



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

4.1 Produk yang disediakan

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 4.1
Ilustrasi produk Happy Dog Pet Shop



Sumber : google.com

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:244), *“Product as anything that can be offered to market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need”*. Artinya Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Salah satu yang menjadi faktor dalam terjualnya produk adalah kualitas produk dan varian produk, faktor ini berpengaruh terhadap *rating* dan kepuasan pelanggan, *“Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”*, Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:249). Yang berarti kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan

Happy Dog Pet Shop menawarkan produk dengan cara pemasaran yang mementingkan



Tabel 4.1
Harga Produk *Happy Dog Pet Shop* (Rp)

Jenis Produk	Harga Jual Produk
Royal Canin dog	Rp 55.000
Royal Canin cat	Rp 45.000
Proplan	Rp 66.000
Whiskas	Rp 45.000
Bolt	Rp 46.000
Growpppy	Rp 77.000
Bola	Rp 12.000
Scratcher	Rp 56.000
Bouncy ball	Rp 32.000
Pet bed for cat	Rp 289.000
Pet bed for dog	Rp 300.000
Kandang anjing	Rp 450.000
Duo Stick for dog	Rp 55.000
Raw hide	Rp 76.000
cat choize	Rp 98.000
Snappy time	Rp 87.000
Purina dog	Rp 89.000
Purina cat	Rp 78.000
TOTAL	Rp 1.956.000

Sumber : *Happy Dog Pet Shop*

Gambar 4.2
Cat food kaleng 400 gr



Sumber: *Happy Dog Pet Shop*

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

Gambar 4.3
Obat tetes telinga anjing 10ml



sumber: Happy Dog Pet Shop

Gambar 4.4
Shampoo cat and dog 250 ml



Sumber: Happy Dog Pet Shop

Gambar 4.5
Tempat makan anjing



Sumber: Happy Dog Pet Shop

© 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 4.6
Kandang kucing dan anjing



Sumber: *Happy Dog Pet Shop*

Gambar 4.7
Mainan kucing tongkat bulu



Sumber: *Happy Dog Pet Shop*

Gambar 4.8
Mainan anjing bola elastis



Sumber: *Happy Dog Pet Shop*

© 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 4.9
Pasir kucing 5 liter



Sumber : *Happy Dog Pet Shop*

Gambar 4.10
Vitamin kucing dan anjing nutriplus gel



Sumber: *Happy Dog Pet Shop*

Gambar 4.11
Tissue basah anjing



Sumber : *Happy Dog Pet Shop*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

Gambar 4.12
Sarung tangan mandi hewan



Sumber : *Happy Dog Pet Shop*

Gambar 4.13
Tempat tidur anjing



Sumber : *Happy Dog Pet Shop*

Gambar 4.14
Leash anjing dan kucing



Sumber : *Happy Dog Pet Shop*

© 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.



Dalam sebuah perusahaan atau tempat wajib memiliki logo karena sebuah logo merupakan lambang dan ciri khas bagi suatu perusahaan tersebut, logo memiliki fungsi untuk menggambarkan identitas diri pada suatu entitas, kepemilikan, kualitas, atau untuk menghindari adanya peniruan. Logo juga salah satu faktor untuk penguat konsumen akan perusahaan tersebut. Berikut ini logo dari *Happy Dog Pet Shop*

Gambar 4.15
Logo *Happy Dog Pet Shop*



Sumber : *Happy Dog Pet Shop*

Pemilihan brand dengan *Happy Dog Pet Shop* pada usaha ini berasal dari keinginan pribadi karena kebutuhan dan keperluan hewan peliharaan sangat dibutuhkan, kata Happy di cantumkan karena atas dasar keinginan pribadi agar terus Bahagia dalam menjalankan usaha pet shop, gambar kaki empat di cantumkan agar menjadi symbol binatang hewan peliharaan berkaki empat seperti anjing dan kucing, gambar tempat makan hewan bagian dari symbol toko pet shop sebagai tanda menyediakan perlengkapan dan kebutuhan hewan peliharaan, gambar tulang di cantumkan agar memberikan symbol makanan hewan. Pemilihan warna pada font tulisan yaitu warna biru, coklat, krem, dan oranye.



