



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



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

A. Produk atau Jasa yang Dihasilkan

Produk adalah Sesuatu yang dapat dipasok ke pasar untuk menjadi pertimbangan, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi dan dapat memenuhi kebutuhan atau permintaan.

Produk tidak terbatas pada barang berwujud seperti pakaian jadi, kendaraan, atau ponsel.

Produk dapat didefinisikan secara luas untuk mencakup layanan, acara, orang, lokasi, bisnis, dan ide (Kotler & Armstrong, 2018:256). Produk yang ditawarkan oleh Klosetku adalah

Produk *sanitaryware* salah satunya kloset menjadi prouduk utama dengan 2 variasi :

Tabel 4.1

Produk Klosetku

Nama Produk	Contoh Produk	Harga Modal	Harga Jual
Kloset Monoblok IC-036		Rp. 700.000	Rp. 900.000
Kloset Monoblok IC-698		Rp. 900.000	Rp. 1.100.000

Sumber: Klosetku, 2023

Logo memiliki fungsi sebagai elemen merek yang menghubungkan sebuah usaha dengan pelanggannya dan memperkuat asosiasi dengan perusahaan. Logo sendiri dapat

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.

berupa teks atau gambar yang memiliki makna tertentu (Kotler & Armstrong, 2021:241).

Oleh karena itu, Klosetku memiliki logo, sebagai berikut:

Gambar 4.1

Logo Klosetku



Sumber: Klosetku, 2023

Dapat dilihat pada Gambar 4.1 bahwa logo Klosetku memiliki warna biru yang menyesuaikan warna packaging dari produk. Sedangkan *font* Klosetku memberikan arti ketegasan dan konsisten dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer. logo tisu yang mengarah ke air menandakan bahwa klosetku menghargai perbedaan budaya dalam menggunakan kloset. Klosetku sendiri memiliki arti sebagai satu-satunya kloset yang semua orang ingin miliki.

B. Gambaran Pasar

Dalam menjalankan sebuah usaha, pengusaha harus melakukan peramalan dalam menjalankan operasional dengan mengacu pada penjualan produk – produknya yang diproduksi selama lima tahun ke depan. Ramalan penjualan memiliki fungsi untuk membantu pengusaha dalam menentukan strategi dan pemasaran yang akan dilakukan dalam meningkatkan penjualan produknya. Ada kemungkinan bahwa perusahaan mapan dengan





rekam jejak bertahun - tahun mungkin memiliki waktu yang lebih baik untuk memprediksi penjualan mereka daripada bisnis baru. Mempertimbangkan bahwa mereka akan memiliki akses ke data penjualan dan wawasan audiens sebelumnya, mereka akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk memprediksi proyeksi penjualan dan pangsa pasar mereka sendiri daripada pendatang baru, yang terpaksa bergantung pada riset pasar yang lebih umum dan mempelajari pesaing mereka. Ramalan penjualan sangat penting bagi suatu bisnis karena bisa memberi gambaran ke pemilik kira – kira gambaran pasar di daerah tersebut seperti apa dan juga bisa memberi gambaran kedepannya bisa seperti apa. Ramalan penjualan memang tidak selalu sama dengan kejadian karena ada kendala atau ada ancaman lainnya. Dengan membuat ramalan penjualan akan bisa melihat perkembang kedepannya bisa seperti apa dan mau seperti apa.

Ramalan penjualan ini didapatkan dari hasil observasi dan wawancara dengan distributor terdekat. Dengan data itu menjadi pedoman untuk penulis dalam membuat ramalan penjualan.

Tabel 4.2

Ramalan Penjualan dan Anggaran Klosetku Pada April 2024

No	Produk	Jumlah	Harga	Total Pendapatan
1	Kloset Monoblok IC-036	65	Rp.900.000	Rp. 58.500.000
2	Kloset Monoblok IC-698	55	Rp.1.100.000	Rp. 60.500.000
	Total	120		Rp. 119.000.000

Ramalan penjualan bulan pertama akan menjadi pedoman untuk bulan berikutnya. Ini bisa membuat Klosetku menjadi tahun strategi dan langkah apa yang diambil kedepannya.

