



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

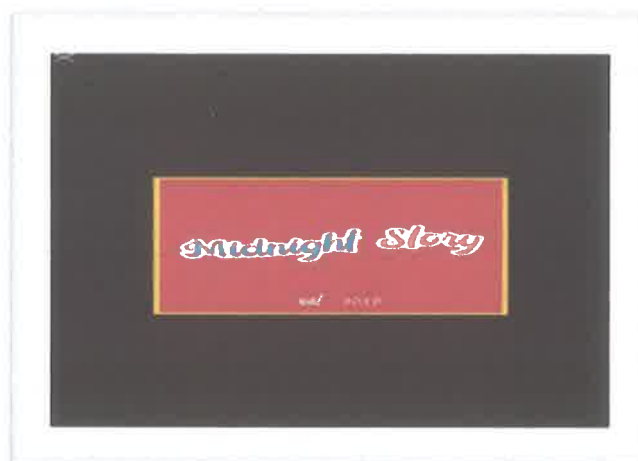
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4.1 Produk atau Jasa yang dihasilkan

Menurut *Kotler dan Armstrong (2018 : 256)*, “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, digunakan, dimiliki ataupun dikonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Produk atau jasa yang *Midnight Story* hasilkan adalah seperti kaos - kaos dengan bahan yang berkualitas dan pastinya nyaman ketika digunakan saat aktivitas di luar ataupun dalam ruangan, ada juga *Sweeter* atau *Hoodie* dengan bahan yang tebal dan nyaman cocok untuk beraktivitas di luar ruangan ataupun saat berkendara menggunakan motor. Jasa yang akan *Midnight Story* lakukan adalah seperti menerima pesanan kaos *Custom* untuk komunitas atau acara – acara , untuk harga sendiri kita dapat bersaing dengan memperhatikan bahan dan jenis sablon sehingga akan mendapatkan hasil yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan pemesan. Rencana ini adalah rencana jangka panjang *Midnight Story* ketika sudah berjalan dan di kenal masyarakat luas.

Gambar 4.1

Logo *Midnight Story*



Sumber : *Midnight Story, 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.

Pemilihan warna logo diambil dengan warna biru dan orange pada tulisan *Midnight Story* dan dengan warna merah dan sedikit list kuning untuk warna dasar. Untuk memudahkan customer untuk mengingat-ingat brand kita dari warna.

Gambar 4.2

Gambar Desain Kaos *Midnight Story*



Sumber : Midnight Story, 2023

Seven adalah edisi yang dibuat pertama yang berisi *seven deadly sins* atau tujuh dosa besar yang ada dalam diri manusia yaitu: Kesombongan (*Pride*), Iri Hati (*Envy*), Kemalasan (*Sloth*), Amarah (*Wrath*), Kerakusan (*Gluttony*), Nafsu (*Lust*), dan Ketamakan (*Greed*).

Gambar 4.3

Gambar Edisi *Midnight Story*



Sumber : Midnight Story, 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.

Edisi selanjutnya yang dikeluarkan adalah *Religion* dimana di Dunia ini memiliki berbagai macam keyakinan yang dipegang oleh masing-masing orang dan sifatnya sangat sensitif untuk dipertanyakan bagi orang luar negeri, dengan adanya edisi ini kita dapat menghargai dan menghormati akan keberagaman yang berada di sekeliling kita dan menjadikan keberagaman itu sebagai sebuah keunikan dan nilai damai.

Gambar 4.4

Gambar Desain Hoodie *Midnight Story*



Sumber : Midnight Story, 2023

Edisi keemselanjutnya adalah *monochroom* edisi klasik tentang hitam dan putih dalam edisi ini akan lebih banyak memproduksi kaos dengan warna hitam dan putih saja dengan desain gambar yang unik dan menarik.

Gambar 4.5

Gambar Desain *Midnight Story*



Sumber : Midnight Story, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar di halaman sebelumnya adalah desain untuk mengisi edisi selanjutnya yang akan keluar adalah seperti Kamikaze – Ryuketsu No Yume – Kaguy Hime dan Lost Paradise.

