KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

© 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.

A. Produk yang Dihasilkan

Menurut Kotler & Armstrong, (2001: 346), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014;7), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan mengakibatkan perpindahan dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan barang fisik atau tidak.

Barang dan jasa yang dihasilkan oleh Kafe *Book & Gelato* berupa es krim *gelato* dan berbagai jenis minuman dan suasana didalam kafe yang berasa seperti didalam perpustakan namun dengan konsep yang modern sehingga memudahkan konsumen untuk berkumpul, bersosialisasi serta membaca berbagai macam buku yang disediakan oleh kafe *Book & Gelato*.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 4. 1

Logo Kafe *Book & Gelato*

Sumber : Kafe *Book & Gelato*

Gambar 4. 2

Menu Kafe *Book & Gelato*

Sumber : Kafe *Book & Gelato*

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. 1

Penjelasan mengenai Gelato yang disediakan

No	Gambar	Nama Menu	Penjelasan
1		*Vanilla Gelato*	Es Krim dengan rasa vanilla bisa juga ditambah dengan berbagai macam toping yang mengugah selera.
2		*Chocolate Gelato*	Es Krim Coklat dengan tambahan buah untuk penghias dan juga dapat dimakan sesuai keinginan konsumen.
3		*Dragon Fruit Gelato*	Es krim dengan rasa asli buah naga baik buah naga merah maupun yan biasa dengan rasa yang menyegarkan dan menyehatkan.
4		*Strawberry Gelato*	Es krim dengan rasa stoberi dengan bulir – bulir buah stoberi asli dengan rasa asam dan manis dari buah stoberi.
5		*Manggo Gelato*	Es krim dari buah manga asli sehingga menghasilkan rasa yang manis dari buah mangga.

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.

6		*Gelato Durian*	Es krim dengan rasa durian dengan tambahan berupa buah durian yang dibuat dengan gula asli.

Sumber : Data Diolah

B. Gambaran Pasar

Gambaran Pasar sangat berguna bagi kafe *Book & Gelato* untuk mengetahui berapa jumlah total penjualan yang didapat dari bisnis yang digeluti sehingga pemilik dapat mengetahui langkah – langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan setiap tahunnya. Berikut tabel mengenai proyeksi penjualan kafe *Book & Gelato* selama tahun 2021

Tabel 4. 2

Ramalan penjualan Produk 2021

(dalam unit)

Bulan	Small Cup	Medium Cup	Large Cup	Take Away	Toppings	total per bulan
Januari	200	400	300	150	500	1.550
Februari	300	400	300	150	500	1.650
Maret	300	400	300	150	500	1.650
April	200	400	300	200	600	1.700
Mei	500	500	400	250	500	2.150
Juni	500	500	400	280	650	2.330
Juli	400	500	300	200	650	2.050
Agustus	450	450	450	300	550	2.200
September	450	450	450	300	550	2.200
Oktober	400	400	300	250	600	1.950
November	500	550	550	425	700	2.725
Desember	800	550	550	425	700	3.025
Total Per tahun	**5.000**	**5.500**	**4.600**	**3.080**	**7.000**	**25.180**

Sumber : Data diolah

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

Tabel 4. 3

Ramalan penjualan Tahun 2021 – 2025

(dalam rupiah)

menu	2021			2022			2023			2024			2025		
	unit	harga	total	unit	harga	total	unit	harga	total	unit	harga	total	unit	harga	total
Small Cup	5.000	30.000	150.000.000	6.000	33.000	198.000.000	7.200	36.300	261.360.000	8.640	40.000	345.600.000	10.368	44.000	456.192.000
Medium Cup	5.500	35.000	192.500.000	6.600	38.500	254.100.000	7.920	42.400	335.808.000	9.504	47.000	446.688.000	11.404	52.000	593.008.000
Large Cup	4.600	45.000	207.000.000	5.520	49.500	273.240.000	6.624	54.500	361.008.000	7.948	60.000	476.880.000	9.538	66.000	629.508.000
Take Away	3.080	55.500	170.940.000	3.696	60.500	223.608.000	4.435	66.600	295.371.000	5.322	73.500	391.167.000	6.386	81.000	517.266.000
Toppings	7.000	5.000	35.000.000	8.200	5.500	45.100.000	9.840	6.000	59.040.000	11.808	6.500	76.752.000	14.169	7.000	99.183.000
Total	25.180		755.440.000	30.016		994.048.000	36.019		1.312.587.000	43.222		1.737.087.000	51.865		2.295.157.000

Sumber : Data diolah

© 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
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa kafe *Book & Gelato* selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Penjualan juga mengalami kenaikan terutama dengan harga yang juga mengalami kenaikan sebesar 10% dari tahun ke tahun. Juga dapat dilihat bahwa setiap bulan mengalami kenaikan pengunjung yang berbeda – beda sesuai dengan waktu liburan.

