



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Produk yang dihasilkan

Menurut Kotler & Armstrong (2018: 244) Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa produk yang dijual harus bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta sesuai dengan ekspektasi konsumen terkait produk yang diharapkannya. *Tan Auto's* memiliki komitmen untuk selalu menjaga kualitas produk agar bisa selalu sesuai dengan ekspektasi dan harapan konsumen dalam segala aspek. Agar bisa menjaga kepercayaan dan kesetiaan konsumen kepada *Tan Auto's*

Tan Auto's bisa dikategorikan sebagai penyedia barang konsumsi, karena mobil bekas yang dijual di *Tan Auto's* merupakan mobil pribadi yang peruntukannya kebanyakan digunakan sebagai mobil pribadi, dan untuk keperluan pribadi pelanggan. *Tan Auto's* di klasifikasikan penyedia barang konsumsi, berdasarkan sifat produk yang bisa dilihat fisiknya, disentuh, serta memiliki nilai ekonomi

Tan Auto's diklasifikasikan menjadi usaha yang menjual barang tahan lama atau durable goods, karena barang yang dijual *Tan Auto's* adalah mobil bekas, yang dimana mobil bekas sendiri bisa bertahan dalam waktu yang lama, penggunaan mobil bekas secara garis besar digunakan dalam jangka waktu 3 sampai 5 tahun pemakaian hingga pengguna mobil ingin mengganti mobil kembali.

Jenis mobil yang dijual oleh *Tan Auto's* berjenis SUV dan MPV dengan brand *Toyota* dan juga *Honda*, mobil tersebut adalah *Toyota Innova Reborn*, *Toyota Fortuner*, *Toyota Venturer* dan *Honda CR-V Turbo*, alasan dibalik pemilihan

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.



kendaraan yang dijual oleh *Tan Auto's* adalah, karena kondisi jalan di wilayah Jabodetabek cukup rusak dan rawan banjir, oleh karena itu jenis mobil yang paling laku di wilayah Jabodetabek adalah *SUV* dan *MPV*. Selain itu, brand *Toyota* dan *Honda* merupakan merk yang sangat terkenal di Indonesia, sehingga dengan mengambil mobil tersebut sebagai stok *Tan Auto's*, merupakan pilihan yang tepat, karena akan memperbesar kemungkinan terjualnya mobil bekas tersebut.

B. Gambaran Pasar

Gambaran pasar menjelaskan dua hal yaitu ramalan dan anggaran penjualan selama 5 tahun kedepan. Ramalan penjualan ini dibutuhkan oleh setiap perusahaan sebagai gambaran untuk 5 tahun kedepan serta menjadi target dan tujuan perusahaan dalam berkompetisi pasar.

1. Ramalan Penjualan

Dalam Ramalan Penjualan *Tan Auto's* menggunakan data berbasis pesaing yang berupa data penjualan *Cruise Auto* dan *Matrix Auto*. Mereka menjual sekitar 6-8 unit per bulan, dan dapat dikatakan penjualan tersebut cukup baik. maka *Tan Auto's* mengasumsikan mampu menjual sekitar 3-4 unit perbulannya. Tentunya penjualan ini di asumsikan saat bulan bulan biasa, bukan bulan hari besar seperti lebaran dan akhir tahun. Selain itu, tentunya data penjualan dari 2 pesaing ini akan membantu meramalkan penjualan *Tan Auto's*. berikut ini adalah akumulasi dan asumsi dalam ramalan penjualan *Tan Auto's* :

1. Tingkat Inflasi sebesar 2,89% per tahunnya
2. Terjadi peningkatan penjualan sebesar 1-2 unit setiap tahunnya
3. Peningkatan penjualan di bulan bulan tertentu seperti lebaran dan akhir tahun



Berdasarkan akumulasi diatas ini, didapatkan ramalan penjualan dalam

unit dan anggaran penjualan dalam 5 tahun kedepan yang dimulai pada tahun 2025 dalam tabel 4.2 rincian ramalan penjualan dalam unit tahun 2025 yang diasumsikan bahwa penjualan setiap bulan tidak ada peningkatan signifikan dengan total penjualan secara keseluruhan adalah sebesar 36 unit.

