

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

A. Produk Yang Dihasilkan

Menurut Kotler dan Armstrong (2018 : 220), “*Product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need.*” Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, digunakan atau dikonsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Saat memulai bisnis, setiap pengusaha pasti menentukan produk/jasa apa yang akan dipilih dan diberikan kepada pelanggan.

Mendirikan bisnis membutuhkan banyak persiapan dan strategi yang baik, seperti menentukan ide bisnis yang tepat, melakukan riset analisis pasar, merencanakan strategi pemasaran yang efektif, memilih lokasi usaha yang strategis, dan menjalin hubungan baik antara perusahaan dan konsumen.

Hal ini bertujuan bagi perusahaan untuk menciptakan rasa loyalitas terhadap produk/layanan dalam jangka waktu yang lama. Anugrah Jaya 88 merupakan sebuah bisnis distributor yang menjual produk perlengkapan rumah tangga yang menawarkan berbagai macam jenis dan *variant* produk secara grosir serta dapat ditemui melalui *marketplace*, dimana produk yang dijual ditujukan kepada para pedagang dan konsumen akhir.



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.

Berikut merupakan beberapa jenis produk yang akan dijual oleh Anugrah Jaya 88

terdapat pada gambar berikut :

Gambar 4.1 Contoh Produk Spons Cuci Piring



Sumber : Anugrah Jaya 88

Gambar 4.2 Contoh Produk Kamper Barus



Sumber : Anugrah Jaya 88

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.

Gambar 4.3 Contoh Produk Racun Tikus Petrokum



Sumber : Anugrah Jaya 88

Gambar 4.4 Contoh Produk Kapur Ajaib Bagus



Sumber : Anugrah Jaya 88

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



Gambar 4.5 Contoh Produk Lem Tikus Cobra



Sumber : Anugrah Jaya 88

Berikut rincian daftar harga produk yang ditawarkan Anugrah Jaya 88 :

Tabel 4.1 Daftar Harga Produk Anugrah Jaya 88

Jenis Produk	Model Produk	Harga Jual/dus
Spons Cuci Piring	Spons Cuci Piring 021	Rp 805.000
	Sabut Cuci Besi Good Wife 30gr	Rp 1.200.000
Spons Mandi	Spons Mandi Bawang	Rp 1.910.000
	Spons Mandi Labu	Rp 1.325.000
Sikat Kayu	Sikat Sj	Rp 575.000
	Sikat Jumbo	Rp 900.000
	Sikat Jezzco	Rp 890.000
Kamper	Kamper Kilo Putih	Rp 1.050.000
	Kamper Kilo Warna	Rp 1.125.000
	Kamper Baru isi 3	Rp 1.610.000
	Kamper Baru isi 5	Rp 1.450.000
	Kamper Tikus & Kecoa	Rp 1.120.000
Pembasmi Serangga dan Hama	Kapur Ajaib Bagus (anti kecoa dan semut)	Rp 1.925.000
	Racun Tikus Petrokum	Rp 925.000
	Lem Tikus Cobra	Rp 1.220.000

Sumber : Anugrah Jaya 88

Pada **Tabel 4.1**, terlihat bahwa daftar produk-produk yang akan dijual oleh Anugrah Jaya 88. Meskipun demikian, Anugrah Jaya 88 berencana untuk menambah varian produk perlengkapan rumah tangga yang belum tercantum didalam tabel.



Dalam membangun bisnis, logo adalah bagian penting dari identitas perusahaan.

Logo perusahaan berfungsi sebagai pembeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lain secara visual, sehingga berperan penting sebagai identitas sebuah perusahaan. Berikut merupakan logo dari Anugrah Jaya 88 :

Gambar 4.6 Logo Anugrah Jaya 88



Sumber : Anugrah Jaya 88

Konsep logo Anugrah Jaya 88 menggunakan warna dasar hitam dan putih karena mempresentasikan kepercayaan diri, keberanian, tekad, energik, elegan, dan kuat. Penulis memilih nama Anugrah Jaya 88, Anugrah berarti “pemberian dari Tuhan”, Jaya itu berarti sukses atau berhasil”, dan 88 yang berarti “angka keberuntungan, Karena bentuk angka 8 yang melambangkan infinity (tidak terbatas)” apabila digabungkan Anugrah Jaya 88 memiliki arti sebuah pemberian yang akan menjadi suatu keberhasilan dan juga keberuntungan.

B. Gambaran Pasar

Menurut Kotler, Keller, dan Chernev (2021 : 125) “*Marketing research is the function that links the consumer, customer, and public to the marketer through information used to identify and define marketing opportunities and problems; generate, refine, and evaluate marketing actions; monitor marketing performance; and improve understanding of marketing as a process*”. Gambaran pasar adalah sebuah proses analisis



data yang dilakukan dengan mengumpulkan beragam informasi yang menjelaskan peluang dan situasi dari suatu produk atau jasa yang tersedia di pasar.