C. Target Pasar yang Dituju

Targeting menurut Kotler dan Amstrong (2014) adalah proses mengevaluasi setiap daya tarik segmen kemudian memilih satu atau lebih karakteristik untuk dilayani. Targeting adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar. Targeting atau menetapkan target pasar merupakan tahap selanjutnya dari analisis segmentasi. Produk dari targeting adalah target market (pasar sasaran), yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran. Proses targeting mencerminkan kenyataan bahwa perusahaan harus mengidentifikasi pelanggan yang dapat diakses dan dilayani secara efektif dan efisien.

Kafe *Book & Gelato* mempunyai target pasar yang dituju berupa keluarga, pelajar/mahasiswa. dengan jenis kelamin umumnya laki – laki dan perempuan, dan usia antara 10 tahun hingga usia 25 tahun yang secara finansial berada di kelas menengah atas dan kelas sosial yang memililki gaya hidup senang berkumpul, serta ingin mencoba berbagai rasa gelato yang jarang ditemukan di beberapa daerah sekitaran Jakarta. Secara geografis target pasar yang dituju adalah masyarakat yang berada di sekitaran Jakarta.

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

D. Startegi Pemasaran

Menurut Philip Kotler (pemasaran: 2014), *marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan secara terus- menerus untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. *Marketing mix* adalah suatu strategi *marketing* yang menjelaskan bagaimana cara menjual suatu produk dengan se-efektif mungkin sehingga sesuai dengan sasaran dan target.

Kafe *Book & Gelato* karena menawarkan barang maka *marketing mix* yang digunakan adalah 4P yang terdiri dari:

1. Product

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan di pasar berupa barang dan jasa. Produk yang diciptakan harus bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen yang merupakan target pasar perusahaan. Juga harus memiliki keunikan tersendiri, sehingga selain produk/ jasa dapat menciptakan kepuasan kebutuhan dan keinginan konsumen, dapat menciptakan kesan yang tidak terlupakan dalam benak konsumen. Produk yang Kafe *Book & Gelato* tawarkan yaitu campuran barang dan jasa. Barang yang kami tawarkan berupa makanan dan minuman serta beberapa buku yang dapat dibaca oleh konsumen saat berada di kafe.

2. Price

Harga dalam suatu produk atau jasa biasanya disesuaikan dengan indikator kualitas, persepsi, kemudian keuntungan. Untuk harga menu, Kafe *Book & Gelato* menetapkan harga yang berbeda untuk setiap ukuran cup yang ada yaitu berkisar antara Rp. 30.000 (tiga puluh ribu rupiah) hingga harga Rp 55.000 (lima puluh lima ribu rupiah), sedangkan untuk harga topping ditetapkan dengan harga yang sama yaitu Rp 5.000 (lima ribu rupiah.

©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

3. Place

Suatu kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mempermudah konsumen memperoleh suatu produk. Dalam hal ini perusahaan harus mampu membuat produk atau jasa mereka mudah untuk didapatkan dengan pencarian lokasi yang tepat. Lokasi kafe *Book & Gelato* berada di Jalan Tanjung Duren Barat Raya No. 361 C, RT.7/RW.3, Tanjung Duren, Grogol petamburan, Jakarta Barat. lokasi ini dipilih karena berada tepat di pinggir jalan dan berada tepat di belakang mall, yaitu Mall Neo Soho di daerah tanjung duren, lokasi ini juga dipilih karena dekat dengan beberapa universitas di daerah Jakarta Barat.

4. Promotion

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk. Tujuannya adalah supaya sebuah produk dikenal, kemudian bisa menarik perhatian konsumen. Ada beberapa cara dalam melakukan promosi yaitu *advertising* (iklan), *personal selling*, *publicity*, *sales promotion* dan *direct marketing*. Strategi Promosi yang dilakukan Kafe *Book & Gelato* berupa *Advertising*, *personal selling* dan *Sales Promotion.*

E. Strategi Promosi

Promosi adalah suatu akitivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Menurut Philip Kotler, pengertian promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi “promotional mix”.

© 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

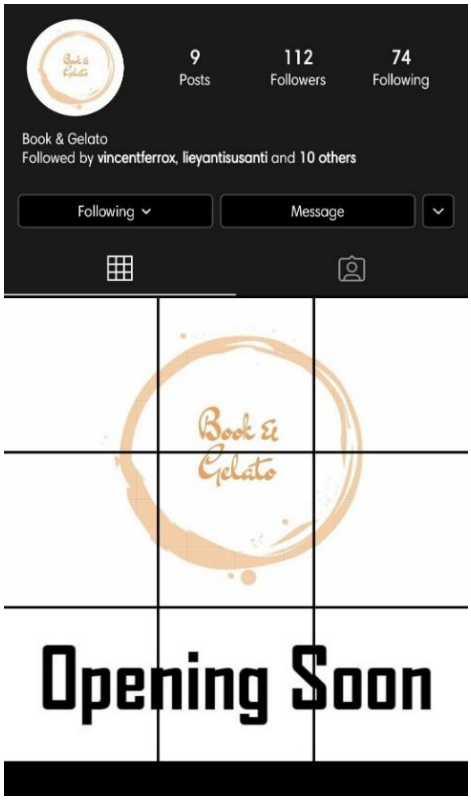
Strategi Promosi yang dilakukan Kafe *Book & Gelato* berupa *Advertising*, *personal selling* dan *Sales Promotion.* Berikut merupakan penjelasan strategi promosi yang di lakukan oleh kafe *Book & Gelato* :

