BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis pasar dan pemasaran yang akan digunakan oleh Bake Addict yang akan bersaing dipasar. Analisis ini dibuat dengan pertimbangan matang dan pertimbangan pasar dengan berbagai cara, salah satunya menjaga reputasi Bake Addict. Dengan adanya reputasi yang baik atas perusahaan maka dengan otomatis pelanggan dengan sendirinya memasarkan perusahaan kepada orang-orang disekeliling mereka.

Oleh karena itu dibutuhkan namanya analisis pasar dan pemasaran agar sesuai dengan tujuannya. Perencanaan analisis digunakan untuk menuntun pengusaha agar tetap mengarahkan usahanya pada pencapaian tujuan yang telah direncanakan. Penetapan tujuan pemasaran yang tepat dan jelas dipakai sebagai alat pengendalian kegiatan pemasaran, yakni apakah kegiatan pemasaran tersebut benar-benar telah menjalankan tugasnya dengan baik, disusun berdasarkan potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta telah mempertimbangkan perusahaan yang terjadi di masa yang akan datang.

Analisis pasar dan pemasaran dalam hal ini mencakup produk / jasa yang dihasilkan, gambaran pasar, target pasar yang dituju, strategi pemasaran, dan strategi promosi.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

A. Produk yang dihasilkan

Produk di definisikan oleh Kotler dan Amstrong (2017:244) adalah *"A product as anything that can be offered to a market for a attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need."* Arti dari defenisi tersebut adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk itu dapat sendiri terdiri dari objek fisik yang terlihat seperti mobil, sepeda, motor, laptop, computer, dan lain-lain juga mencakup acara tempat, orang, inspirasi, dan organisasi dari hal-hal tersebut. Konsumen akan beli produk jika mereka merasa cocok dengan produk yang akan dibeli tersebut. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau keinginan konsumen.

Kotler dan Amstrong (2017:249) mendefenisikan kualitas produk adalah *"Product quality is the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs."* Berdasarkan defenisi tersebut dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.

Kukis adalah makanan yang dipanggang atau dimasak yang biasanya kecil, datar, dan manis. Kukis biasanya terdiri dari tepung, gula, dan beberapa jenis minyak atau lemak. Kukis juga dapat dicampur dengan bahan-bahan lain seperti kismis, gandum, keping cokelat, kacang-kacangan, dll. (https://id.wikipedia.org/wiki/Kukis) diakses 26 Oktober 2019.

© Hak Cipta Milik BI 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.

Produk yang ditawarkan oleh Bake Addict adalah kukis (cookies) dengan berbagai macam pilihan rasa yang disediakan dengan ukuran diameter 7,2cm. Toples yang digunakan Bake Addict terdapat 2 ukuran yaitu toples kukis (cookies) untuk 3pcs adalah 8x8cm sedangkan toples kukis (cookies) untuk 6pcs adalah 8x18cm. Bake Addict menyediakan produk yang berkualitas karena disini dibuat dengan *fresh*, yaitu saat pelanggan pesan barulah kukis (cookies) dibuat. Untuk bahan bakunya dijamin menggunakan bahan baku yang terjamin mutu kualitasnya. Berikut adalah beberapa produk yang akan disajikan oleh Bake Addict:

Gambar 4. 1 Gambar Produk

Sumber: Bake Addict

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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

B. Gambaran Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2015:109) adalah *"Market demand is the marketer's first step in evaluating marketing opportunities is to estimate total market demand."* Yang artinya Permintaan pasar adalah langkah pertama pasar dalam mengevaluasi peluang pemasaran adalah memperkirakan total permintaan pasar. Sebelum melakukan peramalan pendapatan selama lima tahun, perlu adanya ramalan pendapatan yang akan diperoleh pada bulan pertama. Ramalan di bulan pertama akan membantu memberikan asumsi ramalan pada bulan berikutnya hingga lima tahun kedepan. Berikut adalah peramalan penjualan Bake Addict:

Tabel 4. 1 Ramalan Penjualan Bake Addict (Pcs/3Pcs)

HARI	Varian Kukis (*Cookies*)							
	Chocolate Chip Cookies		***Walnut Cookies***		***Double Dark Chocolate Cookies***		***Matcha White Chocolate Cookies***	
	Pcs	**3Pcs**	**Pcs**	**3Pcs**	**Pcs**	**3Pcs**	**Pcs**	**3Pcs**
Senin	11	4	9	3	6	4	3	4
Selasa	7	2	7	1	4	2	2	2
Rabu	7	3	7	1	5	2	2	3
Kamis	9	4	7	2	6	3	2	3
Jumat	13	10	11	4	9	6	5	5
Sabtu	12	4	9	3	7	4	5	4
Total per minggu	59	27	50	14	37	21	19	21
Total Per Bulan	236	108	200	56	148	84	76	84

Sumber: Bake Addict

Diasumsikan setiap 1 jam sekali pelanggan yang memesan pada hari Senin sampai Sabtu sebanyak 4 orang. Diperkirakan selama 9 jam jumlah pelanggan per hari sebanyak 35 orang. Dan untuk total seminggu kurang lebih seperti pada tabel diatas, dan untuk sebulannya dikalikan 4 minggu dan dihasilkan pada tabel diatas.