Informasi yang diperoleh dari hasil gambaran pasar dapat digunakan oleh perusahaan untuk membantu dalam menentukan berbagai strategi bisnis dari pasar yang ingin dituju. Pengumpulan data pasar dapat dilakukan dengan melakukan riset mengenai kebutuhan konsumen, strategi penjualan pesaing, dan tren yang sedang berkembang di berbagai segmen pasar. Perusahaan juga harus melakukan pemeriksaan dan memastikan keakuratan dari data yang diperoleh agar memiliki relevansi dan dapat memberikan hasil yang dapat digunakan oleh perusahaan. Dengan mengetahui kondisi pasar secara akurat, perusahaan dapat memperoleh informasi yang sangat penting bagi perusahaan karena dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang pasar, dan menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan peluang keberhasilan bisnis.

Penulis akan menyajikan gambaran pasar dengan proyeksi penjualan untuk lima tahun ke depan. Untuk bulan pertama, rencana penjualan akan diasumsikan sebagai dasar perhitungan perencanaan untuk lima tahun ke depan. Ramalan penjualan sangat membantu Anugrah Jaya 88 karena membantu pemilik mengetahui cara meningkatkan penjualan.

Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang Hak Cipta. Diliindungi 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.



Berikut ramalan dan rencana penjualan Anugrah Jaya 88 :

Tabel 4.2 Rincian Penjualan Anugrah Jaya 88 Januari 2024

No	Produk	Dus/Bulan	Harga/Dus	Total Penjualan
1	Spons Cuci Piring 021	10	Rp 805.000	Rp8.050.000
2	Good Wife 30gr	15	Rp 1.200.000	Rp18.000.000
3	Spons Mandi Bawang	13	Rp 1.910.000	Rp24.830.000
4	Spons Mandi Labu	29	Rp 1.325.000	Rp38.425.000
5	Sikat Sj	13	Rp 575.000	Rp7.475.000
6	Sikat Jumbo	21	Rp 900.000	Rp18.900.000
7	Sikat Jezzco	21	Rp 890.000	Rp18.690.000
8	Kamper Kilo Putih	25	Rp 1.050.000	Rp26.250.000
9	Kamper Kilo Warna	20	Rp 1.125.000	Rp22.500.000
10	Kamper Baru isi 3	21	Rp 1.610.000	Rp33.810.000
11	Kamper Baru isi 5	21	Rp 1.450.000	Rp30.450.000
12	Kamper Tikus & Kecoa	12	Rp 1.120.000	Rp13.440.000
13	Kapur Ajaib Bagus (anti kecoa dan semut)	12	Rp 1.925.000	Rp23.100.000
14	Racun Tikus Petrokum	23	Rp 925.000	Rp21.275.000
15	Lem Tikus Cobra	12	Rp 1.220.000	Rp14.640.000
	Total	268		RP 319.835.000

Sumber: Anugrah Jaya 88, 2024

Diasumsikan Anugrah Jaya 88 akan melakukan penjualan dengan jam kerja yang dimulai dari jam 08.00 – 16.00 WIB. Anugrah Jaya 88 beroperasi mulai dari hari Senin sampai Sabtu, serta memiliki target penjualan yang diperoleh berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan untuk mengetahui jumlah rata – rata penjualan yang dapat dilakukan oleh pesaing pada setiap bulannya.

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

Institut Sains dan Informatika Kwik Kian Gie
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 No. 12 Tahun 2002
 IBIKKG



Tabel 4.3 Ramalan Penjualan Anugrah Jaya 88 (Dalam Dus) 2024

No	Nama Produk	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des	Total
1	Spons Cuci Piring 021	10	11	15	20	24	22	22	25	28	30	35	37	279
2	Good Wife 30gr	15	16	18	25	22	24	22	24	28	30	32	35	291
3	Spons Mandi Bawang	13	14	15	18	20	25	25	26	24	25	28	30	263
4	Spons Mandi Labu	29	30	31	33	25	26	25	26	25	25	28	32	335
5	Sikat Sj	13	14	16	18	24	25	24	22	26	22	20	25	249
6	Sikat Jumbo	21	22	24	25	22	20	22	24	25	24	22	26	277
7	Sikat Jezzco	21	22	23	24	24	22	23	24	25	26	28	30	292
8	Kamper Kilo Putih	25	26	28	32	32	26	25	28	24	25	28	32	331
9	Kamper Kilo Warna	20	21	25	30	30	26	24	26	24	28	30	32	316
10	Kamper Baru isi 3	21	22	24	28	26	22	20	25	22	26	28	34	298
11	Kamper Baru isi 5	21	22	25	28	26	22	18	25	22	26	28	32	295
12	Kamper Tikus & Kecoa	12	13	16	20	25	28	30	32	28	32	30	35	301
13	Kapur Ajaib Bagus (anti kecoa dan semut)	12	13	16	18	26	28	30	28	25	30	28	32	286
14	Racun Tikus Petrokum	23	24	25	26	20	22	24	25	26	28	30	35	308
15	Lem Tikus Cobra	12	13	16	18	20	22	24	25	26	28	32	35	271
	Total	268	283	317	363	366	360	358	385	378	405	427	482	4392

Sumber Anugrah Jaya 88, 2024

Tabel 4.4 Ramalan Penjualan Anugrah Jaya Tahun 2024-2028 (Dalam Rupiah)

