

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

A. Produk/ Jasa Dihasilkan

Produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, kualitas, merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya. Menurut Kotler dan Armstrong(2018, 272) terkait pengertian produk, “*A product is anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need.*” yang artinya produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, *events*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide.

Produk yang disediakan *Kedai Mikul Dhuwur* tergolong dalam barang *Consumer Goods* karena merupakan barang konsumsi yang dibutuhkan banyak orang, yang masuk dalam kategori *Convenience Goods* dan *Non-Durable Goods* artinya produk tidak tahan lama dan harus segera dikonsumsi ketika proses pengolahan selesai.

1. Produk yang dijual *Kedai Mikul Dhuwur* adalah produk makanan dan minuman cepat saji. Makanan yang terjual ada 7 jenis makanan yaitu cakwe, *Jumeokbpa*, *Manggo Sticky Rice*, *Tsukiji Salmon Wrap*, *Oriental Chicken Wrap*, *Caesar Wrap*, *Vegan Mexican Wrap* serta 5 varians terdiri dari Choco, Pandan, Thai Tea, Taro, Kaya, Original (Saus Cabai Merah) yang artinya ada total jumlah makanan





ada 11 Jenis (bisa liat tabel 4.1) dan topping terdiri dari Biskuit Lottus, Biskuit Oreo, Biskuit Cookies Vanilla, Biskuit Matcha, Extra Keju sedangkan minuman terjual memiliki 1 produk minuman yang terbuat dari bahan dasar kentan dan susu terdiri dari Susu Kentan Rasa Red Velvet, Susu Kentan Rasa Halzenut, Susu Kentan Rasa Matcha, Susu Kentan Rasa Original serta diberi tambahkan diatas minuman yaitu topping, topping terdiri dari Biskuit Lottus, Biskuit Oreo, Biskuit Cookies Vanilla, Biskuit Matcha, Extra Keju dapat disajikan dalam bentuk panas dan dingin. Berikut produk Kedai Mikul Dhuwur yang ditawarkan:

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




Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Tabel 4.1

Produk / Menu Kedai Mikul Dhuwur

NO	MAKANAN	
1	Cakwe Dipping Taro	
2	Cakwe Dipping Thai Tea	
3	Cakwe Dipping Kaya	

4	Cakwe Dipping Pandan	
5	Cakwe Dipping Choco	
6	Tsukiji Salmon Wrap	
7	Oriental Chicken Wrap	
8	Caesar Salad Wrap	

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




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

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.

9	Vegan Mexican Wrap		
10	Mango Sticky Rice		
11	Jumeokbap		
NO	MINUMAN		
1	Susu Kentan Rasa Red Velvet		
2	Susu Kentan Rasa Matcha		



© 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.

3	Susu Kentan Rasa Halzenut		
4	Susu Kentan Rasa Original		

Sumber : *Instragram , CheffMama*

2. Harga Produk

Kedai Mikul Dhuwur diberikan harga mulai dari Rp. 20,000 sampai dengan Rp. 45,000. Rincian perbedaan harga masing-masing produk dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 4.2

Harga Menu Produk Makanan & Minuman Kedai Mikul Dhuwur

JENIS PRODUK	HARGA
MAKANAN	
Tsukiji Salmon Wrap	Rp. 40,000
Oriental Chicken Wrap	Rp. 35,000
Caesar Salad Wrap	Rp. 25,000
Vegan Mexican Wrap	Rp. 25,000
Mango Sticky Rice	Rp. 45,000
Cakwe Dipping Taro	Rp. 30,000
Cakwe Dipping Thai Tea	Rp. 30,000
Cakwe Dipping Kaya	Rp. 30,000
Cakwe Dipping Pandan	Rp. 30,000
Cakwe Dipping Choco	Rp. 30,000
Jumeokbap	Rp. 27,000
MINUMAN	
Susu Kentan Rasa Red Velvet	Rp. 25,000
Susu Kentan Rasa Matcha	Rp. 25,000
Susu Kentan Rasa Halzenut	Rp. 25,000
Susu Kentan Rasa Original	Rp. 20,000

