

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

A. Produk atau Jasa Yang Dihasilkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Masyarakat memang memiliki kebutuhan yang beragam, tetapi kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal pasti akan sama. Maka dari itu, untuk menjaga kelancaran operasional suatu usaha, pelaku usaha harus memiliki pemahaman mengenai bagaimana selera konsumen yang berubah – ubah, mengatur dan memelihara sistem yang tepat agar dapat mengukur komponen penting dalam pengembangan serta merancang dan melaksanakan rencana yang efektif untuk mengatasi kendala yang mungkin muncul. Toko Bangunan Makmur Abadi, sebagai usaha yang baru bergerak di bidang penjualan bahan bangunan seperti cat, semen, casting, dan lainnya, berupaya untuk terus mengembangkan produk yang tujuannya sendiri adalah agar produk yang ditawarkan lebih bervariasi, memiliki kualitas baik, dan dapat diandalkan, sehingga konsumen merasa puas dan menjadi pelanggan tetap. Model usaha yang digunakan Toko Bangunan Makmur Abadi adalah menggunakan metode *hybrid* yang dapat dijalankan baik secara *online* ataupun *offline*. Toko *online* akan dioperasikan menggunakan platform *e-commerce* dan sosial media sedangkan untuk toko *offline* akan ada toko fisik. Dengan begitu Toko Bangunan Makmur Abadi dapat menjangkau lebih banyak konsumen dengan memberikan fleksibilitas dalam berbelanja melalui berbagai saluran distribusi.

Toko Bangunan Makmur Abadi memiliki nilai tersendiri yang berbeda dengan toko bangunan lainnya, dimana Toko Bangunan Makmur Abadi menyediakan mesin *Color Creations*. Mesin ini berguna untuk mencampur berbagai warna cat sehingga menghasilkan warna-warna baru yang lebih bervariasi sesuai dengan selera konsumen.

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.



Mesin cat ini di daerah Jakarta Timur dapat dikatakan masih sedikit penggunaannya sehingga sangat menguntungkan. Berikut produk yang dijual Toko Bangunan Makmur Abadi yang dijelaskan melalui Gambar dibawah :

Gambar 4.1
Sambungan Pipa



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

Sambungan pipa memiliki bentuk yang beragam dimana setiap bentuknya memiliki fungsi tersendiri, pipa T untuk memisahkan satu saluran menjadi dua saluran ke arah yang berbeda, pipa L untuk membelokkan arah pipa dan masing masing dari pipa tersebut ada yang memiliki drat dan tidak. Pipa yang memiliki ulir drat dapat langsung disambungkan pada kran dan untuk pipa yang tidak memiliki drat biasanya digunakan untuk memperpanjang sambungan pipa. Toko Bangunan Makmur Abadi menyediakan pipa dengan ukuran yang beragam sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

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

Gambar 4.2
Semen



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

Semen sendiri berfungsi sebagai perekat antar pondasi bangunan, lapisan akhir luar tembok serta dapat menjadi bahan campuran pasir untuk digunakan sebagai beton.

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 4.3
Hebel

© Hak Cipta Institut IBI KKG / Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

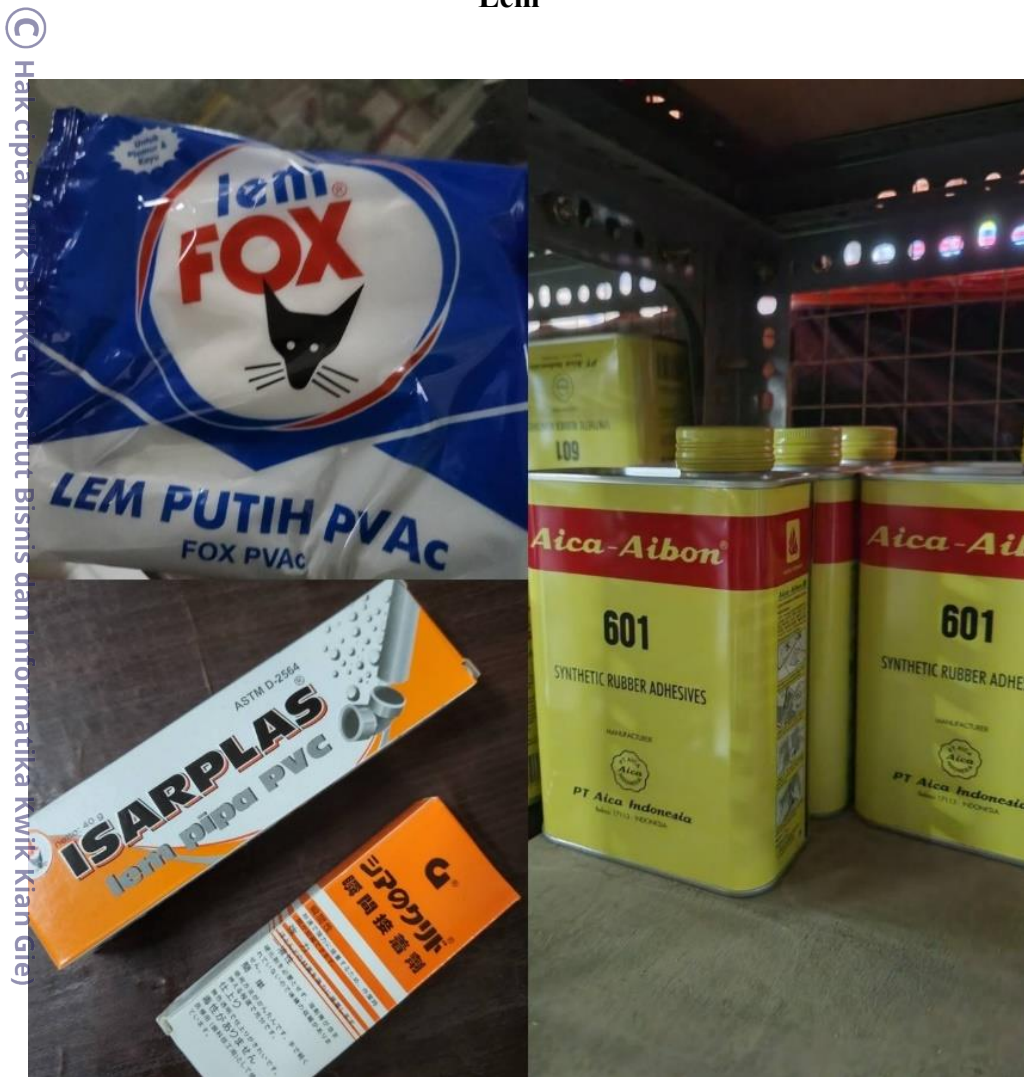
Hebel adalah jenis bata yang terbuat dari campuran pasir, silika, gypsum, batu kapur, air dan aluminium bubuk. Hebel dapat digunakan baik untuk bagian eksterior maupun interior bangunan dengan pemasangan yang cepat dan mudah sehingga membuat salah satu bahan bangunan ini populer di kalangan masyarakat.

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.

Gambar 4.4
Lem



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

Toko Bangunan Makmur Abadi menjual berbagai macam lem seperti lem kayu dan lem pipa. Lem pipa sendiri digunakan untuk merekatkan pipa dan sambungannya, sedangkan untuk lem kayu terdapat lem fox dengan ukuran besar ataupun kecil.