1.1. Gambaran Pasar

Tabel 4.2
Ramalan Penjualan produk Happy Dog Pet Shop per bulan pada Tahun 2024

No	Nama Produk	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	september	Oktober	November	Desember	Total	harga produk
1	Royal Canin dog	100	210	110	100	98	200	100	212	400	220	100	102	1952	Rp 55.000
2	Royal Canin cat	100	210	110	100	104	200	100	212	400	220	100	102	1958	Rp 45.000
3	Proplan	100	210	110	100	104	200	100	212	400	220	100	102	1958	Rp 66.000
4	Whiskas	100	210	110	100	104	200	100	212	400	220	100	102	1958	Rp 45.000
5	Belt	100	210	110	100	104	200	100	212	400	220	100	102	1958	Rp 46.000
6	Gowpuppy	100	210	110	100	104	200	100	212	400	220	100	102	1958	Rp 77.000
7	Bols	100	210	110	100	104	200	100	212	400	220	100	102	1958	Rp 12.000
8	Seratcher	100	210	110	100	104	200	100	212	400	220	100	102	1958	Rp 56.000
9	Bonincy ball	100	210	110	100	104	200	100	212	400	220	100	102	1958	Rp 32.000
10	Pet bed for cat	100	210	110	100	104	200	105	212	400	220	111	102	1974	Rp 289.000
11	Pet bed for dog	100	210	110	100	122	102	105	212	321	100	111	103	1696	Rp 300.000
12	Kandang anjing	100	210	110	100	122	102	105	300	321	100	111	103	1784	Rp 450.000
13	Duo Stiek for dog	100	210	110	100	122	102	105	300	321	100	111	103	1784	Rp 76.000
14	Raw hide	100	210	110	100	122	102	105	300	321	100	111	103	1784	Rp 98.000
15	cat-choize	100	210	110	100	122	102	105	300	321	100	111	103	1784	Rp 87.000
16	Snappy time	100	210	110	100	122	102	105	300	321	100	111	103	1784	Rp 89.000
17	Phirna dog	100	210	110	100	122	102	105	300	321	100	111	103	1784	Rp 78.000
18	Purina cat	100	210	110	100	122	102	105	300	321	100	111	103	1784	Rp 78.000
Total															Rp 1.979.000

Sumber : Happy Dog Pet Shop

Tabel diatas merupakan sebuah gambaran mengenai bagaimana kondisi pasar yang sesungguhnya. Gambaran ini perlu diketahui sebelum pemilik terjun untuk memasarkan produknya. Sebelum melakukan prediksi pendapatan selama lima tahun, perlu adanya rancangan pendapatan perbulan.

Prediksi Penjualan untuk Happy Dog Pet Shop dengan asumsi perkiraan penjualan barang akan naik 5% disetiap bulannya, dikarenakan untuk menjaga cash flow bisnis dari inflasi. Berikut ini prediksi anggaran yang akan dikeluarkan oleh Happy Dog Pet Shop dalam satu tahun:

