan segmentasi psikografis merek *Little Twig* difokuskan pada beberapa kriteria seperti gaya hidup, kelas sosial, dan kepribadian masyarakat. Pada kriteria gaya hidup, target pasar yang dituju oleh *Little Twig* adalah masyarakat yang memiliki gaya hidup sehat, selalu menjaga kebersihan diri maupun lingkungan sekitar, dan praktis. Kriteria kelas sosial *Little Twig* adalah kalangan menengah ke atas. Karakteristik kepribadian target pasar *Little Twig* adalah mereka yang sangat memperhatikan kebersihan dan kesehatan diri maupun orang terdekatnya.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku yang ditetapkan oleh bisnis *Little Twig* adalah pada penyediaan varian ukuran pada produk agar calon konsumen dapat menyesuaikan dengan kebutuhannya. Contoh konsumen yang merupakan seorang individu pekerja kantoran, cenderung akan membeli produk ukuran 20 mL dan 100 mL karena kemasannya yang mudah dibawa dan praktis. Sedangkan calon konsumen yang adalah orang tua cenderung membeli produk berukuran 250 mL dan 500 mL karena tentunya akan membutuhkan produk dengan kemasan yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



D. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran berperan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa (Haque-Fawzi, Iskandar, Erlangga, Nurjaya, & Sunarsi, 2021).

1. Diferensiasi

Diferensiasi adalah pembuatan penawaran pasar yang berbeda untuk sebuah perusahaan agar memberikan nilai lebih pada pelanggan (Armstrong & Kotler, 2016).

Merek *Little Twig* melakukan diferensiasi produk melalui kandungan bahan utama dan variasi ukuran. Produk *Little Twig* terdiri dari 2 macam yakni untuk Ibu dan Bayi serta untuk anak-anak atau Balita dan Orang Dewasa. Variasi ukuran produk yang dijual beragam mulai dari kemasan 20ml yang memiliki ukuran kecil dan muat didalam saku, hingga kemasan 500ml yang memiliki ukuran besar sehingga cocok untuk penggunaan di rumah maupun kantor.

2. Positioning

Strategi *positioning* adalah penempatan usaha yang dijalankan kedalam benak para konsumen (Armstrong & Kotler, 2016). *Little Twig* melakukan penempatan diri sebagai bisnis yang bergerak pada bidang distribusi perdagangan produk kesehatan dengan menghadirkan produk dengan kualitas terbaik dalam proses produksi hingga penjualan, yang mampu menjawab kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.



3. Penetapan Harga

C Harga adalah sejumlah uang atau nilai yang dikenakan untuk sebuah produk barang atau jasa yang dapat ditukar oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan barang atau jasa (Armstrong & Kotler, 2016). Penetapan harga merupakan salah satu komponen yang dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis dalam penentuan besar keuntungan yang akan diperoleh. Dalam menetapkan harga terdapat beberapa metode yang dapat digunakan, yaitu:

a. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value-Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan nilai adalah metode menetapkan harga berdasarkan persepsi pembeli atas nilai produk dan bukan pada biaya penjual. Dalam penetapan harga berdasarkan penilai, pelaku usaha harus menemukan nilai pada produk yang dapat diberikan kepada pembeli untuk memberikan penawaran.

b. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan biaya adalah metode menetapkan harga berdasarkan pada biaya yang dikeluarkan oleh sebuah bisnis untuk memproduksi, mendistribusikan, menjual dan memberikan pelayanan terkait produk pada konsumen yang ditambah dengan tingkat pengembalian untuk usaha dan resiko.

c. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition-Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah metode menetapkan harga dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal serta berdasarkan pada harga yang ditetapkan oleh pesaing untuk produk yang sama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C Hak cipta milik IBI KKG (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 IBIKKG.

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



Metode yang digunakan oleh *Little Twig* dalam penetapan harga adalah dengan

③ menggunakan Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition-Based Pricing*).

Harga untuk setiap produk *Little Twig* merupakan hasil pertimbangan pada harga yang ditetapkan oleh pesaing. Berikut daftar harga produk *Little Twig*:

Tabel 4.3 Harga Produk

Produk	Harga (Dalam Rupiah)
<i>20 ml Baby and Mom</i>	25.000
<i>20 ml Kids and Adult</i>	25.000
<i>100 ml Baby and Mom</i>	40.000
<i>100 ml Kids and Adult</i>	40.000
<i>250 ml Baby and Mom</i>	55.000
<i>250 ml Kids and Adult</i>	55.000
<i>500 ml Baby and Mom</i>	70.000
<i>500 ml Kids and Adult</i>	70.000

Sumber : Bisnis *Little Twig*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan seperangkat organisasi yang saling bergantung dalam penyediaan produk barang atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau bisnis (Armstrong & Kotler, 2016). Menurut Kotler, terdapat dua tipe saluran distribusi yaitu *Direct Marketing Channel* yakni distribusi secara langsung tanpa perantara, dan *Indirect Marketing Channel* yang adalah penyaluran distribusi melalui perantara.