Tabel 4. 2 Ramalan Penjualan Tahun 2021 (Pcs/3Pcs)

Bulan	Varian Kukis (*Cookies*)								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		*Walnut Cookies*		*Double Dark Chocolate Cookies*		*Matcha White Chocolate Cookies*		
	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3pcs	Pcs	3pcs	
Juni	236	108	200	56	148	84	76	84	992
Juli	230	112	158	75	133	97	84	96	985
Agustus	210	106	202	93	114	96	77	82	980
September	225	139	155	85	124	82	77	98	985
Oktober	213	123	195	85	142	75	82	74	989
November	245	103	185	88	97	115	82	75	990
Desember	283	152	136	93	83	98	84	88	1017
Total Per Tahun (2021)									**6938**

Sumber: Data di olah Tabel 4.1

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dikatakan bahwa penjualan Bake Addict pada tahun 2021 ialah stabil. Pada bulan Desember 2021 mengalami kenaikan dikarenakan bulan natal.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
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. 3 Ramalan Penjualan Tahun 2021 (Rupiah)

Bulan	Varian *Cookies*								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		*Walnut Cookies*		*Double Dark Chocolate Cookies*		*Matcha White Chocolate Cookies*		
	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	
Januari									
Febuari									
Maret									
April									
Mei									
Juni	Rp4,012,000	Rp4,968,000	Rp4,000,000	Rp3,080,000	Rp2,960,000	Rp4,620,000	Rp1,748,000	Rp5,376,000	Rp30,764,000
July	Rp3,910,000	Rp5,152,000	Rp3,160,000	Rp4,125,000	Rp2,660,000	Rp5,335,000	Rp1,932,000	Rp6,144,000	Rp32,418,000
Agustus	Rp3,570,000	Rp4,876,000	Rp4,040,000	Rp5,115,000	Rp2,280,000	Rp5,280,000	Rp1,771,000	Rp5,248,000	Rp32,180,000
September	Rp3,825,000	Rp6,394,000	Rp3,100,000	Rp4,675,000	Rp2,480,000	Rp4,510,000	Rp1,771,000	Rp6,272,000	Rp33,027,000
Oktober	Rp3,621,000	Rp5,658,000	Rp3,900,000	Rp4,675,000	Rp2,840,000	Rp4,125,000	Rp1,886,000	Rp4,736,000	Rp31,441,000
November	Rp4,165,000	Rp4,738,000	Rp3,700,000	Rp4,840,000	Rp1,940,000	Rp6,325,000	Rp1,886,000	Rp4,800,000	Rp32,394,000
Desember	Rp4,881,000	Rp6,992,000	Rp2,720,000	Rp5,115,000	Rp1,660,000	Rp5,390,000	Rp1,932,000	Rp5,632,000	Rp34,252,000
Total Per Tahun (2021)									Rp226,476,000

Sumber: Data di olah Tabel 4.2

Data ini di dapatkan dari data di tabel 4.2 dengan cara dikalikan pada harga penjualan dari masing-masing *cookies.*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
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. 4 Ramalan Penjualan Tahun 2022 (Pcs/3Pcs)

Bulan	Varian *Cookies*								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		*Walnut Cookies*		*Double Dark Chocolate Cookies*		*Matcha White Chocolate Cookies*		
	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	
Januari	270	141	192	118	113	98	86	105	1123
Febuari	273	145	191	117	103	100	84	105	1118
Maret	275	143	191	118	112	105	85	101	1129
April	272	144	197	101	101	107	85	96	1103
Mei	271	149	187	103	83	103	89	95	1080
Juni	273	144	179	117	95	108	87	98	1101
July	278	143	175	116	96	104	87	93	1092
Agustus	295	178	200	136	127	125	92	114	1267
September	293	171	215	138	124	128	106	124	1299
Oktober	294	176	219	124	132	134	100	126	1305
November	290	182	218	135	131	131	104	127	1318
Desember	310	183	211	136	137	132	104	122	1335
Total Per Tahun (2022)									14270

Sumber: Data di olah Tabel 4.2

Diasumsikan penjualan pada tahun ini meningkat sebesar 15%, asumsi ini bersumber dari asumsi penulis sendiri.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
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. 5 Ramalan Penjualan Tahun 2022 (Rupiah)

