



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Produk yang dihasilkan

“*Netra Sportswear*” merupakan bisnis *clothing line* yang berfokus pada pakaian olahraga yang menghasilkan produk yaitu *set* baju dan celana olahraga. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang telah melewati beberapa tahapan pengecekan dan diuji serta menghadirkan desain & warna produk yang *stylish* dan *trendy*. Bahan utama dari baju dan celana olahraga menggunakan campuran dari *polyester*, *spandex* dan *nilon* sehingga menciptakan bahan *dryfit*. Bahan tersebut sangat digemari oleh masyarakat karena mudah menyerap keringat dan cepat kering selain itu bahan tersebut sangat nyaman saat dikenakan. Berikut merupakan penjelasan mengenai produk yang ditawarkan “*Netra Sportswear*”:

##### 1. Baju Olahraga “*Netra-01*”

Bahan utama dari “*Netra-01*” adalah *dryfit*. Bahan ini sangat cocok untuk pembuatan baju olahraga dikarenakan mempunyai kualitas yang kuat yang terlihat dari tekstur rajutan yang rapi dan memiliki ketahanan dalam jangka waktu yang lama. Kegunaan bahan ini dapat menyerap keringat dengan baik dan cepat menguap sehingga saat nyaman pada saat dikenakan. Selain itu, dengan kualitas yang telah ditetapkan oleh “*Netra Sportswear*” ditambah dengan perpaduan desain & warna dari *owner* bisnis dapat membuat tampilan dari baju olahraga lebih *stylish* dan *trendy*.

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. 1**  
**Baju Olahraga “Netra-01”**



Sumber : *Google.com*

© 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.

2. Celana Olahraga “Netra-02”

Bahan utama dari pembuatan “Netra-02” adalah *dryfit* sebagai luaran celana dan *spandex* sebagai dalaman celana. Konsep dari celana olahraga dari “Netra Sportswear” terbuat dari dua celana dengan bahan *dryfit* dan *spandex* yang disatukan sehingga menciptakan “Netra-02”. Dalaman celana dengan berbahan *spandex* dibuat seperti *legging* yang memiliki elastisitas dan lentur pada saat digunakan. Selain itu, dengan kualitas yang telah ditetapkan oleh “Netra Sportswear” ditambah dengan perpaduan desain & warna dari *owner* bisnis dapat membuat tampilan dari celana olahraga lebih *stylish* dan *trendy*.



**Gambar 4. 2**  
**Celana Olahraga “Netra-02”**



Sumber: *Google.com*

Berikut daftar harga produk dari “*Netra Sportswear*”:

**Tabel 4. 1**  
**Daftar Harga “*Netra Sportswear*”**

<b>Daftar Harga “<i>Netra Sportswear</i>”</b>		
No	Jenis Produk	Harga Produk / Pcs
1	Baju Olahraga "Netra-01"	Rp 120,000
2	Celana Olahraga "Netra-02"	Rp 170,000

Sumber : “*Netra Sportswear*” 2024

Dari daftar harga yang telah disajikan oleh “*Netra Sportswear*” mengenai pakaian olahraga, jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk milik “*Netra Sportswear*” berkisar Rp 120.000 - Rp 170.000.

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

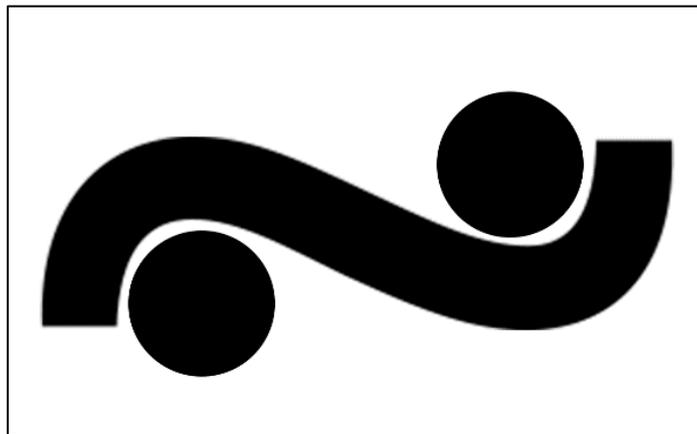
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Untuk dapat mengenali “*Netra Sportswear*” diperlukan adanya identitas seperti logo yang tunjukan kepada konsumen supaya dapat membedakan diri dengan pesaing lainnya. Berikut logo “*Netra Sportswear*”:

**Gambar 4. 3**  
**Logo “*Netra Sportswear*”**



Sumber : “*Netra Sportswear*” 2024

Desain logo “*Netra Sportswear*” terinspirasi dari simbol *infinity* yang mempunyai arti bahwa tak terhingga maupun tak terbatas. Hal ini diterapkan oleh pemilik bisnis yang selalu akan berinovasi dan menciptakan produk yang berkualitas dengan perpaduan desain-desain yang modern. Pemilihan warna pada logo yaitu warna hitam untuk memudahkan mengaplikasikan logo tersebut pada produk pakaian olahraga “*Netra Sportswear*”.

**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.



## B. Gambaran Pasar

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambaran pasar merupakan proyeksi data yang dilakukan selama 5 tahun ke depan dengan menyajikan tingkat penjualan produk maupun jasa. Proyeksi data yang disajikan berkemungkinan mengalami kenaikan penjualan ataupun penurunan penjualan pada waktu tertentu.

Proyeksi data penjualan “*Netra Sportswear*” yang disajikan menggunakan referensi dari data penjualan pesaing dengan produk yang hampir sama. Penjualan baju olahraga dan celana olahraga dari kedua pesaing “*Terrel Sportswear*” dan “*Tiento*” memperoleh rata-rata penjualan sekitar 300 unit dan 180 unit dalam sebulan. “*Netra Sportswear*” mengasumsikan bahwa proyeksi data penjualan pada tahun pertama dapat mencapai kurang lebih dari setengah penjualan rata-rata pesaing. Berikut penjelasan mengenai rincian asumsi dari data proyeksi penjualan “*Netra Sportswear*” sebagai berikut:

1. Kenaikan harga produk sebesar 5%/tahun akibat dari adanya inflasi dan perubahan harga yang fluktuatif pada harga bahan baku.
2. Pada tahun pertama mengalami pertumbuhan penjualan sebesar 5% untuk baju olahraga “*Netra-01*” dan 3% untuk celana olahraga “*Netra-02*”
3. Pada tahun kedua mengalami pertumbuhan penjualan sebesar 8% untuk baju olahraga “*Netra-01*” dan 5% untuk celana olahraga “*Netra-02*”
4. Pada tahun ketiga mengalami pertumbuhan penjualan sebesar 12% untuk baju olahraga “*Netra-01*” dan 7% untuk celana olahraga “*Netra-02*”
5. Pada tahun keempat mengalami pertumbuhan penjualan sebesar 15% untuk baju olahraga “*Netra-01*” dan 10% untuk celana olahraga “*Netra-02*”
6. Pada tahun kelima akan mengalami pertumbuhan penjualan sebesar 20% untuk baju olahraga “*Netra-01*” dan 15% untuk celana olahraga.

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.



7. Pada hari besar perayaan imlek, idul fitri dan natal mengalami pertumbuhan penjualan sebesar 20% untuk baju olahraga “Netra-01” dan 8% untuk celana olahraga “Netra-02”.

Berdasarkan asumsi diatas, berikut Tabel proyeksi data penjualan dalam 5 tahun yang dimulai dari data tahun 2025:

**Tabel 4. 2**  
**Ramalan Penjualan “Netra Sportswear” Tahun 2025 (Dalam Unit)**

Bulan	Tahun 2025	
	Baju Olahraga "Netra-01"	Celana Olahraga "Netra-02"
Januari	276	108
Februari	90	50
Maret	180	97
April	80	40
Mei	70	35
Juni	135	70
Juli	70	40
Agustus	160	90
September	90	70
Oktober	80	40
November	60	40
Desember	300	130
<b>Total</b>	<b>1591</b>	<b>810</b>

Sumber : “Netra Sportswear” 2024

© 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.