Little Twig menggunakan saluran distribusi secara langsung dari produsen kepada bisnis kemudian kepada konsumen. *Little Twig* adalah distributor yang menjual produk yang di produksi oleh produsen. Dalam proses distribusi, tidak ada perantara yang terlibat. Pelaku usaha secara langsung menghubungi produsen untuk kemudian melakukan kerjasama untuk melakukan produksi dan menjual produk dengan merek *Little Twig*. Berikut alur distribusi *Little Twig*:

Gambar 4.4 Alur Distribusi *Little Twig*



Sumber : Bisnis *Little Twig*



E. Strategi Promosi

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

Promosi merupakan pemasaran yang umum dilakukan tenaga pemasaran untuk menarik dan memberikan informasi suatu produk kepada konsumen dan mendorong konsumen agar melakukan pembelian produknya. Strategi promosi yang digunakan dalam memperkenalkan produk dapat dilakukan menggunakan sarana promosi *offline* dan *online* (Sagih, 2022). Promosi *offline* dapat dilakukan dengan penjualan langsung atau melalui mulut ke mulut. Sedangkan penjualan *online* dilakukan menggunakan media sosial guna memperluas jangkauan pasar. Terdapat beberapa jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi atau bisnis, antara lain:

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan sering dikaitkan dengan kegiatan praktisi *public relations (PR)* dalam aktivitasnya. Untuk itu periklanan adalah alat sekaligus strategi komunikasi seorang *PR* untuk memelihara hubungan baik antara perusahaan dengan publiknya. Di sisi lain periklanan sebagai alat praktisi pemasaran yang berupaya menjual produk secara langsung untuk mencapai target penjualan (Thariq, 2022).

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan hadir dalam perusahaan sebagai konsep dari pemasaran dalam memperkenalkan produk atau jasanya kepada konsumen selain dari model bauran promosi yang lainnya (Tasnim, et al., 2021).

3. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan merupakan bentuk promosi melalui lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang tujuannya untuk menciptakan penjualan (Tasnim, et al., 2021).

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.



4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Terdiri dari semua komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan audiens atau pemangku kepentingannya. Kinerja hubungan masyarakat yang terencana dengan baik dapat memberi perusahaan reputasi yang baik, yang dalam urutannya muncul sebagai salah satu aspek pembelian mengapa orang akan membeli produk dari perusahaan tertentu (Banjarnahor, et al., 2021)

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung merupakan upaya komunikasi pemasaran interaktif tanpa adanya perantara untuk segera mendapatkan respons langsung dengan menggunakan berbagai media promosi didalam pelaksanaannya (Prasetyo, et al., 2018).

Dalam melaksanakan kegiatan promosi, upaya yang dilakukan *Little Twig* adalah sebagai berikut:

1. Periklanan Secara *Online* Melalui Media Sosial

Berkaitan dengan ekonomi kreatif, pengusaha yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk promosi semakin memudahkan konsumennya untuk berinteraksi langsung dari lokasi dimana saja (Halim, Sherly, & Sudirman, 2020). Penggunaan sosial media dapat menurunkan biaya operasional sebuah bisnis karena pelaku usaha tidak lagi harus memiliki fisik bangunan untuk memulai sebuah bisnis.

Pada era sekarang ini, terdapat platform media sosial yang dapat digunakan untuk beriklan secara *online*, seperti *Instagram Ads* dan *Facebook Ads*. Maka dari itu *Little Twig* menggunakan media sosial untuk memulai bisnis, sebagai salah satu alat promosi guna memperkenalkan dan menjual produk kepada konsumen. Selain dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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 IBIKKG.

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



menurunkan biaya operasional, media sosial dapat membantu bisnis menjangkau pasar lebih luas.

2. Penjualan secara langsung (*Direct Selling*)

Penjualan secara langsung adalah metode penjualan produk barang atau jasa kepada konsumen dengan cara tatap muka. Praktik kegiatan promosi ini dilakukan *Little Twig* dengan mengikuti acara pameran atau festival. Dalam acara tersebut, *Little Twig* akan melakukan interaksi secara langsung mulai dari mengenalkan, memberikan penjelasan dan menjawab pertanyaan terkait produk, hingga melakukan transaksi dengan konsumen. Praktik lainnya adalah dengan menawarkan produk secara langsung kepada lingkungan sekitar, dimulai dari orang terdekat seperti teman dan keluarga.

3. Promosi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Bentuk promosi ini pada dasarnya berorientasi pada kepuasan konsumen. Maka dari itu, *Little Twig* akan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, dan menjual produk yang berkualitas. Hal ini guna menciptakan persepsi atau *image* yang baik bagi merek dan memberikan dampak yang baik kepada konsumen lewat produk dan pelayanan *Little Twig*. Upaya ini akan mengarah pada tingkat kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan tersebut akan mengarahkan konsumen untuk melakukan promosi *Word of Mouth* yang akan memberikan dampak seperti, merek yang semakin dikenal, dan peningkatan penjualan, pada bisnis *Little Twig*.

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.