Bulan	Varian *Cookies*								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		*Walnut Cookies*		*Double Dark Chocolate Cookies*		*Matcha White Chocolate Cookies*		
	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	
Januari	Rp4,590,000	Rp6,486,000	Rp3,840,000	Rp6,490,000	Rp2,260,000	Rp5,390,000	Rp1,978,000	Rp6,720,000	Rp37,754,000
Febuari	Rp4,641,000	Rp6,670,000	Rp3,820,000	Rp6,435,000	Rp2,060,000	Rp5,500,000	Rp1,932,000	Rp6,720,000	Rp37,778,000
Maret	Rp4,675,000	Rp6,578,000	Rp3,820,000	Rp6,490,000	Rp2,240,000	Rp5,775,000	Rp1,932,000	Rp6,464,000	Rp37,974,000
April	Rp4,624,000	Rp6,624,000	Rp3,940,000	Rp5,555,000	Rp2,020,000	Rp5,885,000	Rp1,955,000	Rp6,144,000	Rp36,747,000
Mei	Rp4,607,000	Rp6,854,000	Rp3,740,000	Rp5,665,000	Rp1,660,000	Rp5,665,000	Rp2,047,000	Rp6,080,000	Rp36,318,000
Juni	Rp4,641,000	Rp6,624,000	Rp3,580,000	Rp6,435,000	Rp1,900,000	Rp5,940,000	Rp2,001,000	Rp6,272,000	Rp37,393,000
July	Rp4,726,000	Rp6,578,000	Rp3,500,000	Rp6,380,000	Rp1,920,000	Rp5,720,000	Rp2,001,000	Rp5,952,000	Rp36,777,000
Agustus	Rp5,015,000	Rp8,188,000	Rp4,000,000	Rp7,480,000	Rp2,540,000	Rp6,875,000	Rp2,116,000	Rp7,926,000	Rp43,510,000
September	Rp4,981,000	Rp7,866,000	Rp4,300,000	Rp7,590,000	Rp2,480,000	Rp7,040,000	Rp2,438,000	Rp7,936,000	Rp44,631,000
Oktober	Rp4,998,000	Rp8,096,000	Rp4,380,000	Rp6,820,000	Rp2,640,000	Rp7,370,000	Rp2,300,000	Rp8,064,000	Rp44,668,000
November	Rp4,930,000	Rp8,372,000	Rp4,360,000	Rp7,425,000	Rp2,620,000	Rp7,205,000	Rp2,392,000	Rp8,128,000	Rp45,432,000
Desember	Rp5,270,000	Rp8,418,000	Rp4,220,000	Rp7,480,000	Rp2,740,000	Rp7,260,000	Rp2,392,000	Rp7,808,000	Rp45,588,000
Total Per Tahun (2022)									Rp446,816,000

Sumber: Data di olah Tabel 4.4

Data ini di dapatkan dari data di tabel 4.4 dengan cara di kalikan pada harga penjualan dari masing-masing *cookies.*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
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. 6 Ramalan Penjualan Tahun 2023 (Pcs/3Pcs)

Bulan	Varian *Cookies*								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		*Walnut Cookies*		*Double Dark Chocolate Cookies*		*Matcha White Chocolate Cookies*		
	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	
Januari	287	154	181	119	104	118	105	136	1240
Febuari	290	159	180	116	103	110	112	116	1186
Maret	293	156	180	113	102	115	122	111	1192
April	289	157	187	111	101	117	124	116	1202
Mei	288	155	168	113	111	113	128	115	1191
Juni	290	155	167	139	115	118	126	118	1228
July	296	156	147	138	116	113	126	112	1204
Agustus	325	162	170	144	117	117	121	125	1281
September	320	168	187	152	106	100	127	136	1296
Oktober	303	163	190	146	102	105	120	139	1268
November	329	188	190	159	103	103	124	140	1336
Desember	330	192	222	160	131	104	140	134	1413
Total Per Tahun (2023)									15001

Sumber: Data di olah Tabel 4.4

Diasumsikan penjualan pada tahun ini meningkat sebesar 15%, asumsi ini bersumber dari asumsi penulis sendiri.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
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. 7 Ramalan Penjualan Tahun 2023 (Rupiah)

Bulan	Varian *Cookies*								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		***Walnut Cookies***		***Double Dark Chocolate Cookies***		***Matcha White Chocolate Cookies***		
	Pcs	**3Pcs**	**Pcs**	**3Pcs**	**Pcs**	**3Pcs**	**Pcs**	**3Pcs**	
Januari	Rp4,879,000	Rp7,084,000	Rp3,620,000	Rp6,545,000	Rp2,080,000	Rp6,490,000	Rp2,415,000	Rp8,704,000	Rp41,817,000
Febuari	Rp4,930,000	Rp7,314,000	Rp3,600,000	Rp6,380,000	Rp2,060,000	Rp6,050,000	Rp2,576,000	Rp7,392,000	Rp40,302,000
Maret	Rp4,981,000	Rp7,176,000	Rp3,600,000	Rp6,215,000	Rp2,040,000	Rp6,325,000	Rp2,806,000	Rp7,110,000	Rp40,253,000
April	Rp4,913,000	Rp7,222,000	Rp3,740,000	Rp6,105,000	Rp2,020,000	Rp6,435,000	Rp2,852,000	Rp7,424,000	Rp40,711,000
Mei	Rp4,896,000	Rp7,130,000	Rp3,360,000	Rp6,215,000	Rp2,220,000	Rp6,231,000	Rp2,944,000	Rp7,360,000	Rp40,356,000
Juni	Rp4,930,000	Rp7,130,000	Rp3,340,000	Rp7,645,000	Rp2,300,000	Rp6,490,000	Rp2,898,000	Rp7,552,000	Rp42,285,000
July	Rp5,032,000	Rp7,176,000	Rp2,940,000	Rp7,590,000	Rp2,320,000	Rp6,215,000	Rp2,898,000	Rp7,168,000	Rp41,339,000
Agustus	Rp5,525,000	Rp7,452,000	Rp3,400,000	Rp7,920,000	Rp2,340,000	Rp6,435,000	Rp2,783,000	Rp8,000,000	Rp43,855,000
September	Rp5,440,000	Rp7,728,000	Rp3,740,000	Rp8,360,000	Rp2,120,000	Rp5,500,000	Rp2,921,000	Rp8,704,000	Rp44,513,000
Oktober	Rp5,151,000	Rp7,498,000	Rp3,800,000	Rp8,030,000	Rp2,040,000	Rp5,775,000	Rp2,760,000	Rp8,896,000	Rp43,950,000
November	Rp5,593,000	Rp8,648,000	Rp3,800,000	Rp8,745,000	Rp2,060,000	Rp5,665,000	Rp2,852,000	Rp8,960,000	Rp46,323,000
Desember	Rp5,610,000	Rp8,832,000	Rp4,44,000	Rp8,800,000	Rp2,620,000	Rp5,720,000	Rp3,220,000	Rp8,576,000	Rp47,818,000
Total Per Tahun (2023)									Rp513,500,000