Ramalan Produk Terjual dalam Rupiah 2024-2028						
No	Nama Produk	2024	2025	2026	2027	2028
1	Spons Cuci Piring 021	Rp 224.595.000	Rp 235.824.750	Rp 247.615.988	Rp 259.996.787	Rp 272.996.626
2	Good Wife 30gr	Rp 349.200.000	Rp 366.660.000	Rp 384.993.000	Rp 404.242.650	Rp 424.454.783
3	Spons Mandi Bawang	Rp 502.330.000	Rp 527.446.500	Rp 553.818.825	Rp 581.509.766	Rp 610.585.255
4	Spons Mandi Labu	Rp 443.875.000	Rp 466.068.750	Rp 489.372.188	Rp 513.840.797	Rp 539.532.837
5	Sikat Sj	Rp 143.175.000	Rp 150.333.750	Rp 157.850.438	Rp 165.742.959	Rp 174.030.107
6	Sikat Jumbo	Rp 249.300.000	Rp 261.765.000	Rp 274.853.250	Rp 288.595.913	Rp 303.025.708
7	Sikat Jezzco	Rp 259.880.000	Rp 272.874.000	Rp 286.517.700	Rp 300.843.585	Rp 315.885.764
8	Kamper Kilo Putih	Rp 347.550.000	Rp 364.927.500	Rp 383.173.875	Rp 402.332.569	Rp 422.449.197
9	Kamper Kilo Warna	Rp 355.500.000	Rp 373.275.000	Rp 391.938.750	Rp 411.535.688	Rp 432.112.472
10	Kamper Baru isi 3	Rp 479.780.000	Rp 503.769.000	Rp 528.957.450	Rp 555.405.323	Rp 583.175.589
11	Kamper Baru isi 5	Rp 427.750.000	Rp 449.137.500	Rp 471.594.375	Rp 495.174.094	Rp 519.932.798
12	Kamper Tikus & Kecoa	Rp 337.120.000	Rp 353.976.000	Rp 371.674.800	Rp 390.258.540	Rp 409.771.467
13	Kapur Ajaib Bagus (anti kecoa dan semut)	Rp 550.550.000	Rp 578.077.500	Rp 606.981.375	Rp 637.330.444	Rp 669.196.966
14	Racun Tikus Petrokum	Rp 284.900.000	Rp 299.145.000	Rp 314.102.250	Rp 329.807.363	Rp 346.297.731
15	Lem Tikus Cobra	Rp 330.620.000	Rp 347.151.000	Rp 364.508.550	Rp 382.733.978	Rp 401.870.676
	Total	Rp 5.286.125.000	Rp 5.550.431.250	Rp 5.827.952.813	Rp 6.119.350.453	Rp 6.425.317.976

Sumber Anugrah Jaya 88

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 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.

Sistem Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 4.5 Ramalan Penjualan Anugrah Jaya Tahun 2024-2028 (Dalam Unit)

Ramalan Penjualan Unit 2024-2028				
2024	2025	2026	2027	2028
279	293	308	323	339
291	306	321	337	354
263	276	290	304	320
335	352	369	388	407
249	261	275	288	303
277	291	305	321	337
292	307	322	338	355
331	348	365	383	402
316	332	348	366	384
298	313	329	345	362
295	310	325	341	359
301	316	332	348	366
286	300	315	331	348
308	323	340	357	374
271	285	299	314	329
4392	4612	4842	5084	5339

Sumber : Anugrah Jaya 88

Berdasarkan **Tabel 4.3**, dapat dilihat bahwa Anugrah Jaya 88 mengalami kenaikan dan penurunan penjualan. Kenaikan dan penurunan penjualan setiap bulan menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan. Proses pengambilan keputusan pembelian menjadi hal yang penting bagi perusahaan dalam menjalankan bisnis, karena proses pengambilan keputusan pembelian dapat menyebabkan hasil penjualan naik dan turun sehingga hal ini berpengaruh terhadap hasil penjualan. Meningkatnya penjualan setiap bulan mengindikasikan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian diduga menjadi faktor utama dalam meningkatnya penjualan.

Pada Januari 2024, Anugrah Jaya 88 buka untuk pertama kalinya. Sebagai pendatang baru di industri tersebut tentunya Anugrah Jaya 88 masih belum bisa untuk menyaingi kompetitornya yang dapat menjual 25-50 dus per harinya. Maka dari itu, Anugrah Jaya 88 diramalkan baru dapat menjual 15-25 dus per harinya.

© 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.