Tabel 4.3

Ramalan Penjualan “Netra Sportswear” Tahun 2026-2027 (Dalam Unit)

Bulan	Tahun 2026		Tahun 2027	
	Baju Olahraga "Netra-01"	Celana Olahraga "Netra-02"	Baju Olahraga "Netra-01"	Celana Olahraga "Netra-02"
Januari	290	111	313	117
Februari	113	56	144	63
Maret	225	108	288	122
April	84	41	91	43
Mei	74	36	79	38
Juni	142	72	153	76
Juli	74	41	79	43
Agustus	168	93	181	97
September	95	72	102	76
Oktober	84	41	91	43
November	63	41	68	43
Desember	188	78	240	88
<b>Total</b>	<b>1597</b>	<b>790</b>	<b>1830</b>	<b>849</b>

Sumber : “Netra Sportswear” 2024

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis

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. 4

Ramalan Penjualan “Netra Sportswear” Tahun 2028-2029 (Dalam Unit)

Bulan	Tahun 2028		Tahun 2029	
	Baju Olahraga "Netra-01"	Celana Olahraga "Netra-02"	Baju Olahraga "Netra-01"	Celana Olahraga "Netra-02"
Januari	413	134	475	148
Februari	190	72	257	85
Maret	323	130	371	143
April	102	46	117	51
Mei	89	41	102	45
Juni	171	81	197	89
Juli	89	46	102	51
Agustus	203	104	234	115
September	114	81	131	89
Oktober	102	46	117	51
November	76	46	88	51
Desember	317	101	428	119
<b>Total</b>	<b>2189</b>	<b>930</b>	<b>2618</b>	<b>1036</b>

Sumber : “Netra Sportswear” 2024

Berdasarkan Tabel 4.2, 4.3 dan 4.4, Angka berwarna merah artinya mengalami kenaikan penjualan dikarenakan hari perayaan imlek, lebaran dan natal. Pada bulan januari, febuari, maret dan desember masing-masing mengalami pertumbuhan penjualan sebesar 15% untuk baju olahraga dan 3% untuk celana olahraga. Pemilihan angka tersebut dikarenakan baju olahraga dari “Netra Sportswear” masih bisa digunakan untuk kegiatan selain olahraga karena dengan desain yang kekinian dapat disukai oleh masyarakat.



Tabel 4. 5

Anggaran Penjualan “Netra Sportswear” Tahun 2025 (Dalam Rupiah)

Bulan	Anggaran Penjualan dalam rupiah Tahun 2025					
	Baju Olahraga "Netra-01"			Celana Olahraga "Netra-02"		
	Unit	Harga	Sales Revenue	Unit	Harga	Sales Revenue
Januari	276	Rp 120,000	Rp 33,120,000	108	Rp 170,000	Rp 18,360,000
Februari	90	Rp 120,000	Rp 10,800,000	50	Rp 170,000	Rp 8,500,000
Maret	180	Rp 120,000	Rp 21,600,000	97.2	Rp 170,000	Rp 16,524,000
April	80	Rp 120,000	Rp 9,600,000	40	Rp 170,000	Rp 6,800,000
Mei	70	Rp 120,000	Rp 8,400,000	35	Rp 170,000	Rp 5,950,000
Juni	135	Rp 120,000	Rp 16,200,000	70	Rp 170,000	Rp 11,900,000
Juli	70	Rp 120,000	Rp 8,400,000	40	Rp 170,000	Rp 6,800,000
Agustus	160	Rp 120,000	Rp 19,200,000	90	Rp 170,000	Rp 15,300,000
September	90	Rp 120,000	Rp 10,800,000	70	Rp 170,000	Rp 11,900,000
Oktober	80	Rp 120,000	Rp 9,600,000	40	Rp 170,000	Rp 6,800,000
November	60	Rp 120,000	Rp 7,200,000	40	Rp 170,000	Rp 6,800,000
Desember	300	Rp 120,000	Rp 36,000,000	129.6	Rp 170,000	Rp 22,032,000
<b>Total</b>	<b>1591</b>		<b>Rp 190,920,000</b>	<b>810</b>		<b>Rp 137,666,000</b>