4.2 Gambaran Pasar

Menurut *Kotler dan Armstrong (2018 : 29)* Pemasaran sebagai proses yang dimana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan pelanggan yang kuat, dan menciptakan hubungan pelanggan, dan menciptakan nilai pelanggan untuk menangkap nilai dari pelanggan kembali. Dalam gambaran pasar, bagian ini merupakan gambaran yang akan menjelaskan tentang proyeksi penjualan selama 5 tahun kedepan. Gambaran ini di bagi dua bagian yaitu ramalan penjualan dan anggaran penjualan yang dapat di gambarkan oleh *Midnight Story* dengan melihat penjualan pertahun.

Adapun asumsi – asumsi yang akan di rincikan sebagai berikut:

Terjadi kenaikan produk setiap tahunnya.

Kenaikan penjualan produk kaos sebesar Rp 10.000 dan hoodie Rp20.000 setiap tahunnya.

Berdasarkan asumsi diatas ini, di dapatkan ramalan penjualan dalam jumlah dan anggaran produk 5 tahun kedepan yang dimulai pada tahun 2024 pada tabel di halaman berikutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 4.1

Proyeksi Penjualan Produk Kaos *Midnight Story* Tahun 2024 – 2028 (Satuan pcs)

Bulan / Tahun	2024	2025	2026	2027	2028
Januari		96	100	90	120
Februari		100	105	107	122
Maret		104	109	111	128
April		108	113	115	136
Mei	100	112	120	117	143
Juni	105	116	146	125	145
Juli	120	120	90	135	172
Agustus	135	124	100	170	188
September	110	130	144	180	196
Oktober	125	134	150	190	200
November	125	138	165	200	215
Desember	140	158	170	225	235
Total Penjualan	960	1440	1512	1765	2000

Sumber: *Midnight Story*, 2023

Tabel 4.2

Proyeksi Penjualan Produk Hoodie *Midnight Story* Tahun 2024 – 2028 (Satuan pcs)

Bulan / Tahun	2026	2027	2028
Januari	18	24	30
Februari	20	27	34
Maret	22	30	38
April	24	33	42
Mei	26	36	46
Juni	28	39	50
Juli	30	42	54
Agustus	32	45	58
September	34	48	62
Oktober	36	51	66
November	38	54	70
Desember	40	57	74
Total Penjualan	348	486	624

Sumber: *Midnight Story*, 2023

Penjualan bulan pertama yang akan di jalankan oleh *Midnight Story* adalah sebanyak 100 pcs kaos dengan edisi pertamanya seven. Tujuan produksi awal kaos hanya 100 pcs

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.



adalah untuk menarik minat *customer* untuk membeli produk edisi terbatas ini, dan melihat antusiasme *customer* pada merk kaos serta design yang *Midnight Story* tawarkan. Dalam penjualan bulan pertama ini akan menggunakan pemasaran melalui media sosial dan menggunakan *market place* seperti Tokopedia dan Shopee guna meningkatkan dan menjangkau target *customer* yang lebih luas.

Tabel 4.3

Anggaran Penjualan Kaos dan Hoodie *Midnight Story* Tahun 2024 – 2028

Tahun	Produk	Jumlah Penjualan	Harga Jual	Total Pendapatan
2024	Kaos	960	Rp 130.000	Rp 124.800.000
2025	Kaos	1440	Rp 140.000	Rp 201.600.000
2026	Kaos	1512	Rp 150.000	Rp 289.440.000
	Hoodie	348	Rp 180.000	
2027	Kaos	1765	Rp 160.000	Rp 379.600.000
	Hoodie	486	Rp 200.000	
2028	Kaos	2000	Rp 170.000	Rp 477.280.000
	Hoodie	624	Rp 220.000	
Total Penjualan				Rp 1.472.720.000

Sumber: *Midnight Story*, 2023

HPP dari pembelian awal produk bulan Mei 2024 adalah sebagai berikut:

Kaos + Sablon 100 pcs x Rp 50.000 =	Rp 5.000.000
Tag Harga 100pcs x Rp 120 =	Rp 12.000
Box Packing 100pcs x Rp 1.500 =	Rp 150.000
Paper Bag 100pcs x Rp 900 =	Rp 90.000
TOTAL =	Rp 5.252.000 / 100pcs
HPP =	Rp 52.520



Tabel 4.4

Anggaran Produksi Kaos dan Hoodie *Midnight Story* Tahun 2024 – 2028

Tahun	Produk	Jumlah Penjualan	Harga Satuan	Total Biaya
2024	Kaos	960	Rp 50.000	Rp 48.000.000
2025	Kaos	1440	Rp 55.000	Rp 79.200.000
2026	Kaos	1512	Rp 70.000	Rp 105.840.000
	Hoodie	348	Rp 90.000	Rp 31.320.000
2027	Kaos	1765	Rp 80.000	Rp 141.200.000
	Hoodie	486	Rp 100.000	Rp 48.600.000
2028	Kaos	2000	Rp 90.000	Rp 180.000.000
	Hoodie	624	Rp 110.000	Rp 68.640.000
Total Biaya Produksi Selama 5 Tahun				Rp 702.800.000

Sumber: *Midnight Story*, 2023

4.3 Target Pasar Yang Dituju

Menurut *Kotler dan Armstrong (2016 : 69)* "Segmentasi pasar terdiri dari banyak jenis konsumen serta kebutuhan yang dimana dalam merencanakan target pasar harus dapat menentukan segmen mana yang terbaik dengan cara mengelompokkan mereka berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Segmentasi Geografik: akan dimulai dengan dalam negeri dan luar negeri dan akan memecahkan bata batas yang ada dengan menggunakan media *online* dan internet yang ada. Segmentasi Geografi: dengan menyasar umur 15- 35 tahun, laki-laki ataupun perempuan. Segmentasi Psikografi: kelas bawah sampai dengan kelas atas dapat menikmati produk ini, gaya model dan design yang di keluarkan oleh *Midnight Story* akan menambah rasa percaya diri.

4.4 Strategi Pemasaran

A. Diferensiasi

Menurut *Kotler dan Armstrong (2016 : 206)* Diferensi adalah membedakan penawaran pemasaran mereka untuk menciptakan nilai pelanggan yang unggul atau superior. Strategi diferensiasi produk dilakukan untuk membedakan produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



terhadap para pesaing. Tampilan: membuat logo di setiap produknya sehingga mudah untuk di kenali.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Desain: tampilan produk dengan pemilihan bahan dan sablonan membuat produk kita bernilai premium.
2. Harga: harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan hampir sama dengan para pesaingnya yang bermain di sektor serupa, namun kita membedakan dengan pemilihan bahan dan jenis cetakannya, karena beda bahan beda juga cara pencetakan desainnya.
3. Kualitas: kualitas dari bahan baku produk kami jangan di ragukan lagi, semua produk kita adalah pilihan dan kami mengedepankan kualitas untuk *customer* yang memakainya, agar tahan lama dan bisa dipakai saat keadaan apa saja.

B Positioning

1. Atribut produk

Kami memberikan kemasan eksklusif untuk produk kita dengan memberikan sertifikat tentang barang tersebut yang menandakan bahwa produk itu original dengan stempel merah dan surat yang berisi ucapan terimakasih dan nomer produksi produk.

2. Manfaat produk

Manfaat produk kami adalah menambah percaya diri dan menunjang gaya hidup yang berjalan setiap hari ditengah aktivitas anda yang sibuk.

3. Harga dengan kualitas baik

Harga kita bersaing dengan yang lain dengan mengedepankan kualitas bahan yang kita pakai, kita tidak sembarangan dalam memilih bahan, jika nantinya harga kita berada di atas pesaing sedikit kita mampu menjelaskan tentang produk kita.