Tabel 4.6 Anggaran Penjualan Anugrah Jaya 88 Tahun 2024

No	Nama Produk	Unit	2024
1	Spons Cuci Piring 021	279	Rp 224.595.000
2	Good Wife 30gr	291	Rp 349.200.000
3	Spons Mandi Bawang	263	Rp 502.330.000
4	Spons Mandi Labu	335	Rp 443.875.000
5	Sikat Sj	249	Rp 143.175.000
6	Sikat Jumbo	277	Rp 249.300.000
7	Sikat Jezzco	292	Rp 259.880.000
8	Kamper Kilo Putih	331	Rp 347.550.000
9	Kamper Kilo Warna	316	Rp 355.500.000
10	Kamper Baru isi 3	298	Rp 479.780.000
11	Kamper Baru isi 5	295	Rp 427.750.000
12	Kamper Tikus & Kecoa	301	Rp 337.120.000
13	Kapur Ajaib Bagus (anti kecoa dan semut)	286	Rp 550.550.000
14	Racun Tikus Petrokum	308	Rp 284.900.000
15	Lem Tikus Cobra	271	Rp 330.620.000
Total		4392	Rp 5.286.125.000

Sumber : Anugrah Jaya 88

Tabel 4.7 Anggaran Penjualan Anugrah Jaya 88 Tahun 2025

No	Nama Produk	Unit	2025
1	Spons Cuci Piring 021	293	Rp 235.824.750
2	Good Wife 30gr	306	Rp 366.660.000
3	Spons Mandi Bawang	276	Rp 527.446.500
4	Spons Mandi Labu	352	Rp 466.068.750
5	Sikat Sj	261	Rp 150.333.750
6	Sikat Jumbo	291	Rp 261.765.000
7	Sikat Jezzco	307	Rp 272.874.000
8	Kamper Kilo Putih	348	Rp 364.927.500
9	Kamper Kilo Warna	332	Rp 373.275.000
10	Kamper Baru isi 3	313	Rp 503.769.000
11	Kamper Baru isi 5	310	Rp 449.137.500
12	Kamper Tikus & Kecoa	316	Rp 353.976.000
13	Kapur Ajaib Bagus (anti kecoa dan semut)	300	Rp 578.077.500
14	Racun Tikus Petrokum	323	Rp 299.145.000
15	Lem Tikus Cobra	285	Rp 347.151.000
Total		4612	Rp 5.550.431.250

Sumber : Anugrah Jaya 88

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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 4.8 Anggaran Penjualan Anugrah Jaya 88 Tahun 2026

No	Nama Produk	Unit	2026
1	Spons Cuci Piring 021	308	Rp 247.615.988
2	Good Wife 30gr	321	Rp 384.993.000
3	Spons Mandi Bawang	290	Rp 553.818.825
4	Spons Mandi Labu	369	Rp 489.372.188
5	Sikat Sj	275	Rp 157.850.438
6	Sikat Jumbo	305	Rp 274.853.250
7	Sikat Jezzco	322	Rp 286.517.700
8	Kamper Kilo Putih	365	Rp 383.173.875
9	Kamper Kilo Warna	348	Rp 391.938.750
10	Kamper Baru isi 3	329	Rp 528.957.450
11	Kamper Baru isi 5	325	Rp 471.594.375
12	Kamper Tikus & Kecoa	332	Rp 371.674.800
13	Kapur Ajaib Bagus (anti kecoa dan semut)	315	Rp 606.981.375
14	Racun Tikus Petrokum	340	Rp 314.102.250
15	Lem Tikus Cobra	299	Rp 364.508.550
Total		4842	Rp 5.827.952.813

Sumber : Anugrah Jaya 88

Tabel 4.9 Anggaran Penjualan Anugrah Jaya 88 Tahun 2027

No	Nama Produk	Unit	2027
1	Spons Cuci Piring 021	323	Rp 259.996.787
2	Good Wife 30gr	337	Rp 404.242.650
3	Spons Mandi Bawang	304	Rp 581.509.766
4	Spons Mandi Labu	388	Rp 513.840.797
5	Sikat Sj	288	Rp 165.742.959
6	Sikat Jumbo	321	Rp 288.595.913
7	Sikat Jezzco	338	Rp 300.843.585
8	Kamper Kilo Putih	383	Rp 402.332.569
9	Kamper Kilo Warna	366	Rp 411.535.688
10	Kamper Baru isi 3	345	Rp 555.405.323
11	Kamper Baru isi 5	341	Rp 495.174.094
12	Kamper Tikus & Kecoa	348	Rp 390.258.540
13	Kapur Ajaib Bagus (anti kecoa dan semut)	331	Rp 637.330.444
14	Racun Tikus Petrokum	357	Rp 329.807.363
15	Lem Tikus Cobra	314	Rp 382.733.978
Total		5084	Rp 6.119.350.453

Sumber : Anugrah Jaya 88

C 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.



Tabel 4.10 Anggaran Penjualan Anugrah Jaya 88 Tahun 2028

No	Nama Produk	Unit	2028
1	Spons Cuci Piring 021	339	Rp 272.996.626
2	Good Wife 30gr	354	Rp 424.454.783
3	Spons Mandi Bawang	320	Rp 610.585.255
4	Spons Mandi Labu	407	Rp 539.532.837
5	Sikat Sj	303	Rp 174.030.107
6	Sikat Jumbo	337	Rp 303.025.708
7	Sikat Jezzco	355	Rp 315.885.764
8	Kamper Kilo Putih	402	Rp 422.449.197
9	Kamper Kilo Warna	384	Rp 432.112.472
10	Kamper Baru isi 3	362	Rp 583.175.589
11	Kamper Baru isi 5	359	Rp 519.932.798
12	Kamper Tikus & Kecoa	366	Rp 409.771.467
13	Kapur Ajaib Bagus (anti kecoa dan semut)	348	Rp 669.196.966
14	Racun Tikus Petrokum	374	Rp 346.297.731
15	Lem Tikus Cobra	329	Rp 401.870.676
Total		5339	Rp 6.425.317.976