Tabel 4.3
Anggaran Penjualan Happy Dog Pet Shop di Tahun 2024

No	Nama Produk	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Total	
1	Royal Canin dog	5.500.000	11.550.000	6.050.000	5.500.000	5.390.000	11.000.000	5.500.000	11.660.000	22.000.000	12.100.000	5.500.000	5.610.000	Rp 107.360.000	
2	Royal Canin cat	4.500.000	9.450.000	4.950.000	4.500.000	4.680.000	9.000.000	4.500.000	9.540.000	18.000.000	9.900.000	4.500.000	4.590.000	Rp 88.110.000	
3	Proplan	6.600.000	13.860.000	7.260.000	6.600.000	6.864.000	13.200.000	6.600.000	13.992.000	26.400.000	14.520.000	6.600.000	6.732.000	Rp 129.228.000	
4	Whiskas	4.500.000	9.450.000	4.950.000	4.500.000	4.680.000	9.000.000	4.500.000	9.540.000	18.000.000	9.900.000	4.500.000	4.590.000	Rp 88.110.000	
5	Belt	4.600.000	9.660.000	5.060.000	4.600.000	4.784.000	9.200.000	4.600.000	9.752.000	18.400.000	10.120.000	4.600.000	4.692.000	Rp 90.068.000	
6	Gowpuppy	7.700.000	16.170.000	8.470.000	7.700.000	8.008.000	15.400.000	7.700.000	16.324.000	30.800.000	16.940.000	7.700.000	7.854.000	Rp 150.766.000	
7	Bols	1.200.000	2.520.000	1.320.000	1.200.000	1.248.000	2.400.000	1.200.000	2.544.000	4.800.000	2.640.000	1.200.000	1.224.000	Rp 23.496.000	
8	Seratcher	5.600.000	11.760.000	6.160.000	5.600.000	5.824.000	11.200.000	5.600.000	11.872.000	22.400.000	12.320.000	5.600.000	5.712.000	Rp 109.648.000	
9	Bonincy ball	3.200.000	6.720.000	3.520.000	3.200.000	3.328.000	6.400.000	3.200.000	6.784.000	12.800.000	7.040.000	3.200.000	3.264.000	Rp 62.656.000	
10	Pet bed for cat	28.900.000	60.690.000	31.790.000	28.900.000	30.056.000	57.800.000	30.345.000	61.268.000	115.600.000	63.580.000	32.079.000	29.478.000	Rp 570.486.000	
11	Pet bed for dog	30.000.000	63.000.000	33.000.000	30.000.000	36.600.000	30.600.000	31.500.000	63.600.000	96.300.000	30.000.000	33.300.000	30.900.000	Rp 508.800.000	
12	Kandang anjing	45.000.000	94.500.000	49.500.000	45.000.000	54.900.000	45.900.000	47.250.000	135.000.000	144.450.000	45.000.000	49.950.000	46.350.000	Rp 802.800.000	
13	Duo Stiek for dog	7.600.000	15.960.000	8.360.000	7.600.000	9.272.000	7.752.000	7.980.000	22.800.000	24.396.000	7.600.000	8.436.000	7.828.000	Rp 135.584.000	
14	Raw hide	9.800.000	20.580.000	10.780.000	9.800.000	11.956.000	9.996.000	10.290.000	29.400.000	31.458.000	9.800.000	10.878.000	10.094.000	Rp 174.832.000	
15	cat-choize	8.700.000	18.270.000	9.570.000	8.700.000	10.614.000	8.874.000	9.135.000	26.100.000	27.927.000	8.700.000	9.657.000	8.961.000	Rp 155.208.000	
16	Snappy time	8.900.000	18.690.000	9.790.000	8.900.000	10.858.000	9.078.000	9.345.000	26.700.000	28.569.000	8.900.000	9.879.000	9.167.000	Rp 158.776.000	
17	Phirna dog	7.800.000	16.380.000	8.580.000	7.800.000	9.516.000	7.956.000	8.190.000	23.400.000	25.038.000	7.800.000	8.658.000	8.034.000	Rp 139.152.000	
18	Purina cat	7.800.000	16.380.000	8.580.000	7.800.000	9.516.000	7.956.000	8.190.000	23.400.000	25.038.000	7.800.000	8.658.000	8.034.000	Rp 139.152.000	
TOTAL															Rp 3.634.232.000

Sumber : Happy Dog Pet Shop

1. Di rangkai dengan menggunakan sumber-sumber yang kredibel dan akurat.
 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.



Penjualan pada tabel diatas digunakan untuk menggambarkan atau melihat sebagai prediksi penjualan pada tahun-tahun berikutnya, sehingga dapat mengetahui produk mana yang disukai masyarakat untuk dapat meningkatkan penjualan pada tahun-tahun berikutnya.

1.2. Target Pasar yang Dituju

Dikutip dari Investopedia, *“A target market is a group of people that have been identified as the most likely potential customers for a product because of their shared characteristics such as age, income, and lifestyle”*.

Artinya target pasar adalah kelompok orang yang memiliki karakteristik, kesukaan dan ketertarikan pada suatu barang yang sama dan dianggap sebagai pelanggan potensial.

Dapat juga diartikan sekumpulan pembeli yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang sama.

Untuk dapat mengetahui target pasar yang akan dijalankan maka perlu dilakukannya pembagian pasar kedalam segmen-segmen. Segmentasi pasar merupakan Tindakan yang dilakukan untuk memecah kelompok calon konsumen menjadi kelompok yang lebih kecil.

Faktor ini menjadi sangat penting sehingga pemilik mudah dalam memahami kebutuhan atau perilaku target pasar sehingga pemilik mampu menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran. Pengelompokan pasar dapat dibagi menjadi empatsegmentasi yaitu *demographic, psychographic, behavioral* dan *geographic*.

a. Demographic Segmentation

Segmen ini bekerja dengan cara memecah populasi masyarakat dan dipisahkan beberapa kategori berdasarkan kategori yang lebih spesifik, misalnya jenis kelamin, usia, tingkat ekonomi. Dengan ini sebagai pemilik bisnis bisa



mengetahui gambaran umum konsumen sehingga dapat mengetahui calon konsumen dan jenis-jenis konsumen.

Keuntungan yang didapat untuk mendukung bisnis dari memahami segmen demografis ini sebagai berikut :

- 1) Dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, dengan ini pemilik dapat menentukan segala keputusan terkait untuk menjalankan bisnisnya
- 2) Dapat menentukan tujuan yang terukur, dengan ini pemilik dapat menentukan tujuan yang tepat sesuai dengan rencana bisnis yang dibuat.
- 3) Dengan tujuan yang terukur dapat membuat sistem pemasaran bisnis yang lebih efektif serta dapat menentukan target yang sangat spesifik.