Sumber : “Netra Sportswear” 2024

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 “Netra Sportswear” Tahun 2026-2027 (Dalam Rupiah)

Bulan	Anggaran Penjualan dalam rupiah Tahun 2026						Anggaran Penjualan dalam rupiah Tahun 2027					
	Baju Olahraga "Netra-01"			Celana Olahraga "Netra-02"			Baju Olahraga "Netra-01"			Celana Olahraga "Netra-02"		
	Unit	Harga	Sales Revenue	Unit	Harga	Sales Revenue	Unit	Harga	Sales Revenue	Unit	Harga	Sales Revenue
Januari	252	Rp 126,000	Rp 31,752,000	89	Rp 178,500	Rp 15,885,072	272	Rp 132,300	Rp 36,006,768	93	Rp 187,425	Rp 17,513,292
Februari	88	Rp 126,000	Rp 11,025,000	39	Rp 178,500	Rp 6,934,725	112	Rp 132,300	Rp 14,817,600	44	Rp 187,425	Rp 8,228,051
Maret	195	Rp 126,000	Rp 24,570,000	84	Rp 178,500	Rp 14,979,006	250	Rp 132,300	Rp 33,022,080	95	Rp 187,425	Rp 17,772,591
April	68	Rp 126,000	Rp 8,599,500	31	Rp 178,500	Rp 5,515,650	74	Rp 132,300	Rp 9,751,833	32	Rp 187,425	Rp 6,081,004
Mei	58	Rp 126,000	Rp 7,276,500	26	Rp 178,500	Rp 4,596,375	62	Rp 132,300	Rp 8,251,551	27	Rp 187,425	Rp 5,067,503
Juni	126	Rp 126,000	Rp 15,876,000	62	Rp 178,500	Rp 11,031,300	136	Rp 132,300	Rp 18,003,384	65	Rp 187,425	Rp 12,162,008
Juli	68	Rp 126,000	Rp 8,599,500	36	Rp 178,500	Rp 6,434,925	74	Rp 132,300	Rp 9,751,833	38	Rp 187,425	Rp 7,094,505
Agustus	158	Rp 126,000	Rp 19,845,000	93	Rp 178,500	Rp 16,546,950	170	Rp 132,300	Rp 22,504,230	97	Rp 187,425	Rp 18,243,012
September	100	Rp 126,000	Rp 12,568,500	67	Rp 178,500	Rp 11,950,575	108	Rp 132,300	Rp 14,252,679	70	Rp 187,425	Rp 13,175,509
Oktober	84	Rp 126,000	Rp 10,584,000	41	Rp 178,500	Rp 7,354,200	91	Rp 132,300	Rp 12,002,256	43	Rp 187,425	Rp 8,108,006
November	58	Rp 126,000	Rp 7,276,500	31	Rp 178,500	Rp 5,515,650	62	Rp 132,300	Rp 8,251,551	32	Rp 187,425	Rp 6,081,004
Desember	188	Rp 126,000	Rp 23,625,000	78	Rp 178,500	Rp 13,869,450	240	Rp 132,300	Rp 31,752,000	88	Rp 187,425	Rp 16,456,102
<b>Total</b>	<b>1441</b>		<b>Rp 181,597,500</b>	<b>676</b>		<b>Rp 120,613,878</b>	<b>1651</b>		<b>Rp 218,367,765</b>	<b>726</b>		<b>Rp 135,982,588</b>

Sumber : “Netra Sportswear” 2024



1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak isi tulisan 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. 7**

