



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

Sebuah usaha berkualitas mempunyai berbagai strategi tersendiri untuk menganalisa dan memantau pasar yang hendak dituju. Demi menjalankan kegiatan usaha produk-produknya, perusahaan harus mempersiapkan dalam faktor kualitas produk, harga, dan perkiraan kecepatan pengiriman, DLL. Bisnis model merupakan hal yang prioritas untuk menentukan perseroan dalam rangka pemasaran produk, dan perusahaan harus beradaptasi dalam pemasaran produk tersebut dengan kondisi yang ada secara efektif dan efisien.

4.1. Produk / Jasa yang dihasilkan

Dalam membangun usaha, Produk merupakan aspek terpenting dalam kelangsungan usaha. Menurut Kevin Lane Keller (2013:13) *“a product is anything we can offer to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a need”* yang berarti barang merupakan suatu yang bisa ditawarkan ke pasaran agar mendapatkan perhatian, yang di akuisisi, digunakan maupun dikonsumsi. Produk memiliki banyak bentuk mulai dari makanan, pakaian, kendaraan, bangunan dan lain sebagainya.

Toko Cat Pendekar pada berfokus pada bidang Pengecatan yang menjual berbagai kebutuhan cat. Dimana kami berusaha menjual produk dengan kualitas baik dan kecepatan yang tinggi. Kami menekankan pelayanan yang baik sehingga konsumen menjadi nyaman dengan perusahaan kami. Karena moto kami yaitu memberikan pelayanan terpercaya dengan kualitas produk terpercaya.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 4.1

Produk yang Disediakan

Gambar	Nama Produk	Penjelasan
	Vinilex 1 kg	Cat emulsi berkualitas ukuran 1kg
	Vinilex 5 kg	cat emulsi berkualitas tinggi dengan basis kopolimer vinyl akrilik.
	Vinilex 25 kg	Cat emulsi berkualitas harga 25 kg

Sumber: Toko Cat Pendekar

4.2. Gambaran Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2016:109), “the marketer’s first step in evaluating marketing opportunities is to estimate total market demand” yang berarti “Langkah awal pemasaran dalam



mengevaluasi peluang pemasaran dengan memperkirakan total dari permintaan pasar. Yang berarti pada bulan pertama penjualan dapat membantu kita untuk memperkirakan trend pada bulan berikutnya hingga 5 tahun mendatang. Indonesia merupakan negara yang sedang mengalami perkembangan menjadi negara maju oleh karena itu Potensi pembangunan di negara Indonesia masih tinggi. Toko Cat pendekar yakin meskipun negara terancam resesi dan minat properti pada 2023 di prediksi tidak baik tetapi jika kita lihat kembali rumah merupakan impian setiap manusia. Bagaimanapun juga manusia membutuhkan tempat tinggal. Tetapi meskipun begitu bisa kita lihat penurunan penjualan properti memang terjadi tetapi dari grafik menunjukkan masih berpotensi uptrend.

1. Dilarang menyalin atau menyalin 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 4.2

Ramalan Penjualan TB Pendekar Tahun 2024 (Dalam Unit)

Bulan	Varian Produk		
	Vinilex 1 kg	Vinilex 5 kg	Vinilex 25 kg
Januari	200	600	60
Februari	150	640	50
Maret	160	460	44
April	150	640	56
Mei	120	640	60
Juni	140	620	58
Juli	160	800	44
Agustus	180	700	54
September	200	720	60
Oktober	240	650	58
November	260	680	60
Desember	240	650	50
Total	2200	7800	654

Sumber: Data diolah, TB Pendekar

Berdasarkan tabel 4.2, Asumsi penjualan setiap bulannya pada bulan Januari merupakan bulan awal dibukanya Toko Cat Pendekar sehingga banyak yang penasaran dan membeli untuk membandingkan dengan toko lainnya. Akan tetapi seiring waktu hingga pertengahan tahun yaitu bulan juni dan juli mulai terjadi perubahan trend yang tadinya bergerak menurun mulai kembali

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



naik. Hal tersebut diakibatkan pada bulan-bulan tersebut biasanya terjadi musim hujan diberbagai wilayah di Indonesia sehingga masyarakat membutuhkan cat untuk membantu menambal kebocoran hingga mempercantik rumah idamanya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 4.3