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 4.5
Cat



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Toko Bangunan Makmur Abadi menyediakan berbagai jenis cat termasuk cat tembok yang umum digunakan untuk pengecatan interior bangunan. Terdapat juga cat minyak yang memiliki 2 tipe yaitu cat minyak duko dan semi duko, cat minyak duko digunakan untuk mengecat kayu ataupun besi namun berbeda dengan cat duko biasa yang digunakan untuk mengecat mobil. Selain itu, terdapat juga cat *water proofing* untuk mengecat bagian luar tembok. Terdapat 2 macam cat yaitu ready mix dan mix ting – ting, cat mix ting – ting dihasilkan menggunakan mesin cat yang dimana nama mesin itu sendiri adalah mesin ting – ting yang berfungsi menciptakan varian warna cat sesuai dengan keinginan konsumen.

Gambar 4.6
Mortar



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 4.7
Kran



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi

© 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.

Kran adalah salah satu perlengkapan rumah tangga yang sangat penting dimana fungsinya sendiri yaitu mengalirkan air ke wastafel, bak mandi dan toilet. Adapun berbagai jenis dan ukuran kran yang tersedia sehingga konsumen dapat memilih kran yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran. Toko Bangunan Makmur Abadi menyediakan berbagai jenis dan ukuran kran untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda – beda seperti kran plastik atau besi.



Gambar 4.8
Logo Usaha



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

Logo adalah suatu simbol yang mewakili entitas suatu perusahaan, organisasi ataupun lembaga. Logo sendiri berfungsi guna menyampaikan pesan kepada masyarakat terkait usaha tersebut yang dapat berupa nilai, visi, misi ataupun produk/jasa yang ditawarkan. Logo Toko Bangunan Makmur Abadi memiliki beberapa arti yang terkandung didalamnya mulai dari gambar atap rumah yang menggambarkan bidang usaha ini yaitu penyedia bahan bangunan untuk masyarakat. Warna merah pada gambar atap memiliki arti keberuntungan, lalu ada gambar daun hijau yang memiliki arti bahwa Toko Bangunan Makmur Abadi akan selalu bertumbuh. Kata “Makmur” memiliki makna yang yaitu kesejahteraan untuk seluruh pemilik, karyawan maupun pelanggan. Sedangkan kata “Abadi” memiliki makna toko bangunan yang diharapkan dapat bertahan lama dan berkembang di masa yang akan datang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Gambaran Pasar

Ⓒ Pelaku usaha harus dapat meramalkan berapa banyak barang dan jasa yang dijual dalam 5 tahun atau lebih. Salah satu cara guna mengetahui berapa banyak barang atau jasa yang dijual melalui usahanya dari waktu ke waktu adalah dengan melakukan peramalan penjualan. Maka dari itu, peramalan dan perencanaan penjualan sangatlah penting dalam menjalankan suatu usaha agar dapat membuat keputusan yang tepat guna meningkatkan jumlah penjualan. Dalam membuka usaha toko bangunan, terdapat bulan ramai maupun bulan sepi pembeli. Bulan yang paling sibuk adalah bulan Idulfitri dimana karena Tunjangan Hari Raya (THR) yang diterima, membuat banyak orang mendorong aktivitas belanja mereka akan kebutuhan rumah. Idul Fitri tahun 2024 jatuh pada tanggal 9 April yang merupakan hari libur umum / *public holidays* sedangkan untuk tahun 2025 Idul Fitri jatuh tanggal 30 Maret. Sebaliknya, terdapat juga bulan yang cenderung sepi pengunjung yaitu saat periode kenaikan kelas dan kelulusan yaitu bulan Juni. Dalam satu bulan Toko Bangunan Makmur Abadi akan buka 30 hari, buka dari hari senin – minggu dengan jam operasional untuk hari senin – sabtu jam 08.00 – 17.00 dan khusus hari minggu jam operasional Toko Bangunan Makmur Abadi mulai dari jam 08.00 – 14.00.

1. Jenis Produk yang dijual

Berdasarkan *Competitive Profile Matrix* (CPM) pada bab 3, maka produk yang ditawarkan Toko Bangunan Makmur Abadi kepada konsumen sangat bervariasi dimana hal ini didasarkan melalui *interview* langsung kepada famili yang juga membuka usaha toko bangunan. Berdasarkan pada Tabel 4.1 di bawah dapat dilihat terdapat harga jual yang ditawarkan Toko Bangunan Makmur Abadi untuk tahun pertama yaitu tahun 2025 dan di asumsikan terdapat kenaikan sebesar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hascipta milik IBI KGG (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 IBIKGG.

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



2,87% dikarenakan inflasi untuk tahun – tahun selanjutnya. Berikut variasi dan

harga produk yang ditawarkan Toko Bangunan Makmur Abadi:

Tabel 4.1

Harga Jual Produk Toko Bangunan Makmur Abadi Tahun 2025

No	Nama Produk	PENJUALAN TOKO MAKMUR ABADI PADA TAHUN 2025		
		Merek	Ukuran	Harga Jual
1	Amplas	Taiyo	80	Rp 10.000
2	Amplas	Taiyo	100	Rp 10.000
3	Amplas	Taiyo	120	Rp 10.000
4	Amplas	Taiyo	150	Rp 10.000
5	Amplas	Taiyo	180	Rp 10.000
6	Amplas	Taiyo	240	Rp 10.000
7	Amplas	Taiyo	320	Rp 10.000
8	Amplas	Taiyo	400	Rp 10.000
9	Handle Pintu	TOP	Kecil	Rp 60.000
10	Kayu Kaso		4cmx6cm	Rp 35.000
11	Papan Cor			Rp 16.000
12	Bak Cat	Supra		Rp 10.000
13	Hebel	Awan	Ketebalan 10cm	Rp 530.000
14	Hebel	Awan	Ketebalan 7,5cm	Rp 530.000
15	Karpet Talang Merah		Tinggi 55cm	Rp 10.000
16	Karpet Talang Merah		Tinggi 90cm	Rp 13.000
17	Karpet Talang Merah		Tinggi 110cm	Rp 20.000
18	Kran	Pluto		Rp 20.000
19	Kran Angsa	Pluto		Rp 75.000
20	Roll cat	Super roll		Rp 30.000
21	Cat Minyak	Junior	1Kg	Rp 65.000
22	Cat Minyak	Seiv	1Kg	Rp 60.000
23	Cat Sempot	Nippon Basic	1 Kaleng	Rp 25.000
24	Cat Tembok	Vinilex	5Kg	Rp 145.000
25	Cat Tembok	Vinilex	25Kg	Rp 585.000
26	Cat Tembok	Nippon Qluc	5Kg	Rp 75.000
27	Cat Tembok	Nippon Qluc	20Kg	Rp 285.000
28	Gergaji Besi	Sandflex		Rp 19.000
29	Sambungan Pipa	Rucika	1/2"	Rp 4.000
30	Ember Semen		Kecil	Rp 6.000
31	Ember Semen		Besar	Rp 8.000
32	Gembok	ATS	30mm panjang	Rp 35.000
33	Kuas	Supra	1 1/2"	Rp 8.000
34	Kuas	Supra	2"	Rp 10.000
35	Sok drat dalam	Rucika	1/2"	Rp 4.000
36	Lem	Aica-Aibon	70g	Rp 15.000
37	Lem	Aica-Aibon	300g	Rp 50.000
38	Lem	Aica-Aibon	700g	Rp 75.000
39	Lem	Fox Putih	350g	Rp 13.000
40	Lem	Fox Putih	500g	Rp 20.000
41	Lem pipa odol	Isarplas	45g	Rp 10.000
42	Lem pipa odol	Isarplas	400g	Rp 65.000
43	Mortar	Grand Bond	40Kg	Rp 60.000
44	Obeng		Plus	Rp 12.000
45	Obeng		Min	Rp 12.000
46	Pelapis anti bocor	Aquaproof	1Kg	Rp 62.500
47	Pelapis anti bocor	Aquaproof	4Kg	Rp 240.000
48	Pelapis anti bocor	No-Drop	1Kg	Rp 60.000
49	Pelapis anti bocor	No-Drop	4Kg	Rp 225.000
50	Sealtape	Onda		Rp 5.000
51	Semen	Dynamix	50Kg	Rp 73.000
52	Semen	Padang	50Kg	Rp 68.000
53	Semen	Gresik	50Kg	Rp 70.000
54	Casting	Star	20 Kg	Rp 34.000
55	Pipa	Rucika	1/2"	Rp 27.500
56	Keramik Polos	Asia Tiles	30 x 30	Rp 50.000
57	Thinner	Impala	1 Kaleng	Rp 40.000
58	Thinner	Cobra	1 Kaleng	Rp 35.000
59	Triplek		3mm	Rp 60.000
60	Triplek		4mm	Rp 70.000

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

© 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.