Sumber: Data di olah Tabel 4.6

Data ini di dapatkan dari data di tabel 4.6 dengan cara dikalikan pada harga penjualan dari masing-masing *cookies.*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
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. 8 Ramalan Penjualan Tahun 2024 (Pcs/3Pcs)

Bulan	Varian *Cookies*								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		*Walnut Cookies*		*Double Dark Chocolate Cookies*		*Matcha White Chocolate Cookies*		
	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	
Januari	330	177	208	137	120	136	121	156	1385
Febuari	334	183	207	133	118	127	129	133	1363
Maret	337	179	207	130	117	132	140	128	1371
April	332	181	215	128	116	135	143	133	1382
Mei	331	178	193	130	128	130	147	132	1370
Juni	334	178	192	160	132	136	145	136	1412
July	340	179	169	159	133	130	145	129	1385
Agustus	374	186	196	166	135	135	139	144	1474
September	368	193	215	175	122	115	146	157	1491
Oktober	348	187	219	168	117	121	138	159	1458
November	378	216	219	183	118	118	143	161	1536
Desember	380	221	255	184	151	120	161	154	1625
Total Per Tahun (2024)									17251

Sumber: Data di olah Tabel 4.6

Diasumsikan penjualan pada tahun ini meningkat sebesar 15%, asumsi ini bersumber dari asumsi penulis sendiri.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
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. 9 Ramalan Penjualan Tahun 2024 (Rupiah)

Bulan	Varian *Cookies*								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		***Walnut Cookies***		***Double Dark Chocolate Cookies***		***Matcha White Chocolate Cookies***		
	Pcs	**3Pcs**	**Pcs**	**3Pcs**	**Pcs**	**3Pcs**	**Pcs**	**3Pcs**	
Januari	Rp5,610,000	Rp8,142,000	Rp4,163,000	Rp7,535,000	Rp2,392,000	Rp7,480,000	Rp2,783,000	Rp9,984,000	Rp48,089,000
Febuari	Rp5,678,000	Rp8,418,000	Rp4,140,000	Rp7,315,000	Rp2,369,000	Rp6,985,000	Rp2,967,000	Rp8,512,000	Rp46,384,000
Maret	Rp5,729,000	Rp8,234,000	Rp4,140,000	Rp7,150,000	Rp2,346,000	Rp7,260,000	Rp3,220,000	Rp8,192,000	Rp46,271,000
April	Rp5,644,000	Rp8,326,000	Rp4,301,000	Rp7,040,000	Rp2,323,000	Rp7,425,000	Rp3,289,000	Rp8,512,000	Rp46,860,000
Mei	Rp5,627,000	Rp8,188,000	Rp3,864,000	Rp7,150,000	Rp2,553,000	Rp7,150,000	Rp3,381,000	Rp8,448,000	Rp46,361,000
Juni	Rp5,678,000	Rp8,188,000	Rp3,841,000	Rp8,800,000	Rp2,645,000	Rp7,480,000	Rp3,335,000	Rp8,256,000	Rp48,671,000
July	Rp5,780,000	Rp8,234,000	Rp3,381,000	Rp8,745,000	Rp2,668,000	Rp7,150,000	Rp3,335,000	Rp9,216,000	Rp47,549,000
Agustus	Rp6,358,000	Rp8,556,000	Rp3,910,000	Rp9,130,000	Rp2,691,000	Rp7,425,000	Rp3,197,000	Rp10,048,000	Rp50,483,000
September	Rp6,256,000	Rp8,878,000	Rp4,301,000	Rp9,625,000	Rp2,438,000	Rp6,325,000	Rp3,358,000	Rp10,176,000	Rp51,229,000
Oktober	Rp5,916,000	Rp8,602,000	Rp4,370,000	Rp9,240,000	Rp2,346,000	Rp6,655,000	Rp3,174,000	Rp10,304,000	Rp50,479,000
November	Rp6,426,000	Rp9,936,000	Rp4,370,000	Rp10,065,000	Rp2,369,000	Rp6,490,000	Rp3,289,000	Rp9,856,00	Rp53,249,000
Desember	Rp6,460,000	Rp10,166,000	Rp5,106,000	Rp10,120,000	Rp3,013,000	Rp6,600,000	Rp3,703,000	Rp9,920,000	Rp55,024,000
Total Per Tahun (2024)									Rp590,649,000

Sumber: Data di olah Tabel 4.8

Data ini di dapatkan dari data di tabel 4.8 dengan cara dikalikan pada harga penjualan dari masing-masing *cookies.*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
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 Ramalan Penjualan Tahun 2025 (Pcs/3Pcs)