Anggaran Penjualan Tahun 2024 (Dalam Rupiah)

Anggaran Penjualan Bulan	Varian Product		
	Vinilex 1kg (Rp)	Vinilex 5kg (Rp)	Vinilex 25kg (Rp)
Januari	9,657,000	96,237,000	45,787,500
Februari	7,242,750	102,652,800	38,156,250
Maret	7,725,600	73,781,700	33,577,500
April	7,242,750	102,652,800	42,735,000
Mei	5,794,200	102,652,800	45,787,500
Juni	6,759,900	99,444,900	44,261,250
Juli	7,725,600	128,316,000	33,577,500
Agustus	8,691,300	112,276,500	41,208,750
September	9,657,000	115,484,400	45,787,500
Oktober	11,588,400	104,256,750	44,261,250
November	12,554,100	109,068,600	45,787,500
Desember	11,588,400	104,256,750	38,156,250
Total	106,227,000	1,251,081,000	499,083,750

Sumber: Tabel 4.2 dengan perhitungan bahwa penjualan dikalikan dengan harga jual

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 4.4

Ramalan penjualan TB Pendekar tahun 2024-2028

Total	Varian Produk		
	Vinilex 1kg (Rp)	Vinilex 5kg(Rp)	Vinilex 25kg (Rp)
2024	2200	7800	654
2025	2640	9360	785
2026	3168	11232	942
2027	3802	13478	1130
2028	4562	16174	1356
Total	16372	58044	4867

Sumber: Tabel 4.2, TB Pendekar

Data tersebut didapatkan dari perkiraan penjualan TB Pendekar yang diperkirakan meningkat setiap tahun. TB Pendekar menargetkan kenaikan sebesar 20% setiap tahun untuk penjualan.



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



Tabel 4.5

Anggaran penjualan TB Pendekar tahun 2024-2028

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Total	Varian Produk		
	Vinilex 1kg (Rp)	Vinilex 5kg(Rp)	Vinilex 25kg(Rp)
2024	114,400,000	1,333,800,000	531,048,000
2025	137,280,000	1,600,560,000	637,257,600
2026	164,736,000	1,920,672,000	764,709,120
2027	197,683,200	2,304,806,400	917,650,944
2028	237,219,840	2,765,767,680	1,101,181,133
Total	851,319,040	9,925,606,080	3,951,846,797

Sumber Tabel: 4.3 Toko Cat Pendekar

Data setiap tahunnya didapat dari tahun sebelumnya ditambah 20% dikarenakan Toko Cat Pendekar memperkirakan pertumbuhan penjualan sebesar 20%

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.



4.3. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar merupakan pembagian pasar menjadi beberapa bagian spesifik dengan kebutuhan individu yang memiliki perbedaan, mulai dari karakteristik, perilaku individu tertentu yang mungkin saja dibutuhkan strategi maupun teknik pemasaran yang berbeda. Beberapa bagian segmen pasar konsumen menurut Kotler dan Armstrong:

A. Segmentasi geografis

Dibagi ke beberapa wilayah. Kotler dan Armstrong menekankan bahwa pembagian wilayah seperti negara, provinsi, lokasi, desa, dan kota. Untuk usaha Toko Cat Pendekar kami memilih daerah Cepak Putih atau sekitarnya dikarenakan cukup strategis berada di Tengah Jakarta yang membuat mudah dijangkau oleh banyak kalangan.

B. Segmentasi Demografis

Pengelompokkan pasar berdasarkan usia, pendidikan, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, dan beberapa latar belakang lainnya. Toko Cat Pendekar menargetkan konsumen dengan pekerjaan atau status sebagai pekerja bangunan, pemborong rumah, kontraktor, pemilik kosan, pemilik rumah, pemilik apartemen, ibu rumah tangga, dan pemilik aset property lainnya. Untuk penghasilan kami menargetkan kalangan menengah keatas dan menengah untuk saat ini.

C. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis merupakan pembagian berdasarkan kelas, sosial, karakteristik kepribadian, atau gaya hidup, dan berfokus kepada sikap pelanggan. Untuk gaya hidup sendiri, masyarakat sekarang lebih menyukai serba praktis dan cepat. Maka dari itu Toko Cat Pendekar mengkombinasikan antara toko modern dan tradisional yang dimana

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



masyarakat dapat melihat langsung dan membeli langsung. Atau juga dapat memesan secara online yang akan disegerakan pengirimannya.

D. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku merupakan berbagai usaha pembagian pasar ke dalam suatu golongan yang berbeda berlandaskan sikap, pengetahuan, penggunaan, manfaat yang dicari, tingkat penggunaan dan respon terhadap sebuah produk dan jasa. Pada saat ini Toko Cat Pendekar berfokus pada pelayanan dan kenyamanan. Sehingga dapat menjadi salah satu toko cat yang memiliki kualitas yang baik dengan pelayanan yang baik.

4.4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan cara untuk mencapai keuntungan maksimal dalam suatu usaha. Berikut ini merupakan strategi pemasaran Toko Cat Pendekar yang akan dilakukan dalam sebuah usaha.

a. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:230), *“Through product differentiation branch can be differentiated on features performance. or style and design”*. Dalam melakukan kegiatan bisnis, perlu diperhatikan hal yang menjadi pembeda antara kompetitor agar perusahaan tersebut memiliki suatu ciri khas dan nilai lebih yang tidak dimiliki perusahaan lain, keunikan perusahaan dapat menjadi poin penting dikarenakan pembeli merasa ada ketidakpuasan ditempat lain dan kita bisa menutupinya dengan kelebihan kita.

Diferensiasi pada TB Pendekar adalah dari segi pelayanan, pemasaran, kualitas. Toko Cat Pendekar. Dari segi pelayanan Toko Cat Pendekar menggunakan promosi offline dan online yang dimana akan memudahkan konsumen dalam memesan dan melihat barang.

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.



Toko Cat Pendekar menjual berbagai Cat berkualitas yang terbaik agar memuaskan konsumen.

b. Positioning

Kami memposisikan Toko Cat Pendekar sebagai Toko Bangunan yang flexible, yang berarti menyesuaikan dengan keadaan yang ada. Kami sebisa mungkin mengikuti keinginan dan kebutuhan konsumen. Kami akan membuat sistem yang membuat nyaman konsumen dan terus memenuhi kebutuhan bangunan dan rumah tangga seiring bertambahnya omset perusahaan.

c. Penetapan harga

Toko Cat Pendekar menetapkan harga lebih mahal dibandingkan kompetitor dikarenakan Toko Cat Pendekar menjual barang berkualitas dengan merk yang sudah terpercaya. Kami juga menyediakan berbagai opsi pengiriman yang memudahkan pengiriman lebih cepat. Oleh karena itu untuk menutupi biaya tersebut kami menetapkan harga yang lebih tinggi yang sesuai dengan kualitas dan pelayanan produk kami.

d. Saluran Distribusi

Kami juga bekerja sama dengan beberapa layanan pengiriman untuk membantu mendistribusikan cat kami ke daerah lain yang membutuhkan, Dan meningkatkan kapasitas pengiriman.

4.5. Strategi Promosi

- A. *Advertising*: Toko Cat Pendekar menggunakan sosial media untuk membantu promosi dan iklan sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas dan generasi yang jarang datang ke toko-toko *offline*.



B. *Sales Promotion*: Toko Cat Pendekar menggunakan SPG untuk membantu menjual dan melayani pembeli yang ingin membeli bahan material secara *offline*.

C. *Personal Selling*: Toko Cat Pendekar menyediakan opsi untuk memberikan bantuan pemesanan menggunakan Whatsapp, DM Instagram, Telephon kantor, dan Message Tokopedia agar pembeli memiliki berbagai opsi untuk memesan.

D. *Public Relation*: Toko Cat Pendekar menggunakan Instagram sebagai media untuk promosi.

E. *Direct Marketing*: Sebagai pemilik Toko Cat Pendekar dimana bisnis ini masih baru diintis saya sendiri akan melakukan direct marketing kepada calon customer karena pentingnya “*man behind*” atau siapa pemilik toko tersebut penting diketahui pembeli sehingga rasa percaya akan meningkat.

Hak Cipta, Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI (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.