Tabel 4.1

Ramalan Penjualan Produk Tan Auto's tahun 2025

Bulan	Innova Reborn Diesel	Venturer Diesel	Fortuner VNT TRD	CRV Turbo Prestige
Januari	1	1	1	0
Februari	1	0	1	0
Maret	1	1	1	1
April	1	0	1	0
Mei	1	1	1	0
Juni	1	0	1	0
Juli	1	0	1	1
Agustus	1	1	1	0
September	1	1	0	1
Oktober	1	1	1	0
November	1	1	1	1
Desember	1	1	1	1
TOTAL	12	8	11	5

Sumber : Tan Auto's

Berikut ini adalah ramalan penjualan Tan Auto's dari tahun 2025 sampai 2029 dalam bentuk jumlah unit

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.



Tabel 4.2

Ramalan Penjualan Produk Tan Auto's 2025-2029

Tahun	Innova Reborn Diesel	Venturer Diesel	Fortuner VNT TRD	CRV Turbo Prestige	Total
2025	12	8	11	5	36
2026	12	9	11	5	37
2027	13	9	11	6	39
2029	13	10	12	6	41
2029	13	11	12	7	43
TOTAL					196

Sumber : LAMPIRAN 2

Berdasarkan Table 4.2 menunjukkan ramalan penjualan Tan Auto's selama tahun 2025 sampai 2029 dengan asumsi adanya kenaikan jumlah unit yang terjual sebanyak 1 – 2 unit setiap tahunnya, yang didasarkan kepada perkembangan bisnis dan minat Masyarakat. Dalam 5 tahun kedepan.

2. Ramalan anggaran penjualan

Ramalan anggaran penjualan *Tan Auto's* didapatkan dari jumlah harga semua mobil yang dibeli oleh *Tan Auto's*, harga yang dihitung merupakan harga modal setiap mobil yang dibeli, sebelum diambil keuntungan, dan jumlah unit yang dibeli oleh *Tan Auto's* disesuaikan dengan jumlah unit yang terjual pada ramalan penjualan produk *Tan Auto's* pada tahun 2025. Berikut ini adalah ramalan anggaran penjualan *Tan Auto's* pada tahun 2025

© 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 4.3

Ramalan Anggaran Penjualan Produk Tan Auto's 2025 (Dalam Rp)

RAMALAN ANGGARAN PENJUALAN 2025													
Bulan	Innova Reborn G Diesel 2018			Venturer Diesel 2018			Fortuner VNT TRD 2014			CRV Prestige Turbo 2018			Total Revenue
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Januari	1	260.000.000	260.000.000	1	340.000.000	340.000.000	1	245.000.000	245.000.000				845.000.000
Februari	1	260.000.000	260.000.000				1	245.000.000	245.000.000				505.000.000
Maret	1	260.000.000	260.000.000	1	340.000.000	340.000.000	1	245.000.000	245.000.000	1	315.000.000	315.000.000	1.160.000.000
April	1	260.000.000	260.000.000				1	245.000.000	245.000.000				505.000.000
Mei	1	260.000.000	260.000.000	1	340.000.000	340.000.000	1	245.000.000	245.000.000	0			845.000.000
Juni	1	260.000.000	260.000.000				1	245.000.000	245.000.000				505.000.000
Juli	1	260.000.000	260.000.000				1	245.000.000	245.000.000	1	315.000.000	315.000.000	820.000.000
Agustus	1	260.000.000	260.000.000	1	340.000.000	340.000.000	1	245.000.000	245.000.000				845.000.000
September	1	260.000.000	260.000.000	1	340.000.000	340.000.000				1	315.000.000	315.000.000	915.000.000
Oktober	1	260.000.000	260.000.000	1	340.000.000	340.000.000	1	245.000.000	245.000.000				845.000.000
November	1	260.000.000	260.000.000	1	340.000.000	340.000.000	1	245.000.000	245.000.000	1	315.000.000	315.000.000	1.160.000.000
Desember	1	260.000.000	260.000.000	1	340.000.000	340.000.000	1	245.000.000	245.000.000	1	315.000.000	315.000.000	1.160.000.000
Total	12		3.120.000.000	8		2.380.000.000	11		2.695.000.000	5		1.575.000.000	10.110.000.000