Segmentasi demografi dari usaha *Happy Dog Pet Shop* yaitu konsumen dengan usia 18 –60 tahun, pria dan wanita dengan kelompok masyarakat menengah kebawah. *Happy Dog Pet Shop* tidak membatasi konsumen yang berbelanja dari variable ras dan agama.

b. *Psychographic Segmentation*

Psychographic Segmentation membagi populasi dipasar menjadi beberapa kategori atau segmen berdasarkan variable seperti nilai (*values*), minat (*interests*), kepribadian (*personality*), dan gaya hidup (*lifestyles*). Pemilik harus fokus dalam memahami karakteristik dari seorang konsumen.

Kehidupan yang sudah bergantung pada teknologi dan sudah terbiasa dengan berbelanja *online* akan sangat menguntungkan dan menjadi peluang bagi *Happy Dog Pet Shop* yang memilih segmen pemasaran secara online di *E-commerce*.

c. *Behavioral segmentation*

Behavioral segmentation merupakan sebuah strategi dalam dunia bisnis yang menargetkan konsumen berdasarkan perilaku yang spesifik didalam *E-commerce* atau

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.

marketplace. Strategi ini bisa menjadi proses mengelompokan konsumen berdasarkan perilaku yang ditunjukkan melalui *marketplace* atau biasa yang dikenal dengan sebutan algoritma.

Pada segmentasi ini *Happy Dog Pet Shop* berfokus pada menjaga kualitas produk, variasi produk dan layanan sehingga produk sehingga produk akan mendapatkan *rating* tinggi, dengan *rating* tinggi pada *Happy Dog Pet Shop* produk yang tampil di *marketplace* akan muncul dipilihan teratas.

d. Geographic Segmentation

Pembagian pasar ke dalam unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, kota, atau desa. Pemilihan lokasi tidak menjadi sangat penting untuk usaha *Happy Dog Pet Shop* karena strategi yang digunakan adalah *E-commerce* atau *online* yang sangat mudah untuk dijangkau dari luar kota atau bahkan luar negeri. Beberapa lokasi pemasaran yang dipilih seperti Tokopedia, Shopee.

Agar bermanfaat segmentasi harus terukur (*measurable*), dapat diakses (*accessible*), substansial artinya segmen pasar cukup besar dan menguntungkan, dapat dibedakan (*differentiable*), dapat ditindak lanjuti (*actionable*). Pemilik harus memutuskan segmen mana yang akan dituju. Terdapat empat strategi target pasar yaitu:

- 1) Pemasaran yang tidak dibedakan (*Undifferentiated Marketing*). Dimana strategi bisnis yang mengabaikan perbedaan segmen pasar dan mengejar seluruh pasar dengan satu penawaran dengan kata lain pemilik menjual produk ke semua orang karena produk yang dijual bersifat umum. Pemilik harus lebih fokus pada bagaimana banyak orang mengetahui dan membeli produk itu sendiri.
- 2) Pemasaran yang dibedakan (*Differentiated Marketing*). Strategi ini dimana





pemilik menargetkan beberapa segmen pasar dan merancang penawaran terpisah untuk masing-masing.

- 3) Pemasaran yang terkonsentrasi (*Niche Marketing*). Strategi ini dimana pemilik menargetkan pangsa pasar yang lebih kecil dengan sumber daya terbatas untuk memaksimalkan modal yang tidak terlalu besar.
- 4) Pemasaran Mikro (*Micro Marketing*). Strategi ini dimana pemilik menyesuaikan produk dan program pemasaran dengan kebutuhan dan keinginan individu serta segmen konsumen lokal tertentu.

Berdasarkan uraian diatas, *Happy Dog Pet Shop* termasuk ke dalam pemasaran yang dibedakan (*Differentiated Marketing*) karena pememiliki mempunyai beberapa variasi produk, produk yang bervariasi dapat menarik jumlah konsumen yang lebih banyak lagi.

1.3. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rancangan pemasaran dimana pemilik dapat menciptakan nilai konsumen dan memiliki hubungan dengan konsumen yang menguntungkan. Ada empat strategi pemasaran sebagai berikut:

a. Diferensiasi

Dalam menjalankan sebuah bisnis diperlukan hal yang menjadikan perbedaan atau membuat faktor pembeda dengan pesaing agar pemilik menjadi unik atau beda dengan yang lain. Hal ini menjadikan pemilik dan produk menjadi lebih diingat oleh masyarakat.