2. Ramalan Penjualan

Dalam penetapan harga yang di tawarkan, Toko Bangunan Makmur Abadi menggunakan strategi *Low Cost* guna memberikan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing. Berikut ramalan penjualan Toko Bangunan Makmur Abadi selama 1 tahun:

Tabel 4.2

Ramalan Penjualan Toko Bangunan Makmur Abadi Tahun 2025 (Dalam Unit)

No	Nama Produk	PENJUALAN TOKO MAKMUR ABADI PADA TAHUN 2025			RAMALAN PENJUALAN PER BULAN TAHUN 2025												2025
		Merek	Ukuran	Harga Jual	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS	SEPT	OKT	NOV	DES	TOTAL
1	Amplas	Taiyo	80	Rp 10.000	48	49	74	84	62	18	19	22	60	61	70	80	647
2	Amplas	Taiyo	100	Rp 10.000	52	53	79	84	68	14	18	17	65	66	75	80	671
3	Amplas	Taiyo	120	Rp 10.000	56	57	84	95	73	16	17	16	70	71	80	90	725
4	Amplas	Taiyo	150	Rp 10.000	64	65	95	105	83	15	18	18	80	82	90	100	815
5	Amplas	Taiyo	180	Rp 10.000	64	65	79	84	83	18	19	17	80	82	75	80	746
6	Amplas	Taiyo	240	Rp 10.000	44	45	69	81	57	18	24	21	55	56	66	77	613
7	Amplas	Taiyo	320	Rp 10.000	43	44	58	68	56	20	18	15	54	55	55	65	552
8	Amplas	Taiyo	400	Rp 10.000	48	49	74	84	62	20	22	24	60	61	70	80	654
9	Handing Pintu	TOP	Kecil	Rp 60.000	64	65	95	103	83	35	20	18	80	82	90	98	832
10	Kayu Kaso		4cmx6cm	Rp 35.000	37	38	63	65	48	35	38	42	46	47	60	62	580
11	Papan Cor			Rp 16.000	44	45	64	81	57	35	37	33	55	56	61	77	645
12	Bak Cat	Supra		Rp 10.000	56	57	92	95	73	28	30	31	70	71	88	90	781
13	Habel	Awan	Ketebalan 10cm	Rp 530.000	72	73	105	126	94	80	65	58	90	92	100	120	1075
14	Habel	Awan	Ketebalan 7,5cm	Rp 530.000	48	49	58	81	62	67	73	75	60	61	55	77	766
15	Karpet Talang Merah		Tinggi 55cm	Rp 10.000	48	49	74	82	62	18	21	24	60	61	70	78	647
16	Karpet Talang Merah		Tinggi 90cm	Rp 13.000	43	44	47	63	56	20	18	20	54	55	45	60	526
17	Karpet Talang Merah		Tinggi 110cm	Rp 20.000	40	41	53	63	52	18	21	23	50	51	50	60	521
18	Kran	Pluto		Rp 20.000	57	58	81	82	74	18	20	21	71	72	77	78	709
19	Kran Ahgsa	Pluto		Rp 75.000	35	36	58	72	46	23	24	26	44	45	55	69	533
20	Roll cat	Super roll		Rp 30.000	46	47	58	71	60	28	26	29	58	59	55	68	606
21	Cat Minyak	Junior	1Kg	Rp 65.000	64	65	84	95	83	55	50	62	80	82	80	90	890
22	Cat Minyak	Seiv	1Kg	Rp 60.000	70	72	95	99	92	45	48	50	88	90	90	94	932
23	Cat Sempot	Nippon Basic	1 Kaleng	Rp 25.000	48	49	63	84	62	27	28	30	60	61	60	80	653
24	Cat Tembok	Vinilex	5Kg	Rp 145.000	44	45	72	84	57	38	36	40	55	56	69	80	677
25	Cat Tembok	Vinilex	25Kg	Rp 585.000	64	65	95	100	83	43	39	38	80	82	90	95	873
26	Cat Tembok	Nippon Qluc	5Kg	Rp 75.000	54	55	74	84	71	49	35	38	68	69	70	80	747
27	Cat Tembok	Nippon Qluc	20Kg	Rp 285.000	80	82	110	131	104	50	48	50	100	102	105	125	1087
28	Gergaji Besi	Sandflex		Rp 19.000	40	41	69	84	52	25	14	17	50	51	66	80	589
29	Sambungan Pipa	Rucika	1/2"	Rp 4.000	72	73	126	168	94	80	74	77	90	92	120	160	1226
30	Ember Semen		Kecil	Rp 6.000	44	45	53	58	57	18	20	22	55	56	50	55	532
31	Ember Semen		Besar	Rp 8.000	40	41	63	92	52	18	19	21	50	51	60	88	595
32	Cembok	ATS	30mm panjang	Rp 35.000	63	64	84	91	82	18	17	20	79	81	80	87	767
33	Kuas	Supra	1 1/2"	Rp 8.000	64	65	95	98	83	26	25	29	80	82	90	93	829
34	Kuas	Supra	2"	Rp 10.000	40	41	81	56	52	30	38	41	50	51	77	53	609
35	Soklat dat dalam	Rucika	1/2"	Rp 4.000	40	41	84	92	52	38	37	40	50	51	80	88	693
36	Lem	Aica-Aibon	70g	Rp 15.000	56	57	83	95	73	31	36	40	70	71	79	90	781
37	Lem	Aica-Aibon	300g	Rp 50.000	40	41	61	78	52	24	25	27	50	51	58	74	580
38	Lem	Aica-Aibon	700g	Rp 75.000	48	49	69	93	62	18	17	19	60	61	66	89	652
39	Lem	Fox Putih	350g	Rp 13.000	36	37	58	70	47	25	25	28	45	46	55	67	539
40	Lem	Fox Putih	500g	Rp 20.000	36	37	57	68	47	18	18	20	45	46	54	65	510
41	Lem pipa odol	Isarplas	45g	Rp 10.000	24	24	47	67	31	23	24	25	30	31	45	64	436
42	Lem pipa odol	Isarplas	400g	Rp 65.000	40	41	67	93	52	18	17	19	50	51	64	89	601
43	Mortar	Grand Bond	40Kg	Rp 60.000	64	65	103	126	83	72	75	85	80	82	98	120	1053
44	Obeng	Plus		Rp 12.000	40	41	64	74	52	15	16	18	50	51	61	70	551
45	Obeng		Min	Rp 12.000	36	37	54	47	47	15	17	18	45	46	51	45	457
46	Pelapis anti bocor	Aquaproof	1Kg	Rp 62.500	40	41	68	81	52	40	33	28	50	51	65	77	626
47	Pelapis anti bocor	Aquaproof	4Kg	Rp 240.000	62	64	95	105	81	26	24	28	78	80	90	100	832
48	Pelapis anti bocor	No-Drop	1Kg	Rp 60.000	63	64	84	95	82	24	26	35	79	81	80	90	803
49	Pelapis anti bocor	No-Drop	4Kg	Rp 225.000	51	52	84	95	67	38	34	37	64	65	80	90	757
50	Sealrape	Onda		Rp 5.000	49	50	69	92	63	28	30	34	61	62	66	88	693
51	Semen	Dynamix	50Kg	Rp 73.000	482	491	830	840	626	350	330	365	602	614	790	800	7119
52	Semen	Padang	50Kg	Rp 68.000	240	245	378	368	312	160	155	170	300	306	360	350	3343
53	Semen	Gresik	50Kg	Rp 70.000	159	162	263	315	207	140	143	155	199	203	250	300	2496
54	Casting	Star	20 Kg	Rp 34.000	584	596	840	908	759	610	667	632	730	745	800	865	8736
55	Pipa	Rucika	1/2"	Rp 27.500	32	33	58	70	42	36	33	36	40	41	55	67	542
56	Keramik Polos	Asia Tiles	30 x 30	Rp 50.000	64	65	105	95	83	80	71	63	80	82	100	90	978
57	Thinner	Impala	1 Kaleng	Rp 40.000	62	63	95	105	80	48	53	59	77	79	90	100	910
58	Thinner	Cobra	1 Kaleng	Rp 35.000	70	72	97	104	92	67	58	71	88	90	92	99	999
59	Triplek		3mm	Rp 60.000	48	49	79	93	62	48	46	51	60	61	75	89	762
60	Triplek		4mm	Rp 70.000	46	47	95	91	60	40	41	38	58	59	90	87	753
TOTAL					4310	4397	6602	7352	5604	3098	3090	3226	5388	5496	6288	7002	61853