Sumber: Tan Auto's

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

Institut Bisnis



1. Dilarang mengutip, menyalin, menduplikasi, atau menyalin isi dari dokumen ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 - a. Pengutipan harus mencantumkan sumber dan menyebutkan nama penulis, penitipan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



Lalu berikut ini adalah table ramalan anggaran penjualan produk Tan Auto's

selama 5 tahun kedepan, yaitu tahun 2025 sampai dengan tahun 2029, dengan asumsi kenaikan jumlah unit terjual sebanyak 1-2 unit setiap tahunnya. Dimana berdasarkan perhitungan tersebut didapatkan omset sebesar Rp 55.460.000.000 selama 5 tahun dari 2025 sampai dengan 2029.

Tabel 4.4

Ramalan Anggaran Penjualan Produk Tan Auto's 2025-2029 (Dalam Rp)

Tahun	260.000.000	340.000.000	245.000.000	315.000.000	Total (Unit)	Penjualan
	Innova Reborn Diesel	Venturer Diesel	Fortuner VNT TRD	CRV Turbo Prestige		
2025	12	8	11	5	36	10.110.000.000
2026	12	9	11	5	37	10.450.000.000
2027	13	9	11	6	39	11.025.000.000
2028	13	10	12	6	41	11.610.000.000
2029	13	11	12	7	43	12.265.000.000
	TOTAL				196	55.460.000.000

Sumber : LAMPIRAN 4

C. Target Pasar Yang Dituju

Segmentasi pasar menurut Kotler dan Keller (2016: 268), "*A market segment consist of a group of customers who share a similiar set of needs and wants*", artinya

Segmentasi pasar itu terdiri dari sekelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang mirip. kegiatan membagi ataupun mengelompokan pasar menjadi segmen-segmen berbeda yang lebih kecil dengan kebutuhan , karakteristik dan perilaku yang berbeda. Dengan memutuskan target pasar, akan mempermudah pelaku bisnis untuk menjangkau para pelanggan yang menjadi target bisnis bagi *Tan Auto's*. Berikut adalah pembagian beberapa segmen pasar konsumen menurut Kotler dan Keller (2016:268):

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



1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis merujuk kepada wilayah geografis seperti negara, wilayah, kabupaten, kota dan lingkungan sekitar. *Tan Auto's* berlokasi di Bursa Otomotif Bumi Serpong Damai yang terletak di wilayah serpong, Tangerang Selatan, dan pemasaran yang dilakukan pun secara online dan offline, sehingga secara geografisnya, *Tan Auto's* memiliki fokus daerah di DKI Jakarta dan daerah Tangerang, tetapi fokus utamanya tetap pada Tangerang yang memiliki wilayah cukup luas.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis merujuk pada usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, dan kelas sosial. Segmentasi Demografis dari *Tan Auto's* adalah orang-orang kalangan menengah ke atas, mulai dari dewasa hingga lansia dengan rentang usia dari 30-60 tahun, laki-laki maupun perempuan yang memiliki profesi karyawan swasta, maupun pengusaha. Dengan kelas sosial menengah ke atas dan pendapatan di atas Rp 25.000.000

3. Segmentasi Psikografis

Segmen psikografis merujuk kepada karakteristik dan gaya hidup seseorang, *Tan Auto's* memiliki target kepada orang-orang yang memiliki mobilitas tinggi, dan membutuhkan kendaraan pribadi berupa mobil, untuk menjadi alat transportasi utamanya, hal tersebut menjadi peluang bagi *Tan Auto's* untuk menyediakan opsi transportasi mobil bekas, bagi orang-orang tersebut.