Happy Dog Pet Shop memiliki keunikan dari pada pesaing yang telah lebih dahulu menjalankan bisnis sejenis. Salah satunya adalah memiliki harga terjangkau dengan kualitas sama, harga mudah yang ditawarkan serta penggunaan pemasaran *online* untuk mudah dijangkau masyarakat diluar kota.



b. Positioning

- © Cara konsumen mendefinisikan produk terletak pada atribut-atribut penting seperti kualitas, harga, kenyamanan dan sebagainya atau bagaimana produk tersebut dapat dipandang dengan nilai lebih dalam benak konsumen terhadap produk pesaing.

Happy Dog Pet Shop memosisikan pada industri pasar yang memiliki harga terjangkau dan berkualitas dengan tujuan menjadi faktor pembeda dengan pesaing di industri produk sejenis.

c. Penetapan Harga

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:308), *“Price is the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customer exchange for the benefit of having or using the product or service”*.

Harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan, atau sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki keuntungan atau menggunakan produk dan layanan.

Penetapan harga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan dari sebuah bisnis, karena hal ini akan menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya. Ada tiga strategi penetapan harga:

- 1) Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Customer Value-Based Pricing*), penetapan harga didasarkan pada persepsi konsumen tentang nilai, bukan pada biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai yang mampu menawarkan produk, kualitas, dan layanan dengan harga yang sesuai atau wajar.
- 2) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-Based Pricing*), penetapan harga berdasarkan pada biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko.

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.



- 3) *Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (Competition-Based Pricing)*, menetapkan harga berdasarkan strategi, harga, biaya dan penawaran pasar pesaing.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Harga adalah faktor yang menghasilkan pendapatan bagi pemilik. *Happy Dog Pet Shop* menggunakan strategi penetapan harga berdasarkan pesaing (*Cost-Based Pricing*). Walaupun *Happy Dog Pet Shop* dapat memberikan harga yang terjangkau tetapi tidak akan memberikan penurunan kualitas produk dengan kualitas layanan yang ada. Harga yang ditetapkan untuk produk yang termurah mulai dari Rp. 12.000.

d) Saluran Distribusi (*Distribution Channel*)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:359), "*Distribution channel is 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 adalah seperangkat organisasi yang saling bergantung yang membantu membuat produk atau layanan tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Ada dua saluran distribusi yaitu:

- 1) Saluran Distribusi Langsung (*Direct Marketing Channel*), tidak memiliki tingkat perantara atau dikatakan pemilik menjual langsung ke konsumen.
- 2) Saluran Distribusi Tidak Langsung (*Indirect Marketing Channels*), memiliki satu atau lebih perantara. Dapat disimpulkan jika *Happy Dog Pet Shop* memiliki saluran distribusi langsung, karena produk dijual dari *Happy Dog Pet Shop* ke konsumen tanpa adanya perantara.

1.4. Strategi promosi

Promosi yang tepat akan meningkatkan jumlah pendapatan, sehingga mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:78), "*Promotion refers to activities that communicate the merits of the product and persuade*



target customers to buy it". Promosi mengacu pada aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen yang menjadi target untuk membelinya.

Strategi Promosi yang dilakukan *Happy Dog Pet Shop* sebagai berikut:

a. Periklanan (*Advertising*)

Promosi yang dilakukan untuk *Happy Dog Pet Shop* melalui *flashsale*, media sosial atau dalam bentuk lainnya yang merupakan promosi berbayar. *Happy Dog Pet Shop* menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produknya, dengan menggunakan promosi berbayar pada aplikasi Shopee ads sebesar Rp. 1.300.000 dan Promosi yang dilakukan di Tokopedia sebesar Rp. 265.000.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi dalam waktu singkat yang digunakan untuk mendorong konsumen atau menarik perhatian untuk membeli suatu produk. *Happy Dog Pet Shop* akan memberikan potongan untuk 40 orang pembeli sebesar Rp.15.000.

c. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Membangun hubungan dengan masyarakat dengan menciptakan kenyamanan layanan yang baik dengan masyarakat. Dalam hal ini *Happy Dog Pet Shop* membangun hubungan yang baik dengan masyarakat.

Hubungan langsung dengan pelanggan untuk memperoleh tanggapan langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dikarenakan menggunakan layanan *online*, pelanggan *Happy Dog Pet Shop* dapat langsung memberikan kritik dan saran yang dapat langsung diakses melalui layanan *E-commerce* yang tersedia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI RKG (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.



© 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.



© 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.



© 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.



© 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.



© 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.



© 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.



© 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.



© 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.



© 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.