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023



Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa penjualan pada

awal pendirian masih sedikit karena Toko Bangunan Makmur Abadi merupakan usaha baru dalam industri penyedia bahan bangunan sehingga untuk 3 bulan pertama di proyeksikan penjualan yaitu 80% dari penjualan normal yaitu bulan September dan Oktober. Namun terdapat peningkatan penjualan pada bulan Maret karena bulan tersebut merupakan bulan Hari Raya Idul Fitri sehingga banyak konsumen yang membeli bahan bangunan untuk perbaikan rumah. Pada bulan selanjutnya yaitu bulan April, masyarakat yang memiliki sisa Tunjangan Hari Raya (THR) biasanya dipergunakan untuk pembelian bahan bangunan guna memperbaiki atau merenovasi rumah. Selain itu, menjelang akhir tahun yaitu bulan November dan Desember, penjualan bahan bangunan juga cukup ramai dikarenakan ada libur sekolah dan tahun baru. Namun, terdapat juga bulan sepi yaitu pada bulan Juni karena banyak masyarakat yang menyimpan pendapatannya untuk uang daftar ulang kenaikan sekolah anak.

Tabel 4.2 di atas adalah ramalan penjualan untuk tahun 2025 yang di lampiran juga pada lampiran 7 dan untuk tahun selanjutnya yaitu tahun 2026 – 2029 di asumsikan meningkat sebesar 3,6% dari rata – rata pertumbuhan industri sejenis selama 5 tahun kebelakang yang penulis lampirkan juga pada lampiran 8. Berikut Tabel ramalan penjualan setelah peningkatan 3,6% setiap tahunnya.

C 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.



Tabel 4.3

Proyeksi Ramalan Penjualan Toko Bangunan Makmur Abadi Tahun 2025 – 2029

No	Nama produk	Merek	Ukuran	2025	2026	2027	2028	2029
				Kuantitas				
1	Amplas	Taiyo	80	647	670	694	719	745
2	Amplas	Taiyo	100	671	695	720	746	773
3	Amplas	Taiyo	120	725	751	778	806	835
4	Amplas	Taiyo	150	815	844	874	906	938
5	Amplas	Taiyo	180	746	773	800	829	859
6	Amplas	Taiyo	240	613	635	658	682	707
7	Amplas	Taiyo	320	552	571	592	613	635
8	Amplas	Taiyo	400	654	678	702	727	753
9	Handle Pintu	TOP	Kecil	832	862	893	926	959
10	Kayu Kaso		4cmx6cm	580	601	623	645	668
11	Papan Cor			645	668	692	717	743
12	Bak Cat	Supra		781	809	838	869	900
13	Hebel	Awan	Ketebalan 10cm	1.075	1.114	1.154	1.195	1.238
14	Hebel	Awan	Ketebalan 7,5cm	766	794	822	852	883
15	Karpet Talang Merah		Tinggi 55cm	647	670	694	719	745
16	Karpet Talang Merah		Tinggi 90cm	526	545	564	585	606
17	Karpet Talang Merah		Tinggi 110cm	521	540	560	580	601
18	Kran	Pluto		709	734	761	788	816
19	Kran Angsa	Pluto		533	552	572	593	614
20	Roll cat	Super roll		606	628	651	674	699
21	Cat Minyak	Junior	1Kg	890	922	955	989	1.025
22	Cat Minyak	Seiv	1Kg	932	965	1.000	1.036	1.073
23	Cat Semprot	Nippon Basic	1 Kaleng	653	676	700	726	752
24	Cat Tembok	Vinilex	5Kg	677	701	726	752	779
25	Cat Tembok	Vinilex	25Kg	873	905	937	971	1.006
26	Cat Tembok	Nippon Qluc	5Kg	747	774	802	831	861
27	Cat Tembok	Nippon Qluc	20Kg	1.087	1.126	1.167	1.209	1.252
28	Gergaji Besi	Sandflex		589	610	632	655	679
29	Sambungan Pipa	Rucika	1/2"	1.226	1.270	1.316	1.363	1.412
30	Ember Semen		Kecil	532	552	571	592	613
31	Ember Semen		Besar	595	617	639	662	686
32	Gembok	ATS	30mm panjang	767	794	823	853	883
33	Kuas	Supra	1 1/2"	829	859	890	922	955
34	Kuas	Supra	2"	609	631	654	678	702
35	Sok drat dalam	Rucika	1/2"	693	718	744	771	799
36	Lem	Aica-Aibon	70g	781	809	838	868	899
37	Lem	Aica-Aibon	300g	580	601	623	645	669
38	Lem	Aica-Aibon	700g	652	676	700	725	751
39	Lem	Fox Putih	350g	539	558	578	599	620
40	Lem	Fox Putih	500g	510	529	548	567	588
41	Lem pipa odol	Isarplas	45g	436	451	468	485	502
42	Lem pipa odol	Isarplas	400g	601	623	646	669	693
43	Mortar	Grand Bond	40Kg	1.053	1.091	1.130	1.171	1.213
44	Obeng		Plus	551	571	592	613	635
45	Obeng		Min	457	474	491	508	527
46	Pelapis anti bocor	Aquaproof	1Kg	626	648	672	696	721
47	Pelapis anti bocor	Aquaproof	4Kg	832	862	893	925	959
48	Pelapis anti bocor	No-Drop	1Kg	803	832	862	893	925
49	Pelapis anti bocor	No-Drop	4Kg	757	784	812	841	872
50	Sealtape	Onda		693	718	744	770	798
51	Semen	Dynamix	50Kg	7.119	7.376	7.641	7.916	8.201
52	Semen	Padang	50Kg	3.343	3.464	3.588	3.718	3.851
53	Semen	Gresik	50Kg	2.496	2.586	2.679	2.775	2.875
54	Casting	Star	20 Kg	8.736	9.050	9.376	9.714	10.063
55	Pipa	Rucika	1/2"	542	562	582	603	625
56	Keramik Polos	Asia Tiles	30 x 30	978	1.013	1.049	1.087	1.126
57	Thinner	Impala	1 Kaleng	910	942	976	1.011	1.048
58	Thinner	Cobra	1 Kaleng	999	1.035	1.072	1.111	1.151
59	Triplek		3mm	762	789	818	847	878
60	Triplek		4mm	753	780	808	837	867
				61.853	64.079	66.386	68.776	71.252