**Anggaran Penjualan “Netra Sportswear” Tahun 2028-2029 (Dalam Rupiah)**

Bulan	Anggaran Penjualan dalam rupiah Tahun 2028						Anggaran Penjualan dalam rupiah Tahun 2029					
	Baju Olahraga "Netra-01"			Celana Olahraga "Netra-02"			Baju Olahraga "Netra-01"			Celana Olahraga "Netra-02"		
	Unit	Harga	Sales Revenue	Unit	Harga	Sales Revenue	Unit	Harga	Sales Revenue	Unit	Harga	Sales Revenue
Januari	413	Rp 138,915	Rp 57,391,188	134	Rp 196,796	Rp 26,434,125	475	Rp 145,861	Rp 69,299,859	148	Rp 206,636	Rp 30,531,414
Februari	190	Rp 138,915	Rp 26,404,963	72	Rp 196,796	Rp 14,193,388	257	Rp 145,861	Rp 37,429,035	85	Rp 206,636	Rp 17,585,608
Maret	323	Rp 138,915	Rp 44,808,422	130	Rp 196,796	Rp 25,672,507	371	Rp 145,861	Rp 54,106,170	143	Rp 206,636	Rp 29,651,746
April	102	Rp 138,915	Rp 14,114,653	46	Rp 196,796	Rp 9,109,344	117	Rp 145,861	Rp 17,043,444	51	Rp 206,636	Rp 10,521,293
Mei	89	Rp 138,915	Rp 12,350,321	41	Rp 196,796	Rp 7,970,676	102	Rp 145,861	Rp 14,913,013	45	Rp 206,636	Rp 9,206,131
Juni	171	Rp 138,915	Rp 23,818,477	81	Rp 196,796	Rp 15,941,352	197	Rp 145,861	Rp 28,760,811	89	Rp 206,636	Rp 18,412,262
Juli	89	Rp 138,915	Rp 12,350,321	46	Rp 196,796	Rp 9,109,344	102	Rp 145,861	Rp 14,913,013	51	Rp 206,636	Rp 10,521,293
Agustus	203	Rp 138,915	Rp 28,229,306	104	Rp 196,796	Rp 20,496,024	234	Rp 145,861	Rp 34,086,887	115	Rp 206,636	Rp 23,672,908
September	114	Rp 138,915	Rp 15,878,985	81	Rp 196,796	Rp 15,941,352	131	Rp 145,861	Rp 19,173,874	89	Rp 206,636	Rp 18,412,262
Oktober	102	Rp 138,915	Rp 14,114,653	46	Rp 196,796	Rp 9,109,344	117	Rp 145,861	Rp 17,043,444	51	Rp 206,636	Rp 10,521,293
November	76	Rp 138,915	Rp 10,585,990	46	Rp 196,796	Rp 9,109,344	88	Rp 145,861	Rp 12,782,583	51	Rp 206,636	Rp 10,521,293
Desember	317	Rp 138,915	Rp 44,008,272	101	Rp 196,796	Rp 19,870,744	428	Rp 145,861	Rp 62,381,726	119	Rp 206,636	Rp 24,619,851
<b>Total</b>	<b>2189</b>		<b>Rp 304,055,552</b>	<b>930</b>		<b>Rp 182,957,546</b>	<b>2618</b>		<b>Rp 381,933,858</b>	<b>1036</b>		<b>Rp 214,177,353</b>

Sumber : “Netra Sportswear” 2024

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau seluruhnya atau sebagian tanpa izin IBIKKG.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.