Sumber : Anugrah Jaya 88

Tabel 4.11 Proyeksi Penjualan Anugrah Jaya 88 2024 – 2028 (Dalam Rupiah)

Tahun	Total Penjualan
2024	Rp 5.286.125.000
2025	Rp 5.550.431.250
2026	Rp 5.827.952.813
2027	Rp 6.119.350.453
2028	Rp 6.425.317.976

Sumber : Anugrah Jaya 88

Berdasarkan **Tabel 4.3**, dapat dilihat ramalahn penjualan dari Anugrah Jaya 88 setiap bulan pada tahun 2024. Pada bulan Januari-Februari, penjualan dari Anugrah Jaya 88 mengalami peningkatan yang belum terlalu tinggi dikarenakan Anugrah Jaya 88 masih tergolong sebagai pendatang baru dalam bisnis di bidang distributor perlengkapan rumah tangga dibandingkan dengan kompetitor lain. Kemudian pada bulan Maret dan April, Anugrah Jaya 88 mengalami peningkatan penjualan karena diperkirakan sebagai bulan Idul Fitri. Dimana banyak pedagang eceran dan grosir yang mulai mempersiapkan stok barang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang akan dijual menjelang Hari Raya Idul Fitri. Kemudian, pada bulan Juni dan Juli, penjualan Anugrah Jaya 88 mengalami penurunan permintaan konsumen karena pada bulan ini merupakan fase libur sekolah serta peralihan dari semester ganjil ke semester genap. Sebagian konsumen atau pedagang ada yang tidak berjualan atau berbelanja karena sedang melakukan liburan. Pada bulan Agustus hingga Oktober penjualan Anugrah Jaya 88 cenderung stabil, hal ini terjadi karena masa liburan sekolah sudah berakhir dan promosi yang dilakukan oleh Anugrah Jaya 88 sudah berjalan. Lalu pada bulan November dan Desember, penjualan Anugrah Jaya 88 diasumsikan mengalami peningkatan karena permintaan dari konsumen menjelang akhir tahun dan tahun baru imlek. Pada **Tabel 4.11** merupakan ramalan penjualan Anugrah Jaya 88 selama 5 tahun, dari Tahun 2024-2028 dengan asumsi peningkatan unit penjualan dan harga produk sebesar 5% setiap tahunnya. Kenaikan ini berdasarkan dari rata-rata inflasi yang terjadi di Indonesia per tahunnya (<https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>).

C. Target Pasar Yang Dituju

Pasar merupakan tempat di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk melakukan transaksi jual beli barang, setiap pasar memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, para pelaku bisnis perlu memahami pasar yang ada dan melakukan segmentasi pasar yang ingin dijadikan target, sehingga mereka dapat fokus dalam melayani segmen pasar yang dituju. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018 : 212) “*Market segmentation is the act of dividing a market into distinct groups of buyers who have different needs, characteristics, or behaviors and who might require separate marketing strategies or mixes*”. Segmentasi pasar ialah tindakan membagi pasar menjadi kelompok - kelompok kecil sesuai dengan kemauan, lokasi, sikap pembelian, dan perilaku pembelian yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan secara lebih efektif dan efisien.



Penetapan segmentasi dapat dilakukan untuk mempelajari dan memahami permintaan konsumen sehingga dapat menciptakan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Pembagian kategori segmentasi dapat dilakukan berdasarkan kategori : geografis, demografis, psikografis, dan perilaku pembelian. Setelah pembagian segmentasi telah ditentukan, maka perusahaan akan menyesuaikan kebutuhan konsumen yang dapat memenuhi kebutuhan dari setiap kategori tersebut.

Berikut ini merupakan pembagian kelompok segmentasi pasar yang telah ditetapkan oleh Anugrah Jaya 88 :

1. Segmentasi Geografis :

Dalam menjalankan usahanya, Anugrah Jaya 88 beroperasi secara offline dan online yaitu melalui toko fisik dan platform marketplace sehingga dapat menjangkau target pasar didalam maupun dari luar wilayah Jabodetabek. Untuk toko *offline* Anugrah Jaya 88 memilih lokasi bisnisnya di Jakarta Barat dekat dengan Pasar Pagi dan Pasar Asemka yang menjadi pusat grosir. Berdasarkan segmentasi geografis, Anugrah Jaya 88 memiliki ruang lingkup yang sangat luas karena berfokus pada penjualan *offline* dan *online* sehingga dapat menjangkau konsumen di seluruh wilayah Indonesia.