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



4. Penetapan Harga

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Strategi penetapan harga berdasarkan bahan baku:

Menentukan harga berdasarkan total biaya bahan baku yang kami keluarkan untuk memproduksi produk yang akan di jual kepada konsumen. Dengan menggunakan *Cost-Plus Pricing Method* – yaitu penetapan harga jual per unit berdasarkan jumlah biaya per unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba atau margin ($\text{harga jual} = \text{biaya total} + \text{laba}$).

B. Strategi penetapan harga berdasarkan keinginan

Strategi ini lebih mengutamakan kondisi ataupun kebutuhan konsumen. Strategi ini memungkinkan adanya perbedaan harga meskipun produknya sama.

1. *Price Sensitivity Meter* (PSM) – yaitu strategi penetapan harga yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pendekatan terhadap kebutuhan/permintaan konsumen. Metode ini didasari persepsi konsumen terhadap nilai/value produk yang diterima, apakah sebanding atau tidak. Untuk mengetahui apakah value suatu produk dapat diterima oleh konsumen, Anda bisa mengukurnya dengan *Price Sensitivity Meter* (PSM).
2. Diskriminasi Harga – yaitu kebijakan untuk menentukan harga jual yang berbeda-beda untuk satu jenis produk yang sama dalam satu segmen pasar. Beberapa faktor yang bisa mempengaruhi diskriminasi harga misalnya wilayah, konsumen, waktu, kualitas, dan bentuk produk.

C. Strategi penetapan harga berdasarkan pesaing

1. *Perceived Value Fixing* – yaitu penetapan harga jual berdasarkan harga jual rata-rata produk sejenis.

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. *Sealed Bid Pricing* – yaitu penetapan harga jual berdasarkan penawaran yang diajukan oleh pesaing

D. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah sebuah proses yang terjadi dalam aktivitas produk barang maupun jasa yang dimana berhubungan langsung antara penjual dan pembeli dalam penyaluran produk – produk. Dalam daluran distribusi terdapat dua tipe yaitu :

1. Saluran Distribusi Langsung

Produsen – Konsumen

Saluran Distribusi Langsung atau kadang disebut juga dengan Saluran Tingkat Nol (*Zero Level Channel*) adalah saluran distribusi yang tidak memiliki tingkat perantara. Dalam kerangka kerja ini, produsen menjual barang dagangannya langsung ke pelanggan tanpa menggunakan perantara sama sekali.

2. Saluran Distribusi Tidak Langsung

Ketika produsen melibatkan perantara atau orang tengah untuk menjual produknya kepada pelanggan akhir, maka saluran distribusi yang digunakan ini disebut dengan saluran tidak langsung. Saluran tidak langsung dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu :

a. Saluran Satu Tingkat (*One Level Channel*)

Produsen – Pengecer – Konsumen

Saluran satu tingkat berisi satu perantara penjualan yaitu pihak pengecer (*retailer*). Pengecer membeli produk dari produsen dan kemudian menjualnya kepada pelanggan. Saluran distribusi satu tingkat berfungsi paling baik bagi produsen yang bergerak di bidang barang

© 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.

belanjaan seperti pakaian, sepatu, perabot rumah tangga, mainan dan lain-lainnya.

b. Saluran Dua Tingkat (*Two Level Channel*)

Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Pedagang besar atau grosir membeli produk secara massal dari produsen, kemudian membaginya menjadi paket-paket kecil dan menjualnya ke pengecer yang akhirnya menjual produk-produk tersebut kepada pelanggan akhir atau konsumen. Barang yang tahan lama, terstandarisasi dan agak murah pada umumnya menggunakan saluran distribusi dua tingkat.

c. Saluran Tiga Tingkat (*Three Level Channel*)

Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengecer – Pelanggan

Saluran distribusi tiga tingkat melibatkan agen selain pedagang grosir dan pengecer yang membantu dalam penjualan produk. Agen-agen ini berguna ketika suatu produk perlu bergerak cepat ke pasar dengan segera setelah pesanan ditempatkan. Mereka diberi tugas untuk menangani distribusi produk di wilayah atau kabupaten tertentu dengan imbalan komisi persentase tertentu. Agen tersebut dapat dikategorikan menjadi super stockiest serta agen pembawa dan penerusan. Kedua agen ini menyimpan stok atas nama perusahaan.