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur



Selain produk yang diatas sudah dijelaskan adapun logo, logo ini dapat menjadikan identitas sebuah produk/ perusahaan yang terdapat adanya simbol dan gambar untuk diperkenalkan oleh para konsumen/ dibenahkan oleh konsumen sebagai mencerminkan makna dan harga diri sebagai mewujudkan citra yang baik dan serta mampu dapat dipercaya serta menu dari *Kedai Mikul Dhuwur* sebagai berikut :

Gambar 4.1

Logo Kedai Mikul Dhuwur



Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

Gambar 4.1 adalah logo dari *Kedai Mikul Dhuwur* yang memiliki banyak makna mulai dari lambang tudung saji yang terdapat uap mengartikan bahwa setiap hidangan yang disajikan di Kedai Mikul Dhuwur selalu fresh, tulisan *Mikul Dhuwur* menandakan nama dari kedai dengan tulisan hitam dengan latar belakang putih menjadikan logo cocok digunakan pada setiap objek dan mudah dilihat pada siang atau malam, serta ditambah selogan bertuliskan “Enak Gak Harus Mahal” menandakan produk yang ditawarkan memiliki cita rasa khas dan enak namun tetap terjangkau untuk semua kalangan konsumen. Warna yang dipilih adalah latar putih dengan tulisan hitam yang memiliki makna warna putih yaitu menunjukkan kebersihan dan kejujuran yang sesuai dengan kinerja pelayanan di *Kedai Mikul Dhuwur* yang menjunjung tinggi kebersihan dan kejujuran dalam pelayanan serta warna hitam yang mencolok jika dipadukan dengan latar putih dengan tujuan agar logo kedai akan

© 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.



terkesan *Eye Catching* sehingga menjadi daya tarik saat pertama kali melihatnya.

B. C **Gambaran pasar**

Ramalan penjualan sangat penting bagi pemilik *Kedai Mikul Dhuwur* untuk dapat diukur dari jumlah total penjualan yang akan dilakukan sehingga mendapatkan strategi yang akan dilaksanakan untuk ditingkatkan penjualan. Berikut tabel tentang ramalan penjualan *Kedai Mikul Dhuwur* :

Tabel 4.3

Ramalan Penjualan Makanan Secara *Online* Kedai Mikul Dhuwur Tahun 2022

(Dalam Unit)

Bulan	Cakwe Dipping Taro	Cakwe Dipping Thai Tea	Cakwe Dipping Kaya	Cakwe Dipping Pandan	Cakwe Dipping Choco	Tsukiji Salmon Wrap	Oriental Chicken Wrap	Caesar Salad Wrap	Vegan Mexican Wrap	Mango Sticky Rice	Jumeokbap	TOTAL
Januari	540	480	450	510	600	660	720	780	840	900	960	7440
Februari	567	504	473	536	630	693	756	819	882	945	1008	7812
Maret	595	529	496	562	662	728	794	860	926	992	1058	8203
April	625	556	521	590	695	764	833	903	972	1042	1111	8613
Mei	663	500	469	531	625	688	750	813	875	938	1000	7751
Juni	675	600	563	638	750	825	900	975	1050	1050	1200	9227
Juli	743	660	619	701	825	908	990	1073	1155	1155	1320	10149
Agustus	780	693	650	736	866	953	1040	1126	1213	1213	1386	10657
September	819	728	682	773	910	1001	1092	1183	1274	1274	1456	11190
Oktober	860	764	716	812	955	1051	1146	1242	1337	1337	1528	11749
November	903	802	752	853	1003	1103	1204	1304	1404	1404	1605	12337
Desember	1083	963	903	1023	1204	1324	1444	1565	1685	1685	1926	14804
TOTAL	8752	7780	7293	8266	9724	10697	11669	12642	13614	13935	15559	119931

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

Ramalan penjualan menu makanan Secara *Online* di *Kedai Mikul Dhuwur* didasarkan pada penjualan harian dari hari Senin s/d Minggu yang paling sedikit akan terjual produk cakwe rasa Taro sebanyak 18 porsi per hari, cakwe rasa thai tea sebanyak 16 porsi per hari, cakwe rasa kaya sebanyak 15 porsi per hari, cakwe rasa pandan sebanyak 17 porsi per hari, cakwe rasa choco 20 porsi per hari, terjual produk jumeokbpa sebanyak 32 porsi per hari, terjual produk *mango sticky rice* sebanyak 30 porsi per hari, terjual produk *Tsukiji salmon wrap* sebanyak 22 porsi per hari, oriental chicken wrap sebanyak 24 porsi per hari, *Caesar salad wrap* sebanyak 26 porsi per hari dan *vegan mexican wrap* sebanyak 28 porsi per hari.