Bulan	Varian *Cookies*								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		*Walnut Cookies*		*Double Dark Chocolate Cookies*		*Matcha White Chocolate Cookies*		
	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	
Januari	380	190	239	157	138	146	139	170	1559
Febuari	384	170	238	153	136	135	148	143	1507
Maret	387	186	238	149	135	132	161	137	1526
April	382	188	247	147	134	135	164	144	1541
Mei	381	175	222	149	147	130	169	132	1506
Juni	384	175	221	184	152	125	167	136	1543
July	391	180	194	183	153	129	167	138	1535
Agustus	430	194	225	190	155	125	160	136	1615
September	423	192	247	197	140	122	168	140	1789
Oktober	401	196	251	193	135	130	159	150	1749
November	435	220	251	191	136	136	164	155	1689
Desember	436	244	294	212	173	143	185	177	1864
Total Per Tahun (2025)									19130

Sumber: Data di olah Tabel 4.8

Diasumsikan penjualan pada tahun ini meningkat sebesar 15%, asumsi ini bersumber dari asumsi penulis sendiri.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
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. 11 Ramalan Penjualan Tahun 2025 (Rupiah)

Bulan	Varian *Cookies*								Total Per Bulan
	Chocolate Chip Cookies		*Walnut Cookies*		*Double Dark Chocolate Cookies*		*Matcha White Chocolate Cookies*		
	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	Pcs	3Pcs	
Januari	Rp6,460,000	Rp8,740,000	Rp13,145,000	Rp8,690,000	Rp2,760,000	Rp8,030,000	Rp3,197,000	Rp10,880,000	Rp61,902,000
Febuari	Rp6,528,000	Rp7,820,000	Rp13,090,000	Rp8,415,000	Rp2,720,000	Rp7,425,000	Rp3,404,000	Rp9,152,000	Rp58,554,000
Maret	Rp6,596,000	Rp8,556,000	Rp13,090,00	Rp8,250,000	Rp2,700,000	Rp7,260,000	Rp3,703,000	Rp8,768,000	Rp58,923,000
April	Rp6,494,000	Rp8,648,000	Rp13,585,000	Rp8,085,000	Rp2,680,000	Rp7,425,000	Rp3,772,000	Rp9,216,000	Rp59,905,000
Mei	Rp6,477,000	Rp8,050,000	Rp12,210,000	Rp8,250,000	Rp2,940,000	Rp7,150,000	Rp3,887,000	Rp8,448,000	Rp57,412,000
Juni	Rp6,528,000	Rp8,050,000	Rp12,155,000	Rp10,120,000	Rp3,040,000	Rp6,875,000	Rp3,841,000	Rp8,704,000	Rp59,313,000
July	Rp6,647,000	Rp8,280,000	Rp10,670,000	Rp10,065,000	Rp3,060,000	Rp7,095,000	Rp3,841,000	Rp8,832,000	Rp58,490,000
Agustus	Rp7,310,000	Rp8,924,000	Rp12,375,000	Rp10,505,000	Rp3,100,000	Rp6,875,000	Rp3,680,000	Rp8,704,000	Rp61,473,000
September	Rp7,191,000	Rp8,832,000	Rp13,585,000	Rp10,835,000	Rp2,800,000	Rp6,710,000	Rp3,864,000	Rp8,960,000	Rp62,777,000
Oktober	Rp6,800,000	Rp9,016,000	Rp13,805,000	Rp10,615,000	Rp2,700,000	Rp7,150,000	Rp3,657,000	Rp9,600,000	Rp63,343,000
November	Rp7,395,000	Rp10,120,000	Rp13,805,000	Rp10,505,000	Rp2,720,000	Rp7,480,000	Rp3,772,000	Rp9,920,000	Rp65,717,000
Desember	Rp7,429,000	Rp11,224,000	Rp16,170,000	Rp11,660,000	Rp3,460,000	Rp7,865,000	Rp4,255,000	Rp11,328,000	Rp73,391,000
Total Per Tahun (2025)									Rp679,298,000

Sumber: Data di olah Tabel 4.10

Data ini di dapatkan dari data di tabel 4.10 dengan cara dikalikan pada harga penjualan dari masing-masing *cookies.*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

C. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:212), *"Market segmentation is Dividing a market into distinct groups of buyers who have fifferent needs, characteristics, or behaviors and who might require separate marketing strategies or mixes".* Yang artinya segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku tertentu yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran pemasaran yang terpisah. Perusahaan mengidentifikasi cara yang berbeda untuk segmen pasar. Segmen pasar merupakan sebuah kelompok konsumen yang ketika diberi cara pemasaran yang sama, respon yang muncul akan mirip. Konsumen dapat dikelompokkan pada beberapa segmentasi yaitu

1. Segmentasi Geografis

Menurut Kotler dan Kevin Lane Keller (2015:268), *"Geographic segmentation divides the market into geographical units such as nations, states, regions, counties, cities, or neighborhoods".* Yang artinya segmentasi geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis seperti negara, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan". Perusahaan dapat beroperasi dimanapun namun tetap harus memperhatikan kondisi geografis bahwa orang yang hidup diwilayah tertentu memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda.

Secara geografis, Bake Addict memiliki ruang lingkup yang luas dimana Bake Addict sendiri memiliki fokus penjualan secara *online* mensegmenkan konsumen yang berada di seluruh Jakarta.