Berdasarkan teori di atas *Midnight Story* menggunakan saluran pemasaran langsung karena produk yang di jual kepada konsumen secara langsung tanpa melalui perantara.

© 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.



4.5 Strategi Promosi

Ⓒ Strategi promosi adalah sebuah cara yang dilakukan oleh pemilik usaha untuk memperkenalkan produknya dengan promosi atau ber iklan di sosial media dengan cara itu produk yang dimiliki dapat dengan mudah di kenal oleh banyak orang dan keuntungan dalam melakukan promosi melalui media sosial adalah dapat menarik pelanggan baru dari berbagai segmentasi pasar.berikut adalah strategi promosi yang digunakan oleh *Midnight Story* yaitu :

A. Advertising

Advertising adalah sebuah upaya untuk menarik perhatian pelanggan atau klien. Hal itu dilakukan melalui pesan yang persuasif dalam bentuk gambar, video, maupun kata-kata mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. *Midnight Story* juga menggunakan media social untuk mempromosikan Penjualan melalui media *Instagram, Google, dan Facebook.*

1. Sumber informasi

Melalui iklan maka usaha bisa mengenalkan produknya kepada masyarakat umum. Tidak hanya nama dan bentuk produk saja yang diperkenalkan tetapi juga kualitas atau keunggulan produk juga akan ditampilkan. Dalam hal ini sebuah iklan dapat berfungsi sebagai penyedia informasi mengenai suatu produk yang dijual kepada konsumen *Midnight Story.*

2. Mendorong pertumbuhan ekonomi

Adanya kegiatan periklanan dapat mendorong terjadinya pertumbuhan ekonomi. Hal ini bisa saja terjadi karena produsen umumnya terdorong untuk tetap melakukan kegiatan produksi barang dan kemudian menjualnya kepada masyarakat sehingga kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi.

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.



3. Memperkenalkan usaha

Melalui sebuah iklan maka usaha kita dapat memperkenalkan produk-produknya. Tidak hanya itu saja tetapi iklan pada akhirnya juga akan membuat konsumen menjadi penasaran terhadap usaha kita yang mengeluarkan produk. Terlebih lagi jika produk yang diiklankan tergolong baru dan tampak memikat. Maka konsumen tentu akan mencari tahu produk tersebut.

4. Menunjukkan kualitas sebuah produk

Pada sebuah iklan tentu masyarakat akan mendapatkan informasi mengenai keunggulan sebuah produk. Dari sebuah iklan pula maka Anda bisa mendapatkan informasi mengenai kualitas produk. Oleh karena itu iklan juga dapat difungsikan sebagai penampil kualitas dari suatu produk.

B. Sales Promotion

Sales promotion merupakan salah satu cara promosi yang dapat dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan. Seperti contohnya pada hari – hari khusus atau hari besar seperti lebaran dan idul fitri, dapat dilakukan promo diskon gratis ongkir tanpa minimal belanja khusus untuk pembelian secara *online* pada H-7 sebelum lebaran. Cara tersebut dapat membantu meningkatkan jumlah penjualan pada *Midnight Story* dengan memberikan informasi seperti:

1. Membuat postingan di sosial media dan *market place*
2. Membuat konten tentang produk yang di jual

C. Personal Selling

Melakukan metode promosi melalui media sosial dengan berinteraksi langsung kepada calon pelanggan dengan membalas pesan yang berisi pertanyaan yang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

dikirimkan. Dimana metode tersebut merupakan salah satu cara paling cepat agar calon pelanggan dapat cepat tertarik dengan barang yang ditawarkan.

D. Direct Marketing

Direct marketing merupakan aktivitas yang dilakukan dengan komunikasi secara langsung Melalui media sosial dimana dapat merespons langsung pelanggan bisa juga menggunakan email secara cepat dan efisien.

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.