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

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. Anggaran Penjualan

Berdasarkan Tabel 4.4 di bawah, terlihat adanya peningkatan dalam penjualan Toko Bangunan Makmur Abadi dari tahun 2026 – 2029. Peningkatan penjualan ini per tahun di asumsikan sebesar 2,87% yang merupakan rata – rata inflasi 5 tahun kebelakang yang penulis juga lampiran pada lampiran 9.

Tabel 4.4

Anggaran Penjualan Toko Bangunan Makmur Abadi Tahun 2025 – 2029 (Dalam Rupiah)

No	Nama produk	Merek	Ukuran	2025	2026	2027	2028	2029
1	Amplas	Taiyo	80	6.470.600	6.895.799	7.348.939	7.831.856	8.346.507
2	Amplas	Taiyo	100	6.706.900	7.147.627	7.617.315	8.117.868	8.651.313
3	Amplas	Taiyo	120	7.248.200	7.724.497	8.232.093	8.773.044	9.349.543
4	Amplas	Taiyo	150	8.145.800	8.681.081	9.251.536	9.859.477	10.507.368
5	Amplas	Taiyo	180	7.458.300	7.948.403	8.470.713	9.027.344	9.620.553
6	Amplas	Taiyo	240	6.133.300	6.536.334	6.965.853	7.423.597	7.911.420
7	Amplas	Taiyo	320	5.515.040	5.877.447	6.263.669	6.675.270	7.113.918
8	Amplas	Taiyo	400	6.540.600	6.970.399	7.428.441	7.916.583	8.436.801
9	Handle Pintu	TOP	Kecil	49.948.800	53.231.060	56.729.004	60.456.808	64.429.575
10	Kayu Kaso		4cmx6cm	20.306.860	21.641.274	23.063.376	24.578.928	26.194.070
11	Papan Cor			10.321.280	10.999.517	11.722.322	12.492.625	13.313.547
12	Bak Cat	Supra		7.812.200	8.325.559	8.872.652	9.455.696	10.077.053
13	Hebel	Awan	Ketebalan 10cm	569.665.200	607.099.313	646.993.315	689.508.850	734.818.186
14	Hebel	Awan	Ketebalan 7,5cm	406.064.800	432.748.325	461.185.291	491.490.920	523.788.007
15	Karpet Talang Merah		Tinggi 55cm	6.469.600	6.894.733	7.347.803	7.830.646	8.345.217
16	Karpet Talang Merah		Tinggi 90cm	6.834.802	7.283.934	7.762.579	8.272.677	8.816.296
17	Karpet Talang Merah		Tinggi 110cm	10.426.000	11.111.118	11.841.257	12.619.376	13.448.626
18	Kran	Pluto		14.174.920	15.106.389	16.099.067	17.156.977	18.284.405
19	Kran Angsa	Pluto		39.970.800	42.597.380	45.396.560	48.379.680	51.558.829
20	Roll cat	Super roll		18.190.740	19.386.099	20.660.007	22.017.628	23.464.460
21	Cat Minyak	Junior	1Kg	57.822.700	61.622.373	65.671.732	69.987.184	74.586.216
22	Cat Minyak	Seiv	1Kg	55.901.280	59.574.692	63.489.492	67.661.544	72.107.752
23	Cat Semprot	Nippon Basic	1 Kaleng	16.314.000	17.386.033	18.528.513	19.746.067	21.043.630
24	Cat Tembok	Vinilex	5Kg	98.111.350	104.558.490	111.429.288	118.751.583	126.555.044
25	Cat Tembok	Vinilex	25Kg	510.898.050	544.470.428	580.248.930	618.378.526	659.013.713
26	Cat Tembok	Nippon Qluc	5Kg	56.060.100	59.743.948	63.669.871	67.853.776	72.312.616
27	Cat Tembok	Nippon Qluc	20Kg	309.823.500	330.182.771	351.879.899	375.002.800	399.645.164
28	Gergaji Besi	Sandflex		11.192.900	11.928.413	12.712.259	13.547.613	14.437.860
29	Sambungan Pipa	Rucika	1/2"	4.903.360	5.225.572	5.568.957	5.934.907	6.324.905
30	Ember Semen		Kecil	3.194.580	3.404.504	3.628.222	3.866.642	4.120.728
31	Ember Semen		Besar	4.761.600	5.074.497	5.407.954	5.763.324	6.142.074
32	Gembok	ATS	30mm panjang	26.836.390	28.599.876	30.479.245	32.482.111	34.616.591
33	Kuas	Supra	1 1/2"	6.219.225	6.627.906	7.063.442	7.527.598	8.022.255
34	Kuas	Supra	2"	5.179.050	5.519.378	5.882.070	6.268.596	6.680.521
35	Sok drat dalam	Rucika	1/2"	2.772.800	2.955.008	3.149.188	3.356.129	3.576.669
36	Lem	Aica-Aibon	70g	11.711.550	12.481.145	13.301.312	14.175.374	15.106.873
37	Lem	Aica-Aibon	300g	29.020.000	30.926.976	32.959.264	35.125.099	37.433.257
38	Lem	Aica-Aibon	700g	48.923.250	52.138.118	55.564.243	59.215.507	63.106.705
39	Lem	Fox Putih	350g	7.000.760	7.460.797	7.951.065	8.473.549	9.030.367
40	Lem	Fox Putih	500g	10.207.400	10.878.154	11.592.984	12.354.788	13.166.651
41	Lem pipa odol	Isarplas	45g	4.357.300	4.643.629	4.948.773	5.273.970	5.620.535
42	Lem pipa odol	Isarplas	400g	39.094.250	41.663.230	44.401.024	47.318.726	50.428.157
43	Mortar	Grand Bond	40Kg	68.443.700	72.941.305	77.734.459	82.842.583	88.286.375
44	Obeng		Plus	6.616.200	7.050.967	7.514.303	8.008.087	8.534.318
45	Obeng		Min	5.486.640	5.847.181	6.231.413	6.640.895	7.077.285
46	Pelapis anti bocor	Aquaproof	1Kg	39.118.750	41.689.340	44.428.850	47.348.380	50.459.759
47	Pelapis anti bocor	Aquaproof	4Kg	199.734.720	212.859.784	226.847.328	241.754.029	257.640.285
48	Pelapis anti bocor	No-Drop	1Kg	48.174.240	51.339.889	54.713.560	58.308.924	62.140.548
49	Pelapis anti bocor	No-Drop	4Kg	170.271.900	181.460.889	193.385.134	206.092.951	219.635.829
50	Sealtape	Onda		3.464.680	3.692.353	3.934.986	4.193.564	4.469.134
51	Semen	Dynamix	50Kg	519.719.996	553.872.086	590.268.394	629.056.394	670.393.250
52	Semen	Padang	50Kg	227.344.400	242.283.764	258.204.831	275.172.111	293.254.353
53	Semen	Gresik	50Kg	174.721.680	186.203.075	198.438.941	211.478.856	225.375.656
54	Casting	Star	20 Kg	297.014.820	316.532.400	337.332.529	359.499.487	383.123.089
55	Pipa	Rucika	1/2"	14.908.850	15.888.548	16.932.623	18.045.308	19.231.110
56	Keramik Polos	Asia Tiles	30 x 30	48.879.000	52.090.960	55.513.986	59.161.948	63.049.627
57	Thinner	Impala	1 Kaleng	36.382.080	38.772.837	41.320.696	44.035.981	46.929.695
58	Thinner	Cobra	1 Kaleng	34.966.330	37.264.054	39.712.768	42.322.392	45.103.501
59	Triplek		3mm	45.705.600	48.709.028	51.909.819	55.320.942	58.956.219
60	Triplek		4mm	52.714.060	56.178.032	59.869.629	63.803.811	67.996.518
Total				4.528.377.783	4.825.948.717	5.143.073.776	5.481.037.909	5.841.210.503