A. *Advertising* (Iklan)

Untuk *advertising* (iklan) merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh suatu bisnis, karena iklan digunakan untuk menarik konsumen untuk mau berbelanja di perusahaan. Kafe Book & Gelato akan melakukan pemasaran melalui akun *Instagram* Book & Gelato untuk membagikan kegiatan sehari – hari kafe *Book & Gelato*, juga akan melakukan iklan melalui *Instagram Ads* dan *Youtube Ads.* Berikut merupakan gambar dari Instagram kafe *Book & Gelato* serta contoh iklan yang akan di tayangkan di *Instagram Ads*.

Gambar 4. 3

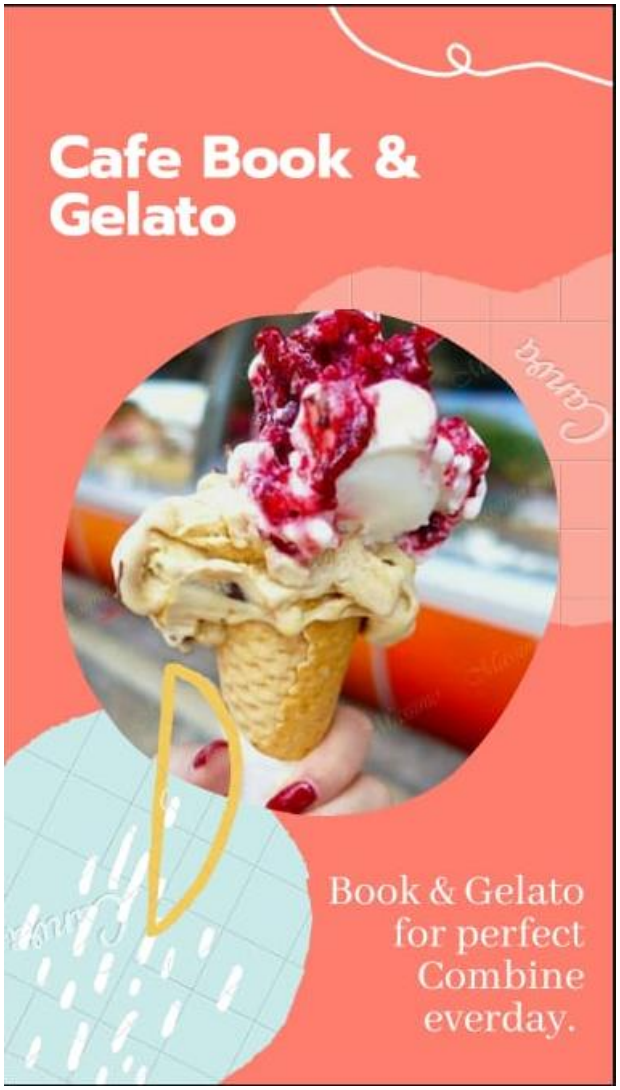
***Instagram* Kafe Book & Gelato**



Sumber : Kafe *Book & Gelato*

Gambar 4. 4

Instagram Ads* Kafe *Book & Gelato



Sumber : Kafe *Book & Gelato*

B. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Untuk *sales Promotion* yang akan dilakukan Kafe *Book & Gelato* yaitu mengundang Food Bloger untuk datang ke kafe *Book & Gelato* dengan memberikan beberapa contoh *gelato* yang dapat dicoba dan memberikan review yang akan di masukan ke dalam youtube maupun blognya. Serta melakukan promosi *Buy 10 Get 1 free* untuk setiap pelanggan setia Kafe *Book & Gelato*. Kafe *Book & Gelato* kedepannya juga akan bekerjasama dengan Dana dan Ovo untuk memberikan diskon cashback

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

kepada konsumen yang melakukan pembayaran mengunakan Dana dan Ovo sehingga lebih banyak konsumen yang tertarik yang mau datang dan membeli karena ada berbagai macam promo menarik yang dapat ditawarkan.

C. *Personal Selling* (Penjualan Langsung)

Sedangkan untuk Personal Selling, kafe *Book & Gelato* melakukan penjualan di dalam kafe dimana konsumen datang dan melakukan pemesanan kepada karyawan yang ada di dalam kafe saat itu. Penjualan langsung yang dilakukan baik secara *take away* maupun makan ditempat. Kafe *Book & Gelato* juga menyediakan tempat untuk kegiatan acara seperti ulang tahun, meeting dan sebagainya dengan melakukan reservasi paling lama seminggu sebelum acara dilakukan sehingga dapat dilakukan persiapan terlebih dahulu sebelumnya. Kafe *Book & Gelato* buka dari pukul 10:00 hingga pukul 22:00 setiap harinya. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh Kafe *Book & Gelato* akan dibagikan melalui Instagram Kafe *Book & Gelato*.

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