### C. Target Pasar yang dituju

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Segmentasi pasar menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018 : 212), “Membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang memiliki kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku yang berbeda dan yang mungkin memerlukan pemasaran yang terpisah strategi atau bauran pemasaran”. Dengan begitu, perusahaan yang terlibat harus mengklasifikasikan pasar menjadi beberapa kelompok pelanggan yang berbeda satu sama lain dalam hal kebutuhan produk dan kebiasaan membeli. Segmentasi dibuat berdasarkan karakteristik demografis, geografis, psikografis dan perilaku konsumen. Berikut analisis segmentasi “*Netra Sportswear*”:

#### 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi berdasarkan geografis merupakan pengelompokan target pasar yang dibedakan terhadap wilayah yang dihuni. Segmentasi ini akan berpengaruh terhadap bisnis yang akan dijalankan dengan memerhatikan kondisi lokasi usaha. Usaha bisnis *clothing line* “*Netra Sportswear*” akan ditempatkan di wilayah Pontianak Utara sebagai tempat penyimpanan dan saluran distribusi kepada konsumen. Namun perlu diingat bahwa operasional dari “*Netra Sportswear*” sepenuhnya akan berjalan secara digital di *platform marketplace* dan *social media*. Alasan pemilihan tempat tersebut adalah pemilik “*Netra Sportswear*” telah memiliki gudang cukup besar milik bisnis keluarga yang bisa ditempatkan.

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. Segmentasi Demografis

Segmentasi berdasarkan demografis merupakan pengelompokan target pasar yang dibedakan terhadap jenis kelamin, usia dan pendapatan. Berdasarkan segmentasi di atas, pakaian olahraga “*Netra Sportswear*” tergolong *unisex* jadi bisa digunakan oleh laki-laki maupun perempuan dan umur yang ditargetkan berusia lebih dari 15 tahun ke atas. Dengan harga produk “*Netra Sportswear*” yang telah ditetapkan, berbagai kalangan dapat membeli dan menggunakan produk milik kami mulai dari kalangan menengah ke bawah sampai menengah ke atas.

## 3. Segmentasi Psikografis

Pengelompokan konsumen di pasar berdasarkan kepribadian, gaya hidup, dan kelas sosial dikenal sebagai segmentasi berdasarkan psikografis. “*Netra Sportswear*” memiliki produk berupa pakaian olahraga yang menargetkan pada konsumen yang memiliki pola gaya hidup yang aktif dan sehat maupun kepribadian yang gemar berolahraga dengan motivasi dan tujuan tertentu. Produk “*Netra Sportswear*” memiliki desain yang *stylish* dan *trendy* dengan mengikuti perkembangan zaman dapat meningkatkan kepercayaan diri dan lebih bergaya dalam soal berpenampilan.

## 4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi berdasarkan perilaku merupakan pengelompokan target pasar yang dibedakan terhadap sikap dan manfaat produk yang ditawarkan. Produk pakaian olahraga “*Netra Sportswear*” memiliki keunggulan dalam kualitas

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.



produk dan desain yang ditawarkan sangatlah *trendy* yang bisa memenuhi kebutuhan akan permintaan konsumen yang selalu ingin tampil bergaya di depan umum.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### D. Strategi Pemasaran

#### 1. Diferensiasi

Diferensiasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membedakan diri dengan pesaing dengan cara memperlihatkan nilai lebih maupun keunikan yang dapat dirasakan oleh konsumen dari perusahaan. Perbedaan antara “*Netra Sportswear*” dengan kedua pesaing yaitu “*Terrel Sportswear*” dan “*Tiento*” bisa dilihat dari kualitas produk hingga desain produk yang menjadi aspek kemenangan bagi bisnis pakaian olahraga “*Netra Sportswear*” sehingga dapat mengetahui dengan mudah oleh konsumen pada saat pemilihan produk. Terlebih lagi, segi kualitas produk “*Netra Sportswear*” yang tidak perlu diragukan karena memiliki beberapa tahapan pengecekan terhadap produk yang akan dipasarkan nantinya seperti *sampling product* untuk melakukan pengecekan untuk produksi massal hingga *quality control check* yang berguna untuk menseleksi produk yang didistribusikan kepada konsumen.