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. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku merujuk kepada pengetahuan, sikap, penggunaan, ataupun reaksi seseorang terhadap suatu produk. Target pasar *Tan Auto's* adalah orang-orang yang menggunakan mobil sebagai kendaraan sehari-hari dan memiliki pengetahuan yang baik akan mobil. Karena kualitas mobil yang dijual *Tan Auto's* sangat baik, sehingga orang-orang yang membelinya mengerti kualitas produk yang dijual

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2020: 209), *“Using a differentiated marketing (or segmented marketing) strategy, a firm decides to target several market segments and designs separate offers for each”*. Artinya, penggunaan diferensiasi pemasaran akan membuat perusahaan dapat memutuskan untuk menargetkan segmen pasar dan membuat penawaran yang berbeda terhadap pasar tersebut. Diferensiasi *Tan Auto's* antara lain :

a) Kualitas Produk

Tan Auto's menyediakan produk kendaraan bermotor mobil bekas, dengan kualitas yang terjamin terhadap mobil-mobil yang dijual, hal ini bisa dilakukan karena *Tan Auto's* selalu melakukan inspeksi yang ketat terhadap setiap mobil yang di ambil dan akan dijual Kembali kepada pelanggan, *Tan Auto's* menjamin kondisi mobil yang tidak bekas tabrak dan tidak bekas banjir, serta menjaga penilaian terhadap kualitas interior dan eksterior mobil yang dijual. Serta *Tan Auto's* juga menyediakan garansi mesin dan transmisi yang dijual, sehingga para pelanggan bisa lebih tenang saat membeli mobil bekas di *Tan Auto's*.

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.



b) Bernilai sepadan dengan harganya

Tan Auto's selalu menjaga kualitas kendaraan yang dijualnya, sehingga kualitas yang dijual, selalu sebanding dengan harga yang dibayarkan oleh para pelanggan. Harga yang ditetapkan oleh Tan Auto's tidak tinggi, tetapi juga tidak rendah. Tentunya calon pelanggan bisa membandingkan harga Tan Auto's dengan Showroom mobil bekas lainnya, dengan kualitas dan nilai-nilai yang akan didapatkan.

2. *Positioning*

Menurut Kotler dan Armstrong (2020: 215) "*A product position is the way a product is defined by consumers on important attributes the place the product occupies in consumers minds.*". Artinya posisi produk adalah cara suatu produk didefinisikan oleh konsumen berdasarkan atribut-atribut penting yang menempatkan produk tersebut dalam benak konsumen. *Tan Auto's* memiliki positioning pada bisnis bidang kendaraan roda empat bekas yang memiliki kualitas yang baik dan harga yang sesuai. Dengan memberikan kemudahan dalam mencari dan membeli kendaraan roda empat bekas premium dengan kualitas yang baik dan bergaransi. Sehingga ketika pelanggan sedang mencari mobil bekas siap pakai, berkualitas dan bergaransi, maka akan ingat dengan *Tan Auto's*.

3. Penetapan Harga

Tan Auto's menentukan harga jual setiap kendaraannya dengan membandingkan value-value yang dimiliki dengan kompetitornya agar dapat memiliki daya saing yang tinggi untuk bersaing dengan baik dengan pasar mobil bekas lainnya. Metode penetapan harga yang digunakan adalah mark

© 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.



up pricing, dimana *Tan Auto's* akan membeli mobil dengan harga dibawah pasaran, lalu di mark up menyesuaikan dengan harga pasar untuk mendapatkan keuntungan. Seperti misalnya harga pasaran *Toyota Innova Reborn* adalah Rp 285.000.000 rupiah, lalu *Tan Auto's* akan membeli mobil tersebut yang spesifikasinya sesuai dengan kriteria yang ditentukan dengan harga Rp 260.000.000, dan menjualnya kembali dengan harga pasaran mobil tersebut yaitu Rp 285.000.000, dengan begitu maka *Tan Auto's* akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 25.000.000.