1. Dilarang menjiptip 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.



Nilai ini didapatkan berdasarkan asumsi dari pemilik Klosetku. Berikut Ramalan bulan pertama Klosetku

Tabel 4.3
Ramalan Penjualan Klosetku Pada Tahun 2024

Bulan	Varian Produk		Total Produk
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698	
April	65	55	120
Mei	55	50	105
Juni	55	48	103
Juli	58	50	108
Agustus	55	51	106
September	50	52	102
Oktober	51	48	99
November	52	48	100
Desember	60	55	115
Total Per Produk	501	457	958

Tabel 4.3 adalah ramalan penjualan Klosetku pada tahun 2024.

Klosetku mengasumsikan pada bulan – bulan tertentu mengalami peningkatan penjualan karena bertepatan dengan Idul Fitri dan Natal. Penjualan ini dilihat karena memiliki perbedaan peningkatan penjualan karena pada sebelum hari raya penjualan kloset mengalami peningkatan.

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.

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



Tabel 4.4

Anggaran Penjualan Klosetku Pada Tahun 2024

Bulan	Varian Produk		Total Produk	Total Pendapatan	
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698			
April	65	55	120	Rp	119.000.000
Mei	55	50	105	Rp	104.500.000
Juni	55	48	103	Rp	102.300.000
Juli	58	50	108	Rp	107.200.000
Agustus	55	51	106	Rp	105.600.000
September	50	52	102	Rp	102.200.000
Oktober	51	48	99	Rp	98.700.000
November	52	48	100	Rp	99.600.000
Desember	60	55	115	Rp	114.500.000
Total Per Produk	501	457	958	Rp	953.600.000

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 4.5

Ramalan Penjualan Klosetku Pada Tahun 2025

Bulan	Varian Produk		Total Produk
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698	
Januari	40	32	72
Februari	32	30	62
Maret	56	40	96
April	50	38	88
Mei	42	39	81
Juni	41	37	78
Juli	41	38	79
Agustus	40	40	80
September	42	39	81
Oktober	42	40	82
November	45	42	87
Desember	54	45	99
Total Per Produk	525	460	985

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan 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 4.6

Anggaran Penjualan Klosetku Pada Tahun 2025

Bulan	Varian Produk		Total Produk	Total Pendapatan	
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698			
Januari	40	32	72	Rp	71.200.000
Februari	32	30	62	Rp	61.800.000
Maret	56	40	96	Rp	94.400.000
April	50	38	88	Rp	86.800.000
Mei	42	39	81	Rp	80.700.000
Juni	41	37	78	Rp	77.600.000
Juli	41	38	79	Rp	78.700.000
Agustus	40	40	80	Rp	80.000.000
September	42	39	81	Rp	80.700.000
Oktober	42	40	82	Rp	81.800.000
November	45	42	87	Rp	86.700.000
Desember	54	45	99	Rp	98.100.000
Total Per Produk	525	460	985	Rp	978.500.000

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



Tabel 4.7

Ramalan Penjualan Klosetku Pada Tahun 2026

Bulan	Varian Produk		Total Produk
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698	
Januari	42	32	74
Februari	43	33	76
Maret	52	41	93
April	50	38	88
Mei	43	39	82
Juni	41	37	78
Juli	41	38	79
Agustus	40	41	81
September	42	42	84
Oktober	42	41	83
November	45	44	89
Desember	55	46	101
Total Per Produk	536	472	1008

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



Tabel 4.8

Anggaran Penjualan Klosetku Pada Tahun 2026

Bulan	Varian Produk		Total Produk	Total Pendapatan
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698		
Januari	42	32	74	Rp 73.000.000,00
Februari	43	33	76	Rp 75.000.000,00
Maret	52	41	93	Rp 91.900.000,00
April	50	38	88	Rp 86.800.000,00
Mei	43	39	82	Rp 81.600.000,00
Juni	41	37	78	Rp 77.600.000,00
Juli	41	38	79	Rp 78.700.000,00
Agustus	40	41	81	Rp 81.100.000,00
September	42	42	84	Rp 84.000.000,00
Oktober	42	41	83	Rp 82.900.000,00
November	45	44	89	Rp 88.900.000,00
Desember	55	46	101	Rp 100.100.000,00
Total Per Produk	536	472	1008	Rp 1.001.600.000,00