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023



C. Target Pasar Yang Dituju

Segmentasi pasar menurut Yuswono (2023:101) merupakan instrumen penting bagi perusahaan dalam menentukan target pasar untuk suatu produk atau jasa, merancang bauran pemasaran yang relevan dan menjadi kunci kesuksesan dalam strategi pemasaran. Dengan melakukan analisis segmentasi pasar, perusahaan dapat mengidentifikasi target pasar yang lebih spesifik, dimana kemudian dapat membantu dalam merancang strategi guna memenuhi kebutuhan pasar. Toko Bangunan Makmur Abadi mengidentifikasi berbagai metode untuk membagi pasar menjadi segmen yang lebih kecil dengan kesamaan dalam keinginan dan kebutuhan. Berikut merupakan tahap segmentasi pasar dari Toko Bangunan Makmur Abadi :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mencakup pembagian pasar berdasarkan aspek – aspek seperti negara, wilayah, kota, kabupaten atau bahkan lingkungan sekitar tempat usaha. Perusahaan dapat memilih untuk beroperasi di satu atau beberapa area geografis, namun dengan memperhatikan perbedaan – perbedaan geografis dalam kebutuhan dan preferensi pelanggan. Toko Bangunan Makmur Abadi beroperasi di Jl. Pahlawan Revolusi No.19, RT 03 / RW 08, Kota Jakarta Timur dikarenakan posisinya strategis, berada di daerah dengan banyak proyek pembangunan termasuk perumahan dan juga karena merupakan lokasi padat penduduk. Selain itu, Toko Bangunan Makmur Abadi juga aktif secara daring melalui platform seperti Tokopedia dan Shopee agar dapat melayani konsumen dengan lebih luas.

Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis melibatkan pembagian konsumen berdasarkan variabel umur, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan dan lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Segmentasi demografis dari Toko Bangunan Makmur Abadi yaitu masyarakat yang memiliki usia produktif (15-64 tahun) yang meliputi baik pria ataupun wanita yang beragam dalam jenis pekerjaan, termasuk siswa, pengusaha ataupun profesi lainnya. Dari sisi target berdasarkan komposisi keluarga, Toko Bangunan Makmur Abadi mencakup seluruh status sosial mulai dari individu lajang atau belum menikah, pasangan muda tanpa anak, pasangan muda yang telah memiliki anak, orang dewasa yang belum menikah, orang dewasa yang telah menikah, hingga segmen lainnya. Selain itu, fokus target pasar Toko Bangunan Makmur Abadi sendiri adalah individu maupun pemborong yang sedang atau akan melakukan proyek pembangunan dan renovasi rumah.

Segmentasi Psikografis

Pembagian pasar berdasarkan psikografis melibatkan penentuan segmen konsumen yang didasarkan melalui perbedaan kelas sosial, gaya hidup serta karakteristik personal. Hal ini mencakup pemahaman mengenai nilai – nilai, sikap, minat dan perilaku individu yang memungkinkan perusahaan agar lebih memahami preferensi dan motivasi konsumen sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai. Toko Bangunan Makmur Abadi berfokus pada masyarakat yang menyukai desain rumah, ingin membangun maupun melakukan renovasi rumah dan konsumen yang menyukai hal praktis. Konsumen yang ditargetkan adalah konsumen dengan kelas sosial menengah kebawah, menengah maupun menengah ke atas karena semua kalangan dapat membeli produk yang ditawarkan.

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

1. Diferensiasi

Menurut Fatma et al., (2023:30) menyatakan diferensiasi merupakan tindakan yang dilakukan suatu perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaing sejenis di dalam pasar. Diferensiasi yang dimaksud mencakup seluruh upaya yang dilakukan perusahaan guna menciptakan perbedaan antara pesaing dengan tujuan memberikan nilai dan kepuasan yang terbaik untuk konsumen. Toko Bangunan Makmur Abadi memiliki strategi diferensiasi yaitu menyediakan produk bahan bangunan yang bervariasi, lengkap, dan berkualitas serta menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing. Setiap produk yang dijual juga memiliki garansi sehingga apabila konsumen mendapatkan produk rusak, cacat ataupun kuantitas yang tidak sesuai, konsumen dapat mengajukan penggantian ke barang baru sesuai ketentuan yang berlaku. Toko Bangunan Makmur Abadi juga bekerja sama dengan Nippon Paint untuk menyediakan mesin *Color Creations*. Dengan adanya mesin ini, konsumen bisa mendapatkan warna cat yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka baik dari segi warna maupun tekstur cat. Selain memenuhi kebutuhan konsumen, mesin *Color Creations* ini dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih *personal* karena cat yang dihasilkan disesuaikan dengan referensi dari konsumen itu sendiri.

2. Positioning

Positioning adalah proses merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat memberikan kesan tertentu di ingatan konsumen, (Sari,2023:32). Toko Bangunan Makmur Abadi memiliki positioning sebagai usaha penyedia bahan bangunan yang menawarkan produk bervariasi, berkualitas dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing. Selain itu Toko Bangunan Makmur

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

Abadi juga menyediakan layanan konsultasi terkait produk dan bahan bangunan secara *online* maupun *offline*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Penetapan Harga

Penetapan harga menurut Kotler & Armstrong (2018:310) adalah harga yang dibebankan kepada konsumen untuk suatu produk ataupun jasa. Harga mencakup total nilai yang diperoleh konsumen sebagai imbalan dari penggunaan barang atau jasa tersebut. Selain menjadi elemen utama dalam menciptakan nilai pelanggan, harga juga memiliki peran dalam mencapai keuntungan suatu perusahaan, karena harga menjadi kunci dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan yang erat antara pelaku usaha dan pelanggan. Berikut beberapa strategi untuk menetapkan harga atas produk dan jasa, yaitu:

a. *Customer Value – Based Pricing*

Menetapkan harga berdasarkan nilai pembeli sebagai kunci dalam menentukan harga dimana artinya penjual tidak dapat merancang produk dan program pemasarannya lalu menetapkan harga jualnya karena harus dipertimbangkan juga bersama dengan bauran pemasaran lainnya sebelum program pemasaran ditetapkan. Terdapat dua jenis cara penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu:

1) *Good – Value Pricing*

Strategi ini menawarkan kombinasi antara mutu dan layanan yang baik pada harga yang wajar.