4. Saluran Distribusi

Distribusi menurut Kotler dan Armstrong (2018:359) “*A value delivery network is made up of the company, suppliers, distributors and ultimately customers who ‘partner’ with*” Artinya saluran distribusi terdiri dari perusahaan, pemasok, distributor, dan pada akhirnya pelanggan yang “bermitra” dengannya. Maka bisa disimpulkan bahwa saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling terlibat dan bergantung dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau di konsumsi oleh konsumen atau pelanggan, *Tan Auto's* berada pada tingkat distributor antara produsen dan konsumen, dimana dalam kegiatan penjualan *Tan Auto's*, produk *Tan Auto's* berawal diproduksi oleh produsen, lalu dibeli kembali oleh *Tan Auto's* untuk dijual kembali kepada konsumen, yaitu pelanggan dari *Tan Auto's*.

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

E Strategi Promosi

Strategi Promosi merupakan usaha yang dilakukan suatu bisnis untuk menarik perhatian para calon konsumen untuk membeli produk, sehingga dengan melakukan

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.

strategi promosi, diharapkan akan membantu meningkatkan penjualan suatu usaha.

Berikut ini bauran komunikasi yang digunakan oleh Tan Auto's :

Advertising

Menurut Kotler dan Armstrong Advertising (2018: 452) “*Advertising is a good way to engage, inform, and persuade*” Artinya Periklanan adalah cara yang baik untuk melibatkan, memberi informasi, dan membujuk. Seiring berkembangnya teknologi, banyak media-media yang digunakan oleh Perusahaan untuk meningkatkan penjualannya, Tan Auto's memilih untuk menggunakan platform advertising digital dan sosial media, berikut ini adalah platform iklan yang digunakan oleh Tan Auto's :

a) Instagram Ads

Instagram merupakan salah satu platform sosial media yang terbesar yang digunakan oleh semua kalangan, pengguna Instagram memiliki segmentasi umur mulai dari remaja, hingga dewasa, dan Sebagian kecil lansia. Tan Auto's menggunakan platform Instagram dan Instagram ads, untuk membantu menaikkan nama Tan Auto's serta meningkatkan kredibilitas bisnis Tan Auto's sehingga bisa memberikan kepercayaan lebih kepada calon pelanggan, dan tentunya juga berfungsi untuk menarik lebih banyak pelanggan

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

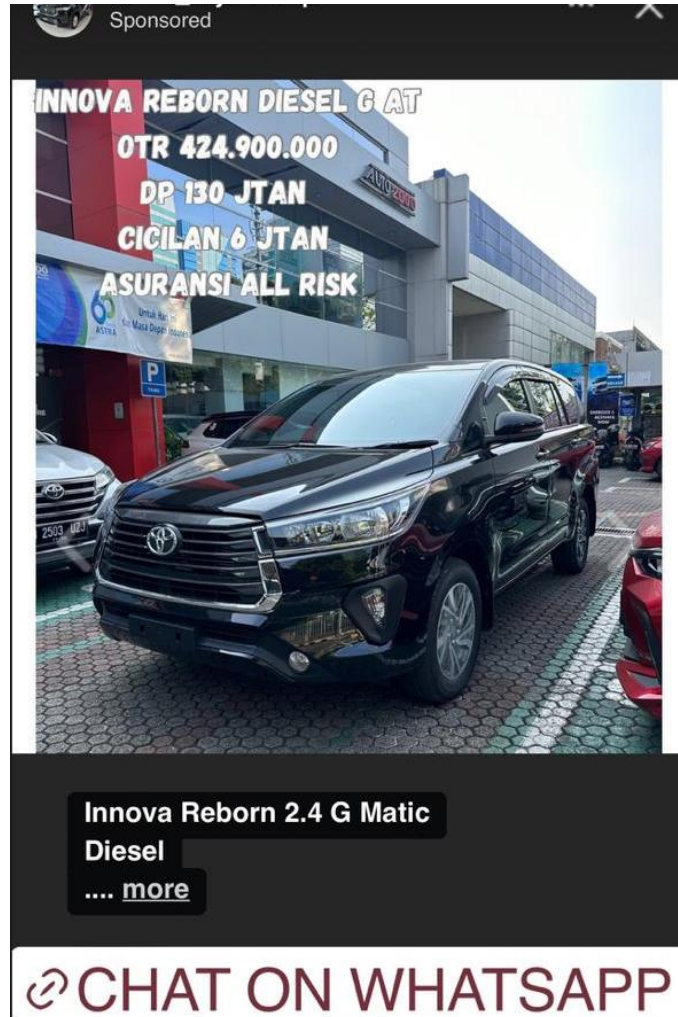
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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