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 izin IBIKKG.
 - 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 4.4

Ramalan Penjualan Makanan Secara Offline Kedai Mikul Dhuwur Tahun 2022

(Dalam Unit)

Bulan	Cakwe Dipping Taro	Cakwe Dipping Thai Tea	Cakwe Dipping Kaya	Cakwe Dipping Pandan	Cakwe Dipping Choco	Tsukiji Salmon Wrap	Oriental Chicken Wrap	Caesar Salad Wrap	Vegan Mexican Wrap	Mango Sticky Rice	Jumeokbpa	TOTAL
Januari	270	240	210	180	150	120	330	360	300	390	420	2970
Februari	284	252	221	189	158	126	347	378	315	410	441	3119
Maret	298	265	232	198	165	132	364	397	331	430	463	3274
April	313	278	243	208	174	139	382	417	347	451	486	3438
Mei	281	250	219	188	156	125	344	375	313	406	438	3094
Juni	338	300	263	225	188	150	413	450	375	488	525	3713
Juli	371	330	289	248	206	165	454	495	413	536	578	4085
Agustus	390	347	303	260	217	173	477	520	433	563	635	4318
September	409	364	318	273	227	182	500	546	455	591	667	4534
Oktober	430	382	334	273	239	191	525	573	478	621	700	4747
November	451	401	351	287	251	201	552	602	501	652	736	4984
Desember	542	481	421	344	301	211	579	632	527	685	772	5494
TOTAL	4376	3890	3404	2872	2431	1915	5266	5744	4787	6223	6861	47769

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

Ramalan penjualan menu makanan Secara *Offline* di *Kedai Mikul Dhuwur* di dasarkan pada penjualan harian dari hari Senin s/d Minggu yang paling sedikit akan terjual produk cakwe rasa Taro sebanyak 9 porsi per hari, cakwe rasa thai tea sebanyak 8 porsi per hari, cakwe rasa kaya sebanyak 7 porsi per hari, cakwe rasa pandan sebanyak 6 porsi per hari, cakwe rasa choco 5 porsi per hari, terjual produk jumeokbpa sebanyak 14 porsi per hari, terjual produk *mango sticky rice* sebanyak 13 porsi per hari, terjual produk *Tsukiji salmon wrap* sebanyak 4 porsi per hari, oriental chicken wrap sebanyak 11 porsi per hari, *Caesar salad wrap* sebanyak 12 porsi per hari dan *vegan mexican wrap* sebanyak 10 porsi per hari.

Hak cipta dilindungi undang-undang
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian dari isi laporan ini tanpa izin IBIKKG.

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

b. Penugasan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.5

Ramalan Penjualan Minuman Secara *Offline* Kedai Mikul Dhuwur 2022

(Dalam Unit)

Bulan	Susu Ketan Rasa Red Velvet	Susu Ketan Rasa Halzenut	Ketan Susu Rasa original	Ketan Susu Rasa Matcha	Total
Jan	450	250	200	300	1200
Feb	473	263	210	315	1260
Maret	496	276	221	331	1323
Apr	521	289	232	347	1389
Mei	469	260	208	313	1250
Jun	563	313	250	375	1500
Jul	619	344	275	413	1650
Agu	650	361	289	433	1733
Sep	682	379	303	455	1819
Okt	716	398	318	478	1910
Nov	752	418	334	501	2006
Des	903	501	401	602	2407
TOTAL	7293	4052	3241	4862	19449

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Ramalan penjualan menu minuman secara *offline* di *Kedai Mikul Dhuwur* didasarkan padapenjualan harian dari hari Senin s/d Minggu yang paling sedikit akan terjual produksusu kentan rasa red velvet sebanyak 15 gelas per hari, susu kentan rasa halzenut sebanyak 8 gelas per hari, susu kentan rasa original sebanyak 7 gelas per hari ,dan susu kentan rasa matcha sebanyak 10 gelas per hari.