2) *Value – Added Pricing*

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.



Pada strategi ini, perusahaan akan membedakan usahanya dengan menambahkan mutu, layanan, dan fitur nilai tambah pada produk yang ditawarkan sehingga mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

b. Cost – Based Pricing

Dalam strategi ini, harga yang ditetapkan mencakup biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk termasuk juga biaya pengembalian untuk upaya dan resiko. Penetapan harga berdasarkan biaya dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Cost – Plus Pricing

Dalam strategi ini, penetapan harga dilakukan dengan menaikkan harga produk melalui penambahan tingkat keuntungan yang diinginkan.

2) Break – Even Analysis and Target Profit Pricing

Perusahaan berupaya menetapkan harga pada tingkat dimana mencapai titik impas atau mencapai target pengembalian yang diinginkan.

c. Competition – Based Pricing

Penetapan harga dalam strategi merujuk pada keputusan harga yang dipengaruhi oleh strategi harga yang ditetapkan oleh pesaing untuk produk atau jasa yang serupa. Meskipun tidak selalu diikuti secara langsung, pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk menggunakan harga pesaing sebagai titik referensi dalam menetapkan harga produk atau jasanya.

Dengan merujuk pada beberapa strategi penetapan harga yang telah diuraikan, Toko Bangunan Makmur Abadi memutuskan untuk mengadopsi strategi *Competition-Based Pricing* dengan membandingkan harga yang

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.



dipasarkan oleh 2 kompetitor yang dipilih yaitu Depo Bangunan dan Tb. Tunas Jaya yang dapat dilihat pada lampiran 12 dan lampiran 13. Strategi ini dipilih guna memungkinkan Toko Bangunan Makmur Abadi bersaing dan mencapai posisi yang sebanding dengan pesaing sejenis. Dengan menerapkan strategi ini, Toko Bangunan Makmur Abadi bertujuan untuk menetapkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing sambil tetap menjaga mutu dan memberikan pelayanan yang unggul kepada konsumen.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kia 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.

4. Saluran Distribusi (*Distribution Channel*)

Toko Bangunan Makmur Abadi menggunakan strategi distribusi tidak langsung (*indirect channel*) yaitu saluran satu tingkat atau *One Level Channel* karena Toko Bangunan Makmur Abadi berperan sebagai pengecer yang membeli produk dari produsen dan kemudian memasarkannya kepada konsumen akhir

Gambar 4.9

Saluran Distribusi Toko Bangunan Makmur Abadi (*One Level Channel*)



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023.

a. Orang (*People*)

Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran penting dalam operasi perusahaan. Karyawan adalah ujung tombak dalam interaksi dengan



konsumen, mulai dari memberikan pelayanan, menangani pertanyaan dan pesanan hingga menangani komplain konsumen. Oleh karena itu, Toko Bangunan Makmur Abadi sangat memperhatikan sikap dan perilaku karyawan dimana mereka juga merupakan representasi dari perusahaan.

b. Proses (*Process*)

Proses sendiri mencakup seluruh tahapan pelayanan kepada konsumen mulai dari konsumen melakukan pemesanan hingga saat mereka menerima produk atau barang yang mereka inginkan. Toko Bangunan Makmur Abadi akan menggunakan *e-commerce* untuk pembelian produk secara *online* dimana konsumen dapat memberikan *review* terkait produk yang dibeli dan diterima. Untuk toko fisik, konsumen dapat langsung datang ke toko atau mengirim pesan apabila terdapat keluhan. Dengan begitu, Toko Bangunan Makmur Abadi dapat melakukan evaluasi untuk meningkatkan produk ataupun layanan.

c. Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Penampilan fisik tempat usaha adalah cerminan dari identitas perusahaan, desain interior dan eksterior yang direncanakan secara matang memiliki dampak besar pada suasana hati konsumen. Toko Bangunan Makmur Abadi sangat memperhatikan aspek ini dan menyediakan fasilitas konsultasi untuk konsumen yang datang. Toko Bangunan memiliki produk yang sangat beragam serta haruslah di tata dengan rapih sehingga dapat terlihat jelas apa yang ditawarkan oleh Toko Bangunan Makmur Abadi. Selain rapih, toko bangunan juga harus sering dibersihkan sehingga tidak



banyak debu dan sisa pasir. Terdapat juga tempat parkir sehingga konsumen yang datang menggunakan kendaraan pribadi tidak menghalangi jalan utama dan menyebabkan kemacetan dimana hal ini dilihat oleh pesaing Toko Bangunan Makmur Abadi yang tidak memiliki parkir yang memadai sehingga dapat menjadi peluang untuk Toko Bangunan Makmur Abadi.



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

Hak Cipta Didukung Undang-Undang

F. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan rencana yang dibuat oleh perusahaan untuk mempromosikan produk, layanan ataupun merek kepada target pasar dimana tujuan adanya strategi promosi ini adalah meningkatkan *brand awareness*, memotivasi pembelian dan lainnya. Strategi promosi melibatkan penggunaan berbagai alat pemasaran dan komunikasi, seperti periklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan pemasaran langsung. Berikut penerapan strategi promosi Toko Bangunan Makmur Abadi :

1. Advertising

Menurut Syahbudi et al.,(2022:56), *Advertising* merupakan penyajian konten secara persuasif kepada publik melalui media massa dengan tujuan mempromosikan barang atau jasa yang dihasilkan, Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023, (Admin, 2023). Oleh karena itu, Toko Bangunan Makmur Abadi memanfaatkan pemasaran melalui media sosial dan *e-commerce* guna memaksimalkan keuntungan. Media sosial yang digunakan Toko Bangunan Makmur Abadi adalah Instagram dan Tiktok untuk pengunggahan konten *behind the scene* (bts) dalam proses *packaging* produk *online*, edukasi produk yang dijual serta menyediakan *link* yang

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.



dapat mengarahkan konsumen ke *e-commerce* melalui bio Instagram dan Tiktok.

Selain itu untuk Toko Bangunan Makmur Abadi juga menggunakan *e-commerce* yaitu Tokopedia dan melakukan promosi *TopAds* atau *ads on top*.

Tabel 4.5

Anggaran *Advertising* Toko Bangunan Makmur Abadi per tahun

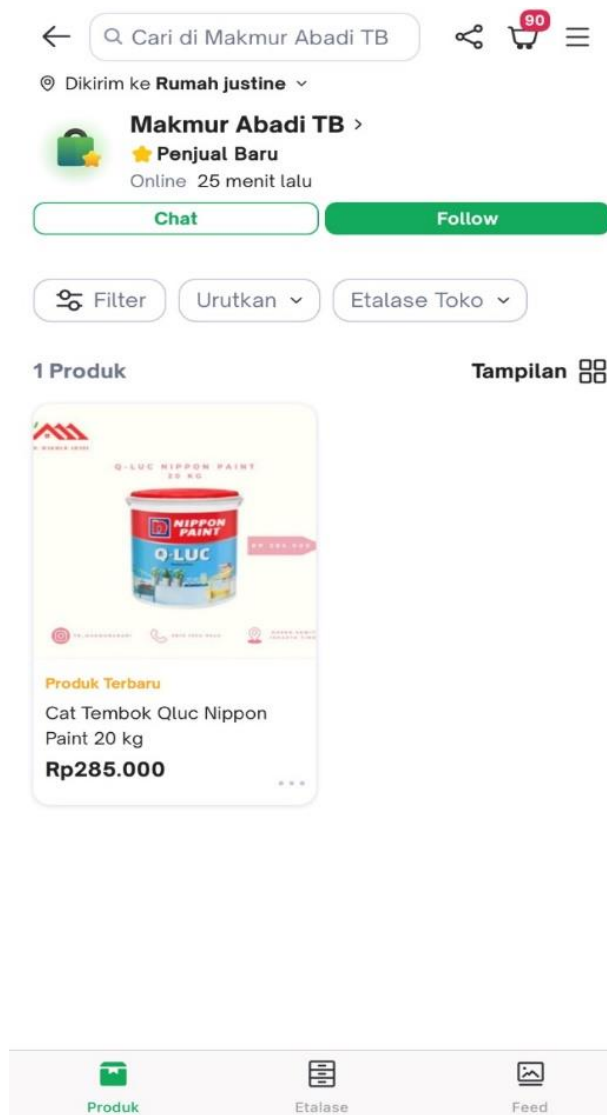
Program	Jumlah	Harga	Total
Advertising			
<i>TopAds</i>	48	Rp 100.000	Rp 4.800.000
Spanduk	1	Rp 115.000	Rp 115.000
Total			Rp 4.915.000