Gambar 4.1

Contoh iklan *Tan Auto's* di *instagram*



Sumber : Tan Auto's

b) Facebook Ads

Facebook merupakan salah satu platform media sosial yang paling lama bertahan, oleh karena itu mayoritas pengguna facebook merupakan Masyarakat dengan umur yang lebih dewasa daripada Instagram, tentunya hal ini sangat baik, karen berdasarkan target usia, facebook memiliki cakupan yang lebih banyak dan lebih sesuai, oleh karena itu penggunaan facebook ads akan sangat membantu Tan Auto's untuk menarik perhatian lebih banyak

© 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.

calon pelanggan, serta sebaliknya, para calon pelanggan akan lebih mudah mencari Tan Auto's. maka dari itu target audience untuk iklan facebook ads akan mengarahkan kepada pengguna facebook dengan umur di atas 30, sehingga iklan tersebut bisa lebih efektif untuk membantu meningkatkan penjualan Tan Auto's.

Gambar 4.2

Contoh Iklan Facebook Tan Auto's



Sumber : Tan Auto's

c) OLX Auto's

OLX Auto's merupakan platform jual beli kendaraan yang terbesar di Indonesia, pada platform ini, calon pelanggan benar-benar memiliki kebutuhan dan keinginan untuk membeli kendaraan sehingga prospek-

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

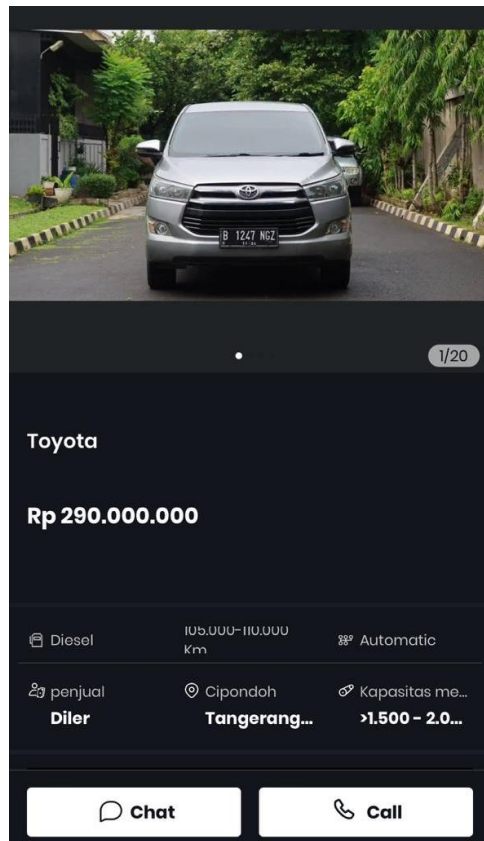
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

prospek atau calon pelanggan yang didapat dari platform ini memiliki kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan dengan facebook dan Instagram, tentunya didalam platform ini, persaingan lebih ketat karena terdapat ratusan unit bahkan ribuan unit dengan jenis dan tipe yang sama, yang dijual di platform ini, maka dari itu tidak hanya mengiklankan mobil di dalam platform ini, Tan Auto's juga menggunakan fitur Ads yang ada di dalam platform ini, dengan begitu iklan Tan Auto's akan berada di paling atas pada setiap pencarian, serta akan selalu muncul, dengan begitu iklan ini akan sangat efektif untuk menarik perhatian calon pembeli Tan Auto's