Hak cipta milk 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.6

Ramalan Penjualan Minuman Secara Online Kedai Mikul Dhuwur 2022

(Dalam Unit)

Bulan	Susu Kentan Rasa	Susu Kentan Rasa	Susu Kentan	Susu Kentan Rasa	Total
Januari	750	900	810	960	3420
Februari	788	945	851	1008	3591
Maret	827	992	893	1058	3771
April	868	1042	938	1111	3959
Mei	781	938	844	1000	3563
Juni	938	1125	1013	1200	4276
Juli	1031	1238	1114	1320	4703
Agustus	1083	1300	1170	1386	4939
September	1137	1365	1228	1456	5185
Oktober	1194	1433	1290	1528	5445
November	1254	1254	1354	1605	5466
Desember	1504	1504	1625	1926	6559
TOEAL	12156	14035	13128	15559	54878

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

Ramalan penjualan menu minuman secara *online* di *Kedai Mikul Dhuwur* didasarkan pada penjualan harian dari hari Senin s/d Minggu yang paling sedikit akan terjual produk susu kentan rasa red velvet sebanyak 25 gelas per hari, susu kentan rasa halzenut sebanyak 30 gelas per hari, susu kentan rasa original sebanyak 27 gelas per hari, dan susu kentan rasa matcha sebanyak 32 gelas per hari.

Hak cipta milik IBIKKG (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 4.7

Ramalan Penjualan Makanan Secara Online Kedai Mikul Dhuwur Tahun 2022

Makanan	Unit	Harga (Rp)	Total
Cakwe Dipping Taro	8752	25.000	Rp 218.799.309
Cakwe Dipping Thai Tea	7780	25.000	Rp 194.488.274
Cakwe Dipping Kaya	7293	25.000	Rp 182.332.757
Cakwe Dipping Pandan	8266	25.000	Rp 206.643.792
Cakwe Dipping Choco	9724	25.000	Rp 243.110.343
Jumeokbpa	15559	22000	Rp 342.299.363
Mango Sticky Rice	13935	40000	Rp 557.411.939
Tsukiji Salmon Wrap	10697	35000	Rp 374.389.928
Oriental Chicken Wrap	11669	30000	Rp 350.078.894
Caesar Salad Wrap	12642	20000	Rp 252.834.757
Vegan Mexican Wrap	13614	20000	Rp 272.283.584
TOTAL			Rp 3.194.672.941

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

© 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.

Tabel 4.8

Ramalan Penjualan Makanan Secara *Offline* Kedai Mikul Dhuwur Tahun 2022

Makanan	Unit	Harga (Rp)	Total
Cakwe Dipping Taro	8752	25.000	Rp 218.799.309
Cakwe Dipping Thai Tea	7780	25.000	Rp 194.488.274
Cakwe Dipping Kaya	7293	25.000	Rp 182.332.757
Cakwe Dipping Pandan	8266	25.000	Rp 206.643.792
Cakwe Dipping Choco	9724	25.000	Rp 243.110.343
Jumeokbpa	15559	22000	Rp 342.299.363
Mango Sticky Rice	13935	40000	Rp 557.411.939
Tsukiji Salmon Wrap	10697	35000	Rp 374.389.928
Oriental Chicken Wrap	11669	30000	Rp 350.078.894
Caesar Salad Wrap	12642	20000	Rp 252.834.757
Vegan Mexican Wrap	13614	20000	Rp 272.283.584
TOTAL			Rp 3.194.672.941

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

© 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.