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, disimpulkan bahwa terdapat biaya yang perlu dikeluarkan Toko Bangunan Makmur Abadi untuk pengembangan merek agar Toko Bangunan Makmur Abadi lebih dikenal dan dapat memaksimalkan keuntungan. Toko Bangunan Makmur Abadi akan menggunakan Tokopedia dan melakukan promosi *TopAds* atau *ads on top* dimana cara kerjanya adalah dengan mendorong naik produk yang dijual di *e-commerce* sehingga ketika masyarakat mencari produk bahan bangunan, Toko Bangunan Makmur Abadi berada pada bagian atas halaman sehingga lebih terlihat dan menarik perhatian pengguna *e-commerce*. Selain itu Toko Bangunan Makmur Abadi juga membutuhkan spanduk untuk *grand opening* agar dapat menarik perhatian masyarakat. Tarif yang dikeluarkan untuk mendorong produk di Tokopedia dalam 48 dorongan memerlukan tarif sebesar Rp4.800.000 dan untuk tarif spanduk yaitu sebesar Rp115.000.



Gambar 4.10
Akun Tokopedia Toko Bangunan Makmur Abadi



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

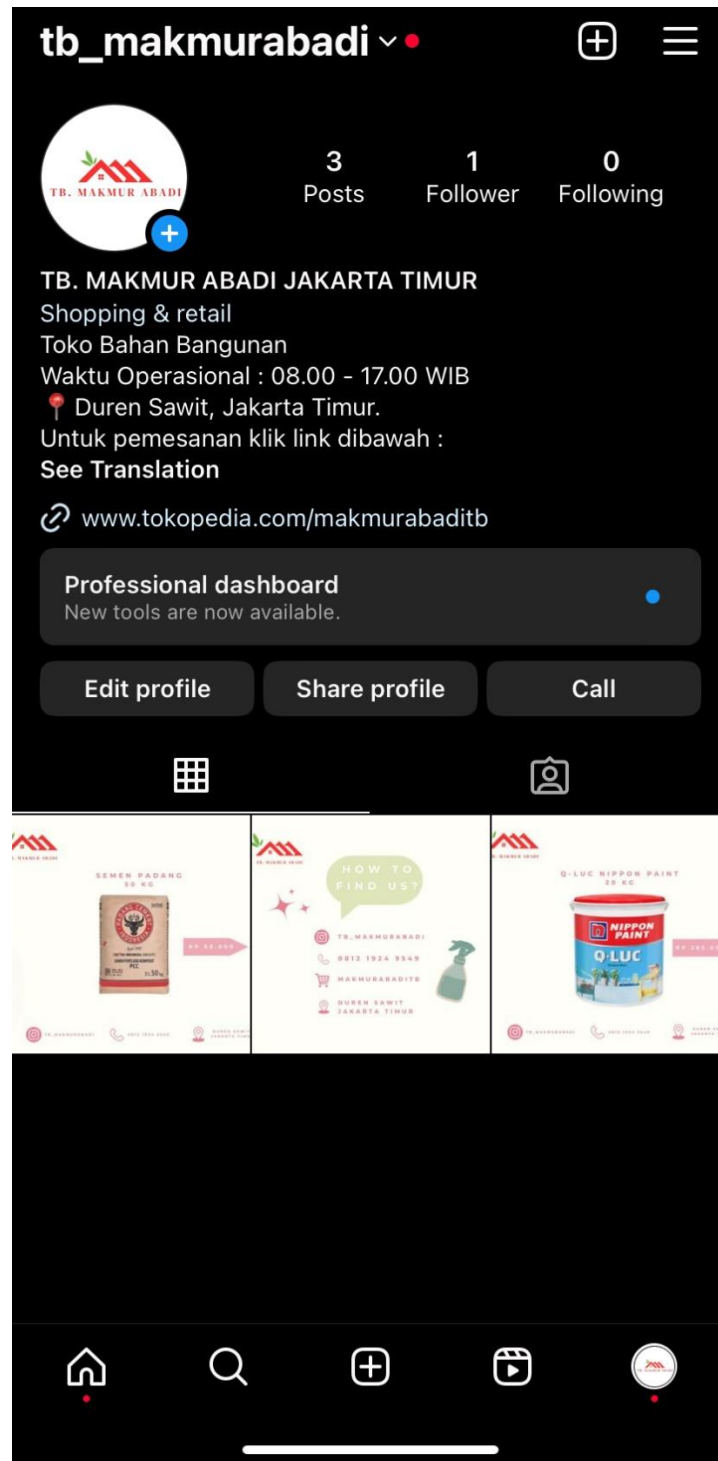
(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 4.11
Akun Instagram Toko Bangunan Makmur Abadi



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

(C) 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Sales Promotion

Sales Promotion merupakan program penjualan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dengan cara menawarkan produk atau jasa. Dalam menjalankan usahanya, Toko Bangunan Makmur Abadi meningkatkan daya tarik konsumen dengan menerapkan program pemberian hadiah berupa produk yang dijual saat hari raya dan ulang tahun Toko Bangunan Makmur Abadi.

Tabel 4.6

Anggaran *Sales Promotion* Per Tahun Toko Bangunan Makmur Abadi

Program	Jumlah	Harga	Total
Sales Promotion			
Hadiah Idul Fitri	120	Rp 15.000	Rp 1.800.000
Hadiah Kemerdekaan	50	Rp 28.000	Rp 1.400.000
Hadiah Tahun Baru	50	Rp 32.000	Rp 1.600.000
<i>Anniversary</i>	1	Rp 2.850.000	Rp 2.850.000
Total			Rp 7.650.000

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

Tabel 4.7

Anggaran *Grand Opening* Awal Tahun Toko Bangunan Makmur Abadi

Program	Jumlah	Biaya	Total
Hadiah Grand Opening	1	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

3. Personal Selling

Personal selling merupakan strategi pemasaran dengan menawarkan produk / jasa yang dihasilkan agar konsumen tertarik sehingga dapat meningkatkan penjualan. Penawaran yang dilakukan juga dapat menjaga hubungan baik dengan konsumen dimana *personal selling* ini biasanya dilaksanakan oleh *helper* maupun manager.



4. *Direct Markerting*

- (C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)** Hubungan secara langsung yang dijalin dengan kosnumen dapat memberikan efek yang baik pada hubungan jangka panjang dengan konsumen yang dapat dilakukan melalui media seperti *email* dan Whatsapp.

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.