© 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

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Segmentasi Demografis

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:214), *"Demographic segmentation divides the market into segments based on variables such as age, life-cycle stage, gender, income, occupation, education, religion, ethnicity, and generation".* Yang artinya segmentasi demografis membagi pasar menjadi segmen-segmen berdasarkan pada variabel-variabel tersebut sebagai usia, tahap siklus hidup, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, etnis, dan generasi.

Berdasarkan hasil kuesioner yang didapatkan, segemntasi demografis dari Bake Addict sebagian besar ialah perempuan, mahasiswa dan berumur 21-25 tahun.

3. Segmentasi Psikografis

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:215), *"Psychographic segmentation divides buyers into different segments based on lifestyle or personality characteristics. People in the same demographic group can have very different psychographic characteristics."* Yang artinya segmentasi psikografis membagi pembeli menjadi segmen yang berbeda berdasarkan gaya hidup atau karakteristik kepribadian. Orang-orang dalam kelompok demografis yang sama dapat memiliki karakteristik psikografis yang sangat berbeda.

Berdasarkan segmentasi psikografis Bake Addict berfokus pada target kelas sosial menengah ke bawah. Penulis memilih kelas sosial ke bawah dikarenakan agar semua masyarakat dapat menikmati produk yang kita tawarkan.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Segmentasi Perilaku

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:216), *"Behavioral segmentation Dividing a market into segments based on consumer knowledge, attitudes, uses of a product, or responses to a product."* Yang artinya Segmentasi perilaku membagi pasar menjadi segmen berdasarkan pada pengetahuan konsumen, sikap, penggunaan suatu produk, atau tanggapan terhadap suatu produk.

Berdasarkan segmentasi perilaku, Bake Addict memfokuskan konsumen yang menyukai cemilan. Bake Addict juga menjadi pilihan yang baik untuk dijadikan parsel diacara ulangtahun, arisan dan sebagainya. Cocok bagi konsumen yang gemar mengonsumsi cemilan sehat tanpa bahan pengawet.

D. Strategi Pemasaran

Berikut adalah beberapa strategi pemasaran yang harus dilakukan dalam sebuah usaha:

1. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:230), *"Through product differentiation, brands can be differentiated on features, performance, or style and design."* Yang artinya Melalui diferensiasi produk, merek dapat dibedakan berdasarkan fitur, kinerja, atau gaya dan desain. Bake Addict menyadari pentingnya diferensiasi dalam menjalankan usahanya, maka Bake Addict memiliki perbedaan dalam hal produksi, dimana para pelanggan bisa mendapatkan produk yang sangat berkualitas, contohnya pelanggan dapat mendapatkan kukis (cookies) yang *fresh*, dimana produk akan dibuat sesuai dengan tanggal yang ditetapkan.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Positioning

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:223), *positioning* adalah penempatan merk produk kedalam pikiran konsumen. Bake Addict, *cookies* sehat bebas bahan pengawat dengan harga yang bersahabat.

3. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:309), *"Customer value–based pricing uses buyers' perceptions of value as the key to pricing. Value-based pricing means that the marketer cannot design a product and marketing program and then set the price. Price is considered along with all other marketing mix variables before the marketing program is* set." Yang artinya *customer value based pricing* menggunakan prinsip nilai pembeli sebagai kunci untuk harga. Penetapan harga berbasis nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat merancang produk dan program pemasaran dan kemudian menetapkan harganya. Harga merupakan salah satu faktor penting yang harus dipertimbangkan bersamaan dengan variabel *marketing mix* lainnya sebelum menjalankan bisnis.

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:310) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga produk atau jasa, yaitu:

a. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (Value-Based Pricing)

Penetapan harga berdasarkan nilai adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan yang menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran

kompetitif yang berbeda-beda. Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu:

1) Penetapan harga dengan nilai yang baik

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.

2) Penetapan harga dengan nilai tambah

Melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

b. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (Cost-Based Pricing)

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko. Terdapat dua pendekatan yaitu *cost plus pricing* dengan menambah *markup standard* untuk biaya produk.

Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan *markup*, berikut adalah rumus untuk menentukan harga:

1) Biaya Unit = Biaya Variabel + (Biaya Tetap / Jumlah Penjualan)
2) Harga *Mark-Up* = Biaya / (1- Laba Penjualan yang diinginkan)

c. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (Competition-Based Pricing)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran (produk, harga,

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.

tempat, dan promosi) yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan.

Berdasarkan teori diatas, Bake Addict menggunakan strategi harga berdasarkan persaingan. Harga sebaiknya tidak lebih mahal ketimbang pesaing karena harga merupakan salah satu faktor mempengaruhi minat konsumen.

Berikut merupakan harga produk di Bake Addict:

Gambar 4. 2 Gambar Menu Bake Addict

Sumber: Bake Addict

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.