#### 2. Positioning

Positioning merupakan bagaimana penempatan bisnis *branding* dapat menjangkau konsumen dengan cara pemasaran produk maupun keunggulan dari produk yang bisa meningkatkan *brand awareness* dan menjadi *top of mind* terhadap masyarakat. Rancangan pakaian olahraga “*Netra Sportswear*” yang memiliki keunggulan dalam perihal kualitas produk dan desain produk dapat

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.



menjadikan pilihan bagi konsumen untuk dapat menggunakan produk ini. Selain itu, dengan harga yang ditawarkan masih terjangkau oleh target konsumen dari “*Netra Sportswear*” dapat menjadikan posisi bisnis ini menjadi pilihan yang cocok untuk mereka yang ingin tampil *stylish* dan *trendy* pada saat mengenakan pakaian olahraga ini.

**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 merupakan pertukaran antara sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk memenuhi suatu produk atau jasa yang akan didapatkan. Harga merupakan elemen penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan yang didapatkan oleh Perusahaan. Maka dari itu, penetapan harga dipengaruhi oleh banyak faktor dengan mempertimbangkan strategi maupun bauran pemasaran yang ingin digunakan nantinya. Strategi penetapan harga dari “*Netra Sportswear*” terhadap pakaian olahraga yaitu baju olahraga yang akan dibanderol sebesar Rp 120.000/ unit dan celana olahraga yang dibanderol sebesar Rp 170.000/ Unit. Harga yang dibanderol terbilang sangat terjangkau oleh kantong konsumen walaupun harga yang ditawarkan oleh pesaing lebih murah ketimbang dengan produk “*Netra Sportswear*”. Meskipun begitu, dengan adanya tambahan *value* dan keunikan pada produk “*Netra Sportswear*” dapat meningkatkan nilai jual.

4. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan *channel* yang dimiliki oleh perusahaan dalam pengantaran produk maupun layanan kepada konsumen. Jalur saluran distribusi terdapat dua jalur yaitu secara langsung dan secara tidak langsung. “*Netra Sportswear*” melakukan distribusi secara tidak langsung kepada 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dimana proses pembuatan pakaian olahraga dilakukan oleh *vendor clothing* sedangkan “*Netra Sportswear*” mendapatkan produk tersebut melalui *vendor clothing* yang nantinya akan dipasarkan kepada konsumen melalui *platform e-commerce* dan *social media*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

5. *People* (Orang)

*People* (Orang) merupakan tenaga kerja yang berhubungan langsung dengan bisnis yang sedang dijalankan. Jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh “*Netra Sportswear*” sebanyak tiga orang antara lain dua orang sebagai *sales marketing* bersama dengan pemilik bisnis yang merangkap sebagai *manager* dan *editor* untuk produksi pakaian olahraga “*Netra Sportswear*”. Meskipun tenaga kerja terbilang masih sedikit, langkah yang diambil untuk memastikan keuangan dari bisnis operasional dapat terjaga dengan aman. Namun dengan seiringnya pertumbuhan bisnis akan tiba saatnya penambahan jumlah tenaga kerja yang akan menduduki posisi pekerjaan yang berbeda untuk membantu dalam proses bisnis secara langsung.

6. *Process* (Proses)

Sistem dan proses bisnis “*Netra Sportswear*” akan berjalan sesuai SOP yang telah ditentukan dan didokumentasikan dalam bentuk tulisan sehingga orang dapat dipahami dan dimengerti oleh tenaga kerja yang sedang bertugas. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selalu sama dan baik.

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.