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 4.9

Ramalan Penjualan Klosetku Pada Tahun 2027

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

Bulan	Varian Produk		Total Produk
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698	
Januari	44	34	78
Februari	44	35	79
Maret	55	45	100
April	50	40	90
Mei	44	42	86
Juni	42	40	82
Juli	43	40	83
Agustus	45	43	88
September	44	42	86
Oktober	47	45	92
November	49	47	96
Desember	57	49	106
Total Per Produk	564	502	1066

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tabel 4.10

Anggaran Penjualan Klosetku Pada Tahun 2027

Bulan	Varian Produk		Total Produk	Total Pendapatan
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698		
Januari	44	34	78	Rp 77.000.000
Februari	44	35	79	Rp 78.100.000
Maret	55	45	100	Rp 99.000.000
April	50	40	90	Rp 89.000.000
Mei	44	42	86	Rp 85.800.000
Juni	42	40	82	Rp 81.800.000
Juli	43	40	83	Rp 82.700.000
Agustus	45	43	88	Rp 87.800.000
September	44	42	86	Rp 85.800.000
Oktober	47	45	92	Rp 91.800.000
November	49	47	96	Rp 95.800.000
Desember	57	49	106	Rp 105.200.000
Total Per Produk	564	502	1066	Rp 1.059.800.000

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



Tabel 4.11

Ramalan Penjualan Klosetku Pada Tahun 2028

Bulan	Varian Produk		Total Produk
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698	
Januari	53	40	93
Februari	60	52	112
Maret	50	45	95
April	48	42	90
Mei	47	42	89
Juni	47	41	88
Juli	48	41	89
Agustus	45	43	88
September	49	44	93
Oktober	50	45	95
November	53	47	100
Desember	62	50	112
Total Per Produk	612	532	1144

© 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.



Tabel 4.12

Anggaran Penjualan Klosetku Pada Tahun 2028

Bulan	Varian Produk		Total Produk	Total Pendapatan	
	Kloset Monoblok IC-036	Kloset Monoblok IC-698			
Januari	53	40	93	Rp	91.700.000
Februari	60	52	112	Rp	111.200.000
Maret	50	45	95	Rp	94.500.000
April	48	42	90	Rp	89.400.000
Mei	47	42	89	Rp	88.500.000
Juni	47	41	88	Rp	87.400.000
Juli	48	41	89	Rp	88.300.000
Agustus	45	43	88	Rp	87.800.000
September	49	44	93	Rp	92.500.000
Oktober	50	45	95	Rp	94.500.000
November	53	47	100	Rp	99.400.000
Desember	62	50	112	Rp	110.800.000
Total Per Produk	612	532	1144	Rp	1.136.000.000

Berdasarkan Tabel 4.4 sampai 4.12 Klosetku mengasumsikan pada bulan – bulan tertentu mengalami peningkatan seperti pada sebelum Idul Fitri dan Natal. Pada bulan – bulan tersebut adanya peningkatan permintaan pada produk kloset dan banyaknya melakukan pembangunan baru di perumahan.



Tabel 4.13

Anggaran Penjualan Klosetku dalam 5 Tahun Pertama

Tahun	Total Produk	Total penjualan
2024	958	Rp 953.600.000
2025	985	Rp 978.500.000
2026	1008	Rp 1.001.600.000
2027	1066	Rp 1.059.800.000
2028	1144	Rp 1.136.000.000