2. Segmentasi Demografis :

Dalam proses segmentasi ini, data dibagi dan dikategorikan menjadi berbagai kelompok demografi berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi, dan tingkat pendidikan masing-masing individu. Untuk kelompok jenis kelamin yang menjadi target Anugrah Jaya 88, termasuk semua jenis kelamin seperti laki-laki dan perempuan dari usia remaja hingga dewasa dengan rentang usia antara 25 hingga 55 tahun. Dari segi pendapatan ekonomis, ditujukan untuk para konsumen dengan



Diferensiasi bisa berupa produk, layanan, saluran distribusi, sumber daya, dan citra perusahaan. Anugrah Jaya 88 memiliki strategi diferensiasi dalam segi produk dan pelayanan yaitu menyediakan produk perlengkapan rumah tangga dengan berbagai macam jenis dan merek, memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lain dan memberikan pelayanan yang ramah serta cepat dalam pengiriman pesanan dalam melayani keperluan konsumen.

B. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2018 : 212), "*Positioning consists of positioning the market offering in the minds of target customers.*" Positioning adalah strategi atau tindakan yang diambil perusahaan untuk memastikan bahwa produk tersebut selalu diingat oleh konsumen, sehingga saat konsumen memikirkan produk atau jasa yang akan dicari, maka konsumen akan teringat dengan merek tertentu. Untuk menciptakan loyalitas pelanggan, nilai suatu produk harus ditanamkan secara mendalam di benak konsumen. Anugrah Jaya 88 ingin menyampaikan nilainya kepada para pelanggan sebagai distributor perlengkapan rumah tangga dengan produk yang beragam, pelayanan yang ramah, harga yang kompetitif, pengiriman barang dan pelayanan yang cepat serta mengutamakan kejujuran untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

C. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018 : 284), "*price is the amount of money charged for a product or a service. More broadly, price is the sum of all the values that customers give up to gain the benefits of having or using a product or service*". Harga adalah jumlah total nilai yang harus dibayar oleh pelanggan dengan tujuan untuk memperoleh dan memiliki manfaat dari suatu produk atau jasa. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha adalah menetapkan harga untuk



menentukan laba yang akan diterima perusahaan dari penjualan produknya. Berikut adalah beberapa cara untuk menetapkan harga barang atau jasa menurut Kotler dan Armstrong (2018 : 285) :

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

Dalam menetapkan harga berdasarkan nilai pelanggan, faktor utama yang perlu diperhatikan adalah meningkatkan persepsi nilai yang akan diberikan oleh pelanggan atau pembeli lainnya. Dalam pendekatan ini, harga yang akan ditentukan akan didasarkan pada manfaat yang diberikan oleh pelanggan terhadap suatu produk.

Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai pelanggan sebagai berikut :

1) Penetapan harga berdasarkan nilai yang sesuai (*Good-value pricing*)

Strategi ini dilakukan dengan menawarkan gabungan yang sesuai antara keunggulan produk dan layanan terbaik dengan harga yang masuk akal. Tujuannya adalah untuk memberikan keadilan dan kepuasan produk bagi setiap pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

2) Penetapan harga berdasarkan nilai tambah (*Value-added pricing*)

Strategi ini dilakukan dengan menetapkan diskon harga untuk menyamai pesaing, perusahaan menambahkan berbagai karakteristik yang dapat mendukung kualitas bisnis seperti, pelayanan, dan fitur yang memiliki nilai tambah untuk memberikan penawaran yang unik dari pesaing dan dapat menciptakan produk dan layanan dengan harga yang lebih tinggi.

b. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-based pricing*)

Salah satu pendekatan penetapan harga yang paling dasar dan sederhana untuk digunakan yaitu dengan menghitung biaya produksi, distribusi, penjualan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



produk, dan tingkat keuntungan yang wajar bagi bisnis. Perusahaan dengan biaya operasional yang lebih rendah dapat menetapkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan pesaing mereka. Penetapan harga berdasarkan biaya, dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1) *Cost - Plus Pricing*

Strategi ini diterapkan dengan menaikkan nilai jual melalui penambahan margin keuntungan yang diharapkan pada suatu produk.

2) *Break - Even Analysis and Target Profit Pricing*

Perusahaan menggunakan strategi ini untuk menentukan harga yang dapat mencapai break-even point atau target profit yang diinginkan.

Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan kompetisi akan menghasilkan penetapan harga produk yang berdasarkan strategi, biaya, harga, dan tawaran pasar pesaing. Konsumen akan mengevaluasi nilai produk berdasarkan harga yang ditawarkan pesaing untuk produk sejenis.

Berdasarkan penjelasan tersebut, harga Anugrah Jaya 88 ditetapkan berdasarkan harga persaingan, yang mengacu pada harga pesaing di pasar. Ini berarti harga jual produk Anugrah Jaya 88 tidak akan terlalu jauh dari harga pesaing karena harga sangat sensitif bagi konsumen, yang selalu mencari harga termurah untuk produk yang sama.

D. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2018 : 335) “A set of interdependent organizations that help make a product or service available for use or consumption by the consumer or business user”. Saluran distribusi merupakan sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk



atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Distribusi merupakan salah satu komponen yang harus dipahami dalam sebuah bisnis di mana distribusi sangat penting untuk mengetahui dan mengatur aliran produk agar dapat sampai dan digunakan oleh pelanggan. Tanpa saluran distribusi, tidak hanya sulit bagi produsen untuk memasarkan barang dan jasa mereka, tetapi juga sulit bagi pelanggan untuk mendapatkan, menggunakan, dan menikmati barang atau jasa mereka.