## 7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

- Ⓒ *Physical Evidence* (Bukti Fisik) merupakan suatu hal yang dimiliki oleh perusahaan sebagai *value* dan *uniqueness* yang ditunjukkan kepada konsumen. Logo “*Netra Sportswear*” sebagai identitas dari bisnis dan menjadi pembeda dengan pesaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## E. Strategi Promosi

### 1. *Advertising*

Periklanan menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018 : 452), “Segala bentuk presentasi nonpersonal yang berbayar presentasi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi”. Salah satu metode yang bisa digunakan oleh bisnis manapun dalam menyampaikan promosi terkait produk maupun branding bisnis. Iklan selalu digambarkan sebagai media untuk mencari pangsa pasar baru maupun meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat. Bentuk dari iklan berbagai macam mulai dari media cetak seperti brosur, media penyiaran melalui radio, media jaringan melalui *social media* dan media pajangan seperti baliho di jalanan. “*Netra Sportswear*” akan melakukan *advertising* melalui jasa *influencer* di *social media* yang bisa membangun citra merek yang akan dikenal oleh masyarakat. Selain itu, menggunakan pemasaran melalui *social media ads* (*Instagram Ads*, *Tiktok Ads*) dan *e-commerce ads* (*Shopee Ads*) untuk dapat menjangkau para calon konsumen.

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.



## 2. Sales Promotion

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

*Sales Promotion* menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018 : 496), “Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk maupun layanan. Jika iklan menawarkan alasan untuk membeli produk atau layanan, promosi penjualan menawarkan alasan untuk membeli sekarang”. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan penawaran yang menarik seperti potongan harga untuk pembelian setiap kuantitas maupun kupon belanja selanjutnya. “*Netra Sportswear*” yang bekerja sama dengan *platform e-commerce* akan menghadirkan beberapa tawaran menarik bagi konsumen dengan menghadirkan kupon belanja berupa *voucher* toko pada saat halaman *Shopee* “*Netra Sportswear*”.

## 3. Personal Selling

*Personal Selling* menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018 : 480), “Presentasi pribadi oleh tenaga penjualan perusahaan dengan tujuan untuk melibatkan pelanggan, melakukan penjualan, dan membangun hubungan pelanggan”. Promosi penjualan dengan cara melalui berkomunikasi langsung dengan konsumen. Tujuan dari promosi ini untuk meningkatkan penjualan dengan cara menjaga hubungan baik dengan konsumen. “*Netra Sportswear*” akan membuat *reminder chat* kepada konsumen yang pernah membeli atau mengikuti halaman *platform e-commerce* yang berfungsi untuk melakukan interaksi kepada konsumen terhadap perilisan produk baru.

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. *Public Relation*

**C** *Public Relation* menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018 : 470), ”Membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan memperoleh publisitas yang menguntungkan; membangun citra perusahaan yang baik; dan menangani atau menangkal rumor yang tidak menguntungkan, cerita, dan peristiwa yang tidak menguntungkan”. Hal ini bertujuan untuk menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terlibat dengan perusahaan seperti produsen, konsumen hingga masyarakat setempat. Manfaat yang diberikan dengan melakukan hal tersebut untuk menjaga nama baik perusahaan, meningkatkan hubungan kedua belah pihak dan membangun citra perusahaan yang baik. “*Netra Sportswear*” akan melakukan kerja sama dengan kegiatan olahraga yang akan berlangsung seperti lari maraton maupun *car free day*. Hal ini akan menimbulkan dampak positif dimana “*Netra Sportswear*” akan dikenal oleh masyarakat yang melihat maupun mengikuti *event* tersebut.

#### 5. *Direct Marketing*

*Direct Marketing* menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018 : 512), “Melibatkan diri secara langsung dengan konsumen individu dan komunitas pelanggan yang ditargetkan dengan cermat untuk mendapatkan tanggapan langsung dan membangun hubungan pelanggan yang baik”. Hal ini bertujuan untuk menjangkau konsumen tanpa melalui perantara. Promosi penjualan ini dilakukan untuk mendekati konsumen perihal memperkenalkan produk maupun *branding* dari perusahaan. “*Netra Sportswear*” akan melakukan *broadcasting messages* kepada konsumen untuk menawarkan semacam *offering* terhadap produk baru yang akan dirilis. Selain itu, “*Netra Sportswear*” akan membuat

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.

katalog terhadap produk pakaian olahraga yang nantinya bisa diakses oleh konsumen melalui *link pdf* yang akan dipasang pada biografi *social media* bisnis.

**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.