Gambar 4.3

Contoh Iklan OLX Auto's



Sumber : Tan Auto's

© 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.

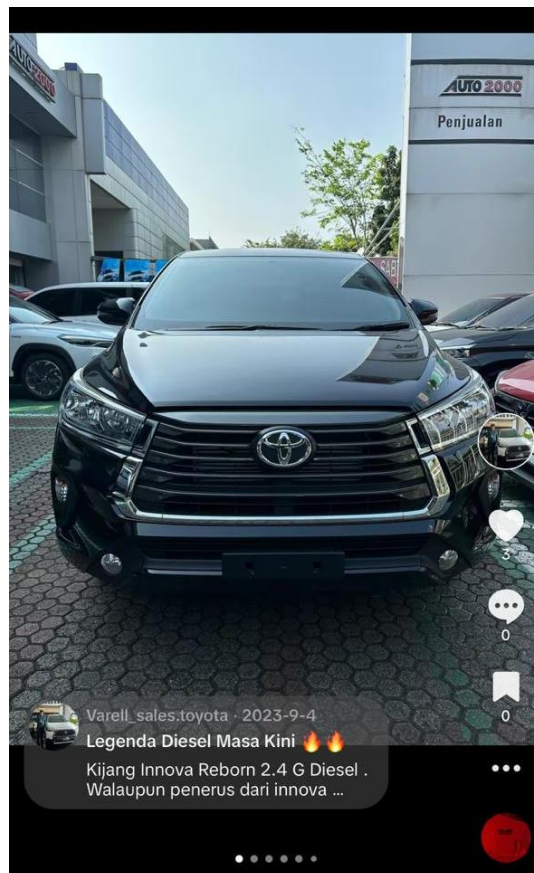


d) Tiktok

Tiktok merupakan media sosial baru dengan penggunaanya Sebagian besar adalah remaja dan anak muda, melalui tiktok ini, Tan Auto's tidak berfokus kepada penjualan, tetapi lebih kepada Softselling dengan membuat konten edukasi dan sebagainya, dengan melakukan hal ini, tentunya akan meningkatkan brand awareness serta engagement Masyarakat terhadap Tan Auto's, sama halnya dengan Instagram, tiktok ini juga berfungsi untuk menaikkan kredibilitas Tan Auto's di mata Masyarakat.

Gambar 4.4

Contoh iklan *Tiktok Tan Auto's*



Sumber : Tan Auto's

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

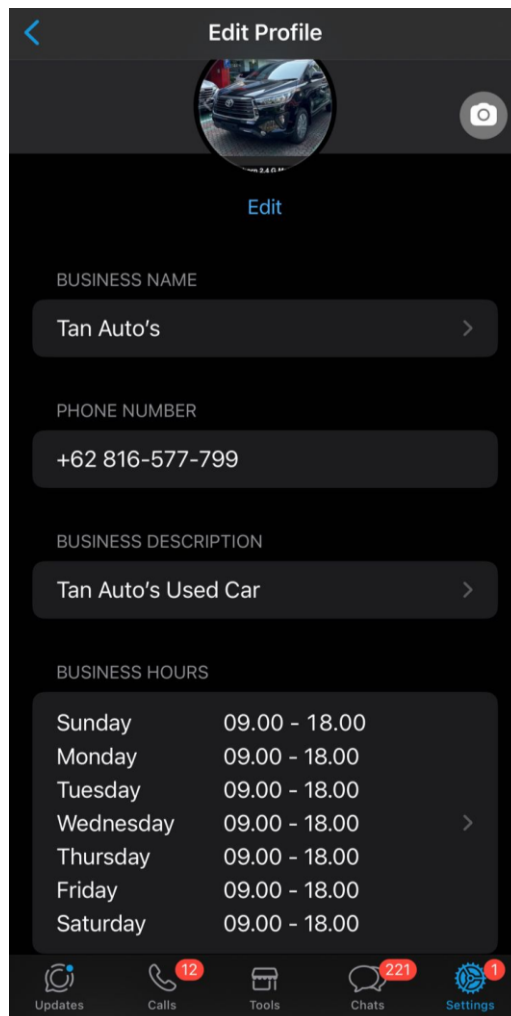
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