Maka dari itu, untuk memasarkan produk yang telah diproduksi, diperlukan saluran distribusi yang dapat menjadi jalan untuk menjangkau konsumen yang dituju. Agar produk yang dibuat dapat diterima oleh pelanggan akhir, produsen membutuhkan bantuan dari berbagai pihak, seperti pengecer dan pedagang grosir.

Terdapat berbagai tingkat saluran distribusi, yakni :

a. Saluran Tingkat Nol (*Direct Marketing Channel*)

Saluran ini disebut sebagai distribusi langsung karena penjual langsung memasarkan barang ke pelanggan tanpa perantara sehingga prosesnya cepat.

b. Saluran Tingkat Satu

Saluran ini termasuk dalam saluran tidak langsung karena perusahaan menggunakan pengecer (*retailer*) sebagai perantara distribusi.

Saluran Tingkat Dua

Pada tahap ini, sebuah perusahaan telah memiliki dua perantara penyaluran, yaitu penjual grosir dan penjual eceran. Saluran ini juga termasuk dalam saluran tidak langsung karena melalui perantara penyaluran.

d. Saluran Tingkat Tiga

Saluran tingkat tiga adalah jenis saluran di mana sebuah perusahaan memiliki tiga perantara distribusi: pengecer, distributor, dan grosir..



Berdasarkan penjelasan mengenai saluran distribusi diatas, saluran distribusi yang digunakan oleh Anugrah Jaya 88 terhadap para pelanggan adalah model saluran distribusi tingkat nol dan dua dimana untuk penjualan *offline* Anugrah Jaya 88 berada pada posisi distributor yang menjual produk kepada pengecer dan pedagang grosir. Untuk penjualan *online* Anugrah Jaya 88 akan menggunakan saluran distribusi tingkat nol karena produk yang dijual oleh Anugrah Jaya 88 langsung kepada pelanggan akhir tanpa adanya perantara apapun.

E. Strategi Promosi

1. Advertising (Iklan)

Iklan atau *Advertising* adalah bentuk penyampaian dan pemasaran mengenai gagasan, produk, dan layanan melalui koran, radio, majalah, TV, bioskop, media *online*, atau dalam bentuk poster (pemasaran berbayar) yang ditempatkan di lokasi strategis. Pengiklanan juga dapat membentuk persepsi perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Pengiklanan yang dilakukan oleh Anugrah Jaya 88 yaitu melalui sosial media dengan tujuan untuk menarik pelanggan. Untuk sosial media Anugrah Jaya 88 yaitu melalui Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Anugrah Jaya 88 juga menggunakan iklan berbayar untuk di *marketplace* yaitu Shopee dan Tokopedia.

2. Sales Promotion

Promosi penjualan atau *sales promotion* merupakan sebuah upaya untuk meningkatkan respons pembeli dengan cepat yang bertujuan untuk meningkatkan permintaan konsumen. Di samping itu, promosi penjualan bisa dipakai untuk meningkatkan nama merek dan menarik perhatian konsumen untuk mencoba dan memahami lebih lanjut produk atau layanan yang ditawarkan. Penjualan dengan metode promosi penjualan yang efektif bisa meningkatkan penjualan dan menarik perhatian konsumen dengan memberikan penawaran istimewa seperti kupon diskon, hadiah langsung, hadiah dengan pembelian tertentu, program keanggotaan, dan

penawaran paket hemat. Berdasarkan teori tersebut, maka Anugrah Jaya 88 memberikan kupon diskon untuk bagian *online*.

3. *Personal Selling*

Personal selling merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan melalui perwakilan penjualan untuk meyakinkan pelanggan dalam membeli produk tertentu. Dalam *personal selling*, seorang *sales* akan menggunakan kemampuan jualannya untuk mempengaruhi calon konsumen agar membeli produk tersebut. Selain itu, *personal selling* juga berfungsi untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan menjadi sumber pemasukan bagi perusahaan. Berdasarkan teori ini, Anugrah Jaya 88 berkomunikasi langsung dengan calon pelanggan melalui *sales* dengan tujuan menunjukkan produk yang ditawarkan dan menjalin hubungan baik dengan konsumen. Ini merupakan teknik yang digunakan Anugrah Jaya 88 untuk membangun hubungan dan interaksi yang baik dengan para pelanggan. Melalui interaksi informatif dan komunikatif akan membuat konsumen merasa diperhatikan, sehingga ada harapan untuk melakukan pembelian ulang jika strategi ini diterapkan dengan baik.

4. *Public Relation*

Public Relation adalah proses mempertahankan citra baik dan membangun hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dengan konsumen atau rekan bisnis. Strategi promosi ini memberikan informasi tentang bisnis, barang, atau layanan, serta mengelola kemungkinan masalah dan rumor yang mungkin tersebar melalui media massa. *Public Relation* bertujuan untuk menciptakan sebuah persepsi yang positif, meningkatkan reputasi yang baik, dan memperbaiki reputasi perusahaan yang menurun atau dianggap tidak baik oleh masyarakat. Anugrah Jaya 88 akan senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kualitas layanan kepada





calon konsumen dan pelanggan, serta memberikan layanan yang terbaik agar pelanggan dan calon konsumen merasa puas dan memiliki pandangan positif terhadap Anugrah Jaya 88.