Tabel 4.12

Harga Pokok Penjualan *Chocolate Chip Cookies*

Keterangan	Harga Satuan	Penggunaan	Harga
Tepung roti	Rp12.000/1000gr = Rp12/gr	115gr	Rp1.380
Purpose flour	Rp12.000/1000gr = Rp12/gr	90gr	Rp1.080
Garam	Rp11.000/1000gr = Rp11/gr	8gr	Rp88
Baking soda	Rp75.000/500gr = Rp150/gr	4gr	Rp600
Mentega	Rp150.000/2000gr = Rp75/gr	240gr	Rp18.000
Dark brown sugar	Rp38.000/1000gr = Rp38/gr	180gr	Rp6.840
White sugar	Rp32.000/500gr = Rp64/gr	100gr	Rp6.400
Vanilla	Rp28.000/50gr = Rp560/gr	10gr	Rp5.600
Telur	Rp2.700/1 = Rp2.700/gr	2	Rp5.400
Cokelat batang	Rp54.000/1000gr = Rp54/gr	55gr	Rp2.970
Choco chip	Rp300.000/2500gr = Rp120/gr	55gr	Rp6.600
Listrik	Rp900.000/540.000watt = Rp1,666	140watt	Rp233
Gas	Rp420.000/72.000gr = Rp5,833	100gr	Rp583
Total			Rp43.774/20 = Rp2.188

Sumber: Bake Addict

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Saluran Distribusi

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:159), saluran distribusi adalah semua organisasi yang saling terkait dalam menyampaikan produk dari produsen sampai dapat dikonsumsi oleh komsumsi akhir.

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:162), adapun saluran distribusi secara terperinci adalah sebagai berikut:

a. Produsen- Konsumen

Produsen menjual dan mendistribusikan langsung kepada konsumen akhir tanpa menggunakan saluran distribusi.

b. Produsen- Pengecer- Konsumen

Penjualan dan pendistribusian produk dari produsen sampai kepada konsumen akhir dengan memanfaatkan satu saluran, misalnya pengecer.

c. Produsen- Grosir- Pengecer- Konsumen

Penjualan dan pendistribusian produk dari produsen sampai kepada konsumen akhir dengan memanfaatkan dua saluran misalnya grosir dan pengecer.

d. Penjualan- Grosir- Pedagang Besar- Pengecer- Konsumen Akhir

Penjualan dan pendistribusian produk dari produsen sampai kepada konsumen akhir dengan memanfaatkan dua saluran, misalnya grosir dan pengecer.

Berdasarkan saluran distribusi tersebut, maka dapat dilihat bahwa Bake Addict menggunakan saluran distribusi langsung atau produsen- konsumen, karena sebagai *onlineshop cookies* secara langsung menjual produknya kepada konsumen tanpa melalui perantara

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik BI 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.

E. Strategi Promosi

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:78), *"Promotion refers to activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it."* Yang artinya promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Agar promosi berjalan efektif dan efisien, Bake Addict melakukan beberapa cara untuk promosi sebagai berikut:

i. Media Sosial

Dalam melakukan promosi penjualan, Bake Addict menggunakan media sosial berupa *instagram, line dan Whatsapp.* Langkah ini dipilih karena tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk memperkenalkan perusahaan kepada konsumen. Alasan utama menggunakan media sosial dalam memasarkan produk yaitu dikarenakan efektif dalam menjangkau target konsumen.

ii. Diskon

Diskon merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen. Bake Addict memberikan diskon tiap pembelian 3 *cookies* dengan varian yang sama akan diberikan potongan seharga Rp.5000.

iii. *Packaging*

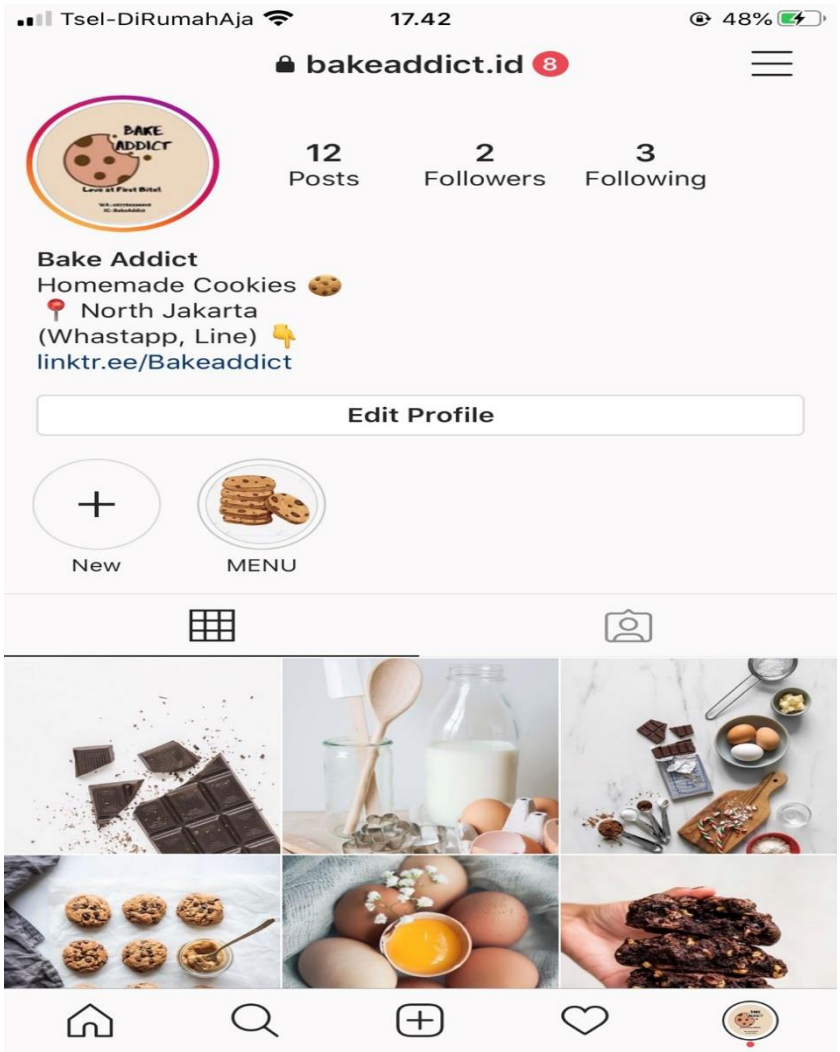
Packaging produk Bake Addict menggunakan toples transparan dan *paperbag* kertas sehingga mudah untuk dibawa kemanapun.