e) Whatsapp Business

Whatsapp merupakan platform komunikasi yang paling baik pada saat ini, dengan menggunakan Whatsapp Ads pada Whatsapp Business, tentunya akan memudahkan calon pelanggan untuk menghubungi Tan Auto's dan bisa langsung berkomunikasi. Tentunya hal ini akan membantu Tan Auto's untuk mencari calon-calon pelanggan, sehingga metode ini cukup efektif bila dilakukan.

Gambar 4.5

Contoh penggunaan *Whatsapp Business Tan Auto's*



Sumber : *Tan Auto's*

© 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

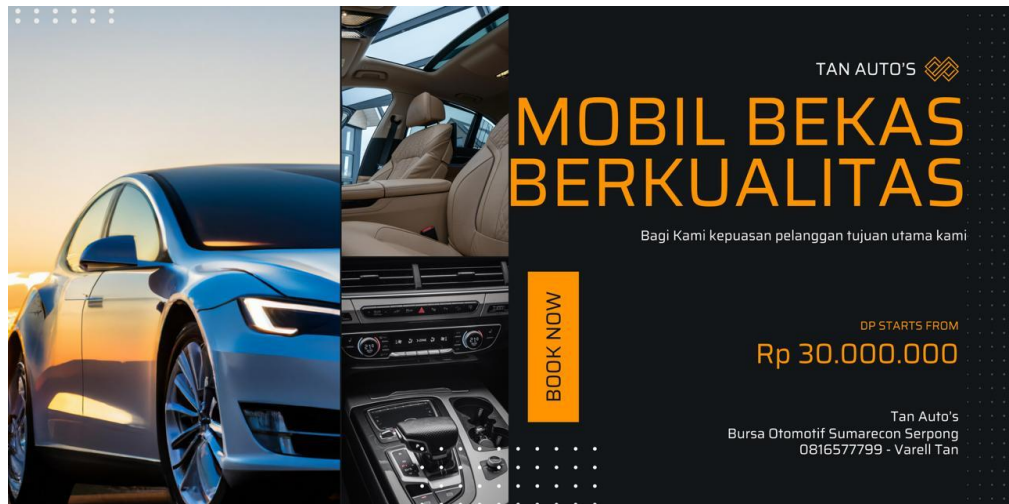
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

f) Spanduk dan Banner

Spanduk dan Banner digunakan Tan Auto's untuk membantu para calon pelanggan melihat keberadaan Tan Auto's, Spanduk dan Banner ini tentunya akan sangat membantu untuk pemasaran secara offline, walaupun tidak lebih efektif daripada advertising secara digital atau online.

Gambar 4.6

Contoh Spanduk dan Banner *Tan Auto's*



Sumber : *Tan Auto's*

Spanduk dan banner tersebut, akan diletakan di sisi atas atap *Tan Auto's*, spanduk atau banner ini berfungsi untuk menarik perhatian orang-orang yang melewati *showroom Tan Auto's*, diharapkan dengan spanduk atau bener tersebut, orang-orang yang sedang melewati *showroom Tan Auto's* bisa tertarik dan menghampiri *showroom Tan Auto's*

© 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.