5. *Direct Marketing*

Pemasaran langsung atau *direct marketing* adalah strategi promosi yang digunakan perusahaan untuk memperoleh respon atau umpan balik secara langsung dari konsumen. Selain itu, strategi ini bisa membantu perusahaan dalam berhubungan dan membangun relasi yang positif dengan pelanggan yang diinginkan. Dalam hal ini, pemasaran secara langsung dapat dilakukan dengan berbagai metode, seperti mengirimkan pesan secara online melalui platform media sosial dan menghampiri secara langsung untuk membagikan brosur, flyer atau kartu nama kepada calon pelanggan yang telah dipilih. Berdasarkan teori tersebut, Anugrah Jaya 88 telah membagikan brosur kepada masyarakat disekitar lokasi usaha sebelum pendirian usaha sebagai bentuk promosi.

Kemudian, agar bisa tetap berinteraksi dengan pelanggan Anugrah Jaya 88 selalu melakukan kunjungan langsung ke toko ritel untuk melihat kondisi pasar yang sedang terjadi untuk mendapatkan respon dari pelanggan serta memberikan kartu nama kepada pelanggan untuk mempermudah pelanggan ketika ingin mendatangi toko secara langsung atau memesan barang melalui telepon. Pelanggan juga dapat menghubungi Anugrah Jaya 88 melalui whatsapp dan nomor telepon yang sudah tertera di kartu nama maupun media sosial untuk memesan barang atau menanyakan stok ketersediaan suatu produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut beberapa promosi yang dilakukan Anugrah Jaya 88 :

C 1. Media Sosial :

Di era globalisasi saat ini, media sosial menjadi sarana terpenting terutama dalam bisnis yang berbasis *online*. Strategi promosi Anugrah Jaya 88 dapat menjangkau pelanggan di seluruh Indonesia dengan memanfaatkan tren media sosial yang terus meningkat. Dikarenakan sebagian besar masyarakat menggunakan internet, maka media sosial menjadi media yang tepat untuk digunakan sebagai promosi produk. Mengiklankan produk melalui media sosial sebagian besar disebabkan oleh kemampuan untuk menjangkau target pasar dan menghemat pengeluaran. Anugrah Jaya 88 menggunakan media sosial Instagram dan Facebook untuk menunjang aktivitas promosi Anugrah Jaya 88. Instagram mempunyai banyak pengguna dan telah mencapai lebih dari 1 milyar pengguna di seluruh dunia. Instagram mempunyai beragam fitur yang menarik seperti *Instagram story*, *Reels*, dan *Instagram ads* yang dapat mendukung Anugrah Jaya 88 (<https://shipper.id/blog/digitalmarketing/yuk-cari-tahu-tarif-pemasangan-instagram-ads>). Anugrah Jaya 88 juga mempromosikan produk yang dijual dengan *Facebook ads*.

2. *Marketplace*

Marketplace adalah tempat di mana pembeli dan penjual dapat berinteraksi dan melakukan transaksi jual-beli secara *online*. *Marketplace* dapat menjadi media promosi yang efektif untuk perlengkapan rumah tangga karena menyediakan akses ke audiens yang luas dan potensial. *Marketplace* yang digunakan oleh Anugrah Jaya yaitu Tokopedia dan Shopee. Untuk mempromosikan produk yang dijual pada kedua *marketplace* tersebut, Anugrah

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.

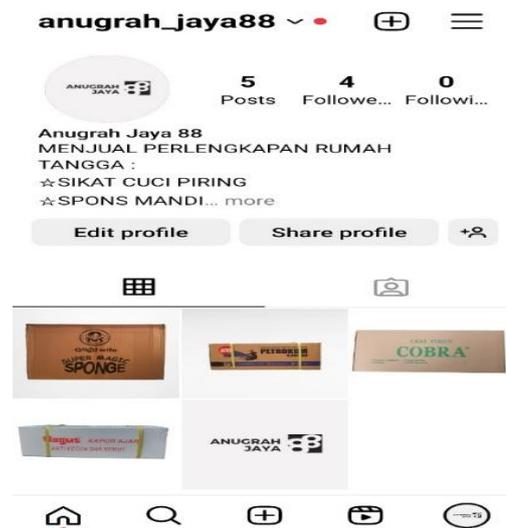
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Jaya 88 menggunakan iklan di kedua *marketplace* yang dipilih yaitu *Topads* dan *Shopee ads*.

3. *Business Card* (Kartu Bisnis)

Kartu bisnis atau kartu nama memuat data mengenai kontak yang dapat dihubungi terkait dengan kegiatan promosi perusahaan. Kartu nama sangat bermanfaat bagi Anugrah Jaya 88 untuk memperkenalkan perusahaan kepada para calon pelanggan.

Gambar 4.7 Tampilan Instagram Anugrah Jaya 88



Sumber : Anugrah Jaya 88

Gambar 4.8 Kartu Nama Anugrah Jaya 88



Sumber : Anugrah Jaya 88



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.