C. Target Pasar yang Dituju

Terdapat banyak cara untuk membagi pasar. Dalam menentukan pendekatan yang optimal untuk memahami struktur pasar, pemasaran harus melakukan eksperimen dengan beberapa karakteristik segmentasinya, baik secara individual maupun secara kolektif. Setiap pasar memiliki pembeli yang berbea dengan permintaan, lokasi, sumber daya, perilaku pembelian, dan sikap pembelian yang berbeda – beda. dengan melakukan segmentasi pasar, usaha dapat lebih efisien dan efektif dalam menargetkan segmen yang lebih kecil dengan barang dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelanggan (Kotler & Armstrong, 2021:205). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dibagi menjadi 3 segmentasi pelanggan Klosetku, yaitu:

1. Geografi

Sangat penting membagi pasar menjadi beberapa unit geografis, seperti wilayah, kota, negara, kabupaten, atau lingkungan sekitar, untuk menerapkan segmentasi geografis. Sebuah bisnis dapat memilih untuk beroperasi di satu atau beberapa wilayah tertentu atau di seluruh dunia, tetapi harus mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi regional. Selain itu, banyak bisnis saat ini yang menyesuaikan barang, layanan,

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

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

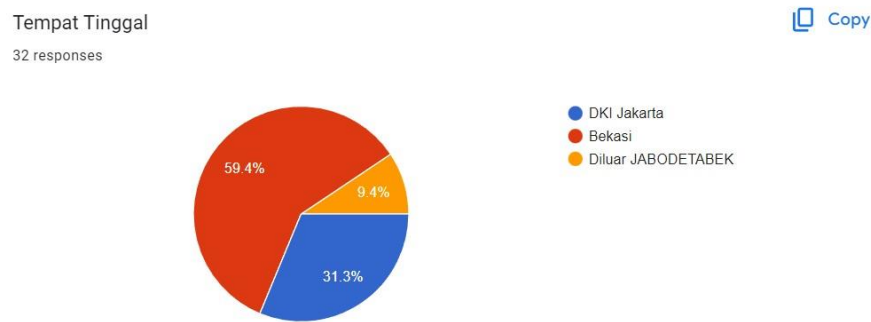
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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.

pemasaran, penjualan, dan inisiatif lainnya untuk memenuhi permintaan berbagai kota, wilayah, dan daerah lainnya (Kotler & Armstrong, 2021:205).

Gambar 4.2
Geografi Target Pasar Klosetku



Klosetku memilih lokasi penjualannya di Bekasi, lebih tepatnya di Tarumajaya, Bekasi Utara. Klosetku memilih lokasi ini berdasarkan kantor. Selain itu, kuesioner yang disebarakan mendapatkan hasil responden paling banyak berada di Bekasi.

2. Demografi

Segmentasi demografi membagi segmennya kedalam beberapa faktor, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, agama, dan pendapatan. Segmentasi demografis membagi kelompok pelanggan berdasarkan pada karakteristik demografis. Salah satu penjelasannya adalah korelasi erat yang sering terjadi antara kebutuhan, keinginan, dan tingkat penggunaan pelanggan dengan faktor demografis. Secara akurat memperkirakan ukuran pasar sasaran dan menargetkan secara efektif, pemilik harus mengetahui segmentasi demografis segmennya (Kotler & Armstrong, 2021:206). Klosetku membagi segmentasinya menjadi beberapa kategori, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, tempat tinggal, dan pendapatan. Klosetku menargetkan pasarnya untuk wanita dan laki – laki dengan rentan umur 20 tahun – 35 tahun keatas, mulai dari pelajar, mahasiswa, karyawan, dan ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di Bekasi, Jakarta maupun luar Jabodetabek





3. Psikografis

Pelanggan dibagi menjadi banyak segmen dengan segmentasi psikografis berdasarkan gaya hidup atau kepribadian. Bahkan dalam kategori demografis yang sama, seseorang mungkin menunjukkan sifat psikografis yang sangat berbeda (Kotler & Armstrong, 2021:207). Klosetku menargetkan pelanggan yang sedang melakukan renovasi rumah atau sedang melaksanakan pembangunan perumahan yang sedang mencari barang sanitaryware.

D Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Selain memilih kategori pasar mana yang akan disasar, perusahaan harus memilih proposi nilai dari produknya dengan cara bagaimana perusahaan akan menghasilkan nilai yang berbeda untuk segmen sasarannya serta posisi yang ingin dipegangnya dalam segmen tersebut (Kotler & Armstrong, 2021:385). Perbedaan Klosetku dengan pesaing – pesaingnya adalah pelayanan pelanggan dengan memberikan gratis ongkir radius 10 km dikarenakan menggunakan jasa kirim oleh kurir dari pihak kami .

2. Positioning

Positioning adalah proses memastikan bahwa suatu produk memiliki tempat yang berbeda dan diinginkan dalam pikiran pelanggan sasaran yang relatif terhadap produk pesaing. Pemilik usaha menciptakan posisi untuk produknya yang dapat membedakan dari produk pesaing dan memberikan usahanya keunggulan paling kompetitif di pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2021:222). Klosetku memberikan hal yang berbeda yang dapat membedakannya dengan pesaing yaitu dengan memberikan potongan harga pada pembelian berikutnya. Selain itu, Klosetku akan memberikan ThankYou Card pada setiap pelanggan yang membeli produk Klosetku.

3. Penetapan Harga



Harga pada bentuk yang paling dasar memiliki arti jumlah yang dibebankan terhadap suatu barang atau jasa. Sedangkan dalam arti yang luas adalah semua nilai yang dikeluarkan oleh pelanggan sebagai imbalan atas keuntungan dalam memiliki atau memanfaatkan barang atau jasa. Harga yang dibebankan oleh pengusaha kepada pelanggannya, jika harga terlalu tinggi memberikan permintaan sedangkan harga yang terlalu rendah akan memberikan keuntungan (Kotler & Armstrong, 2021:401).

Klosetku menggunakan *cost – plus pricing* dalam menentukan harga jual yang diberikan oleh Klosetku terhadap pelanggannya. Klosetku memilih strategi ini untuk memberikan keuntungan dengan meningkatkan harga sesuai dengan keuntungan yang diinginkan.

4. Saluran Distribusi

Saluran Distribusi adalah sekelompok bisnis yang saling memiliki hubungan dan berpartisipasi dalam proses mendapatkan barang atau jasa yang tersedia bagi pelanggan atau pengusaha (Kotler & Armstrong, 2018:359). Klosetku menggunakan *direct marketing channel* karena penjualan langsung dilakukan oleh Klosetku kepada pelanggan dan tidak memiliki perantara lainnya. Saluran distribusi yang digunakan oleh Klosetku dengan menggunakan *e-commerce* dan pengiriman menggunakan Gojek, Grab, Shopeeexpress.

E. Strategi Promosi

Promosi adalah metode promosi yang digunakan pengusaha untuk meyakinkan konsumen tentang nilai sebuah usaha dan membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan usaha (Kotler & Armstrong, 2018:424). Strategi promosi yang dilakukan oleh Klosetku, sebagai berikut:



1. Advertising

Klosetku menggunakan media sosial dalam melakukan *advertising* dengan cara menggunakan jasa *Instagram ads*, *facebook ads*, *tiktok ads*, dan *endorsement*. Hal tersebut digunakan oleh Klosetku untuk membangun *brand image* yang baik dan memperluas pasar.

2. Sales Promotion

Klosetku melakukan sales promotion dengan memberikan discount atau promo dengan minimum pembelian. Hal tersebut membantu Klosetku dalam menarik minat pembelian karena adanya promo – promo yang Klosetku berikan kepada pelanggan.

3. Public Relation

Klosetku melakukan public relation dengan mengikuti – mengikuti pameran dan bazaar – bazaar yang berhubungan dengan sanitaryware untuk menarik pelanggan dan memperkenalkan Klosetku kepada target market. Selain itu pameran dan bazaar membantu Klosetku dalam membangun brand image.

4. Direct Marketing

Klosetku melakukan direct marketing dengan menggunakan whatsapp, Instagram, dan e-mail. Klosetku sendiri setiap pelanggan yang sudah membeli produk akan dihubungi kembali untuk menanyakan terkait produk Klosetku dan jika ada promo – promo yang diadakan akan langsung diberikan informasi melalui whatsapp, instagram, dan e-mail.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki 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.