iv. *Endorse*

Endorse merupakan salah satu cara promosi yang paling efektif. Bake Addict *mengendorse* produk ke selebgram-selebgram yang ternama untuk menarik perhatian

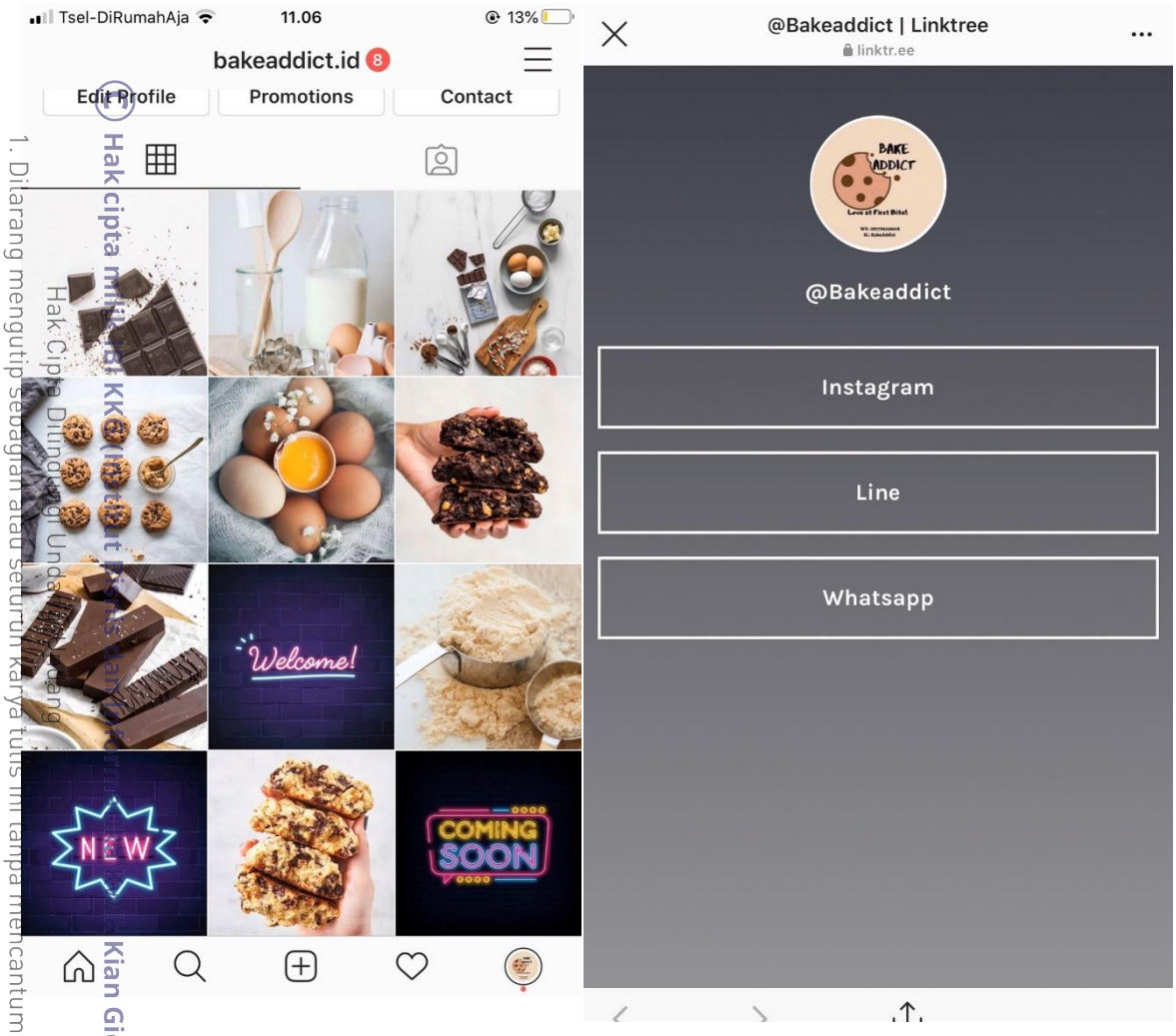
konsumen. Dengan adanya *review* dari selebgram maka akan meningkatkan kepercayaan pembeli untuk melakukan keputusan pembelian di Bake Addict.

Gambar 4. 3 Akun Instagram Bake Addict



Sumber: Bake Addict

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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



Sumber: Bake Addict

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.