Tabel 4.9

Ramalan Penjualan Minuman Secara *Online* Kedai Mikul Dhuwur 2022

Minuman	Unit	Harga (Rp)	Total
Susu Kentan Rasa Red Velvet	12156	20000	Rp 243.110.343
Susu Kentan Rasa Halzenut	14035	20000	Rp 280.699.619
Susu Kentan Rasa original	13128	15000	Rp 196.919.378
Susu Kentan Rasa Matcha	15559	20000	Rp 311.181.239
TOTAL			Rp 1.031.910.579

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Tabel 4.10

Ramalan Penjualan Minuman Secara *Offline* Kedai Mikul Dhuwur 2022

Minuman	Unit	Harga (Rp)	Total
Susu Kentan Rasa Red Velvet	7293	20000	Rp 145.866.206
Susu Kentan Rasa Halzenut	4052	20000	Rp 81.036.761
Susu Kentan Rasa original	3241	15000	Rp 48.622.609
Susu Kentan Rasa Matcha	4862	20000	Rp 97.244.137
TOTAL			Rp 1.031.910.579

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Teknik peramalan menggunakan metode kualitatif yaitu dengan asumsi sebagai berikut :

1. Penjualan di bulan januari bergantung pada efektifitas promosi yang sudah

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.

berjalan sebelum kedai di buka hingga akhir bulan januari, sehingga hasil penjualan belum menunjukkan jumlah yang signifikan.

2. Seiring berjalannya waktu penjualan tiap bulan kedai Mikul Dhuwur semakin meningkat sebesar 5% dari bulan sebelumnya yang berlangsung hingga bulan april.
3. Pada bulan mei penjualan mengalami penurunan karena mayoritas konsumen beragama muslim menjalankan ibadah puasa yang menyebabkan penurunan jumlah penjualan sebanyak 10% karena kedai baru mulai rama menjelang jam buka puasa.
4. Kemudian terjadi peningkatan yang signifikan pasca bulan ramadhan yaitu di bulan juni sebesar 20% karena kepercayaan konsumen yang telah nyaman atas service yang diberikan selama bulan puasa.
5. Pada bulan juli terjadi peningkatan sebesar 10% karena nama Kedai Mikul Dhuwur semakin terkenal di kalangan masyarakat dan terdapat hari libur kenaikan kelas anak sekolah pada bulan ini.
6. Dari penjualan di bulan juli terdapat peningkatan secara konstan pada bulan berikutnya sebesar 5% setiap bulannya hingga bulan desember. Karena *Kedai Mikul Dhuwur* memanfaatkan berbagai event hari raya nasional seperti HUT RI 17 Agustus, *Long weekend holiday*, Hari Raya Natal, dan lain-lain.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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

Tabel 4.11

Anggaran Penjualan Secara *Online* Kedai Mikul Dhuwur tahun 2022-2026

Tahun	Penjualan	
2022	Rp	3.794.329.981
2023	Rp	4.173.762.979
2024	Rp	4.591.139.277
2025	Rp	5.050.253.204
2026	Rp	5.555.278.525

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Tabel 4.12

Anggaran Penjualan Secara *Offline* Kedai Mikul Dhuwur tahun 2022-2026

Tahun	Penjualan	
2022	Rp	1.467.842.501
2023	Rp	1.614.626.751
2024	Rp	1.776.089.426
2025	Rp	1.953.698.369
2026	Rp	2.149.068.205

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Karena Indonesia memiliki laju inflasi yang cukup tinggi yang menyebabkan harga kebutuhan bahan-bahan pokok meningkat, menyebabkan harga bahan baku dan perlengkapan yang dibutuhkan Kedai Mikul Dhuwur meningkatkan juga.



Inflasi ini sangat berpengaruh dalam management keuangan di Kedai Mikul Dhuwur maka dari itu untuk memastikan semua kebutuhan bahan baku, perlengkapan, biaya operasional, gaji karyawan hingga target penjualan dapat terus dipenuhi ditetapkan kenaikan harga 10% tiap tahun untuk setiap menu.

Tabel 4.13

Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Indonesia Tahun 2016-2020

Bulan	2016		2017		2018		2019		2020 ¹⁾	
	IHK	Inflasi	IHK	Inflasi	IHK	Inflasi	IHK	Inflasi	IHK	Inflasi
Januari	123,62	0,51	127,94	0,97	132,10	0,62	135,83	0,32	104,33	0,39
Februari	123,51	-0,09	128,24	0,23	132,32	0,17	135,72	-0,08	104,62	0,28
Maret	123,75	0,19	128,22	-0,02	132,58	0,20	135,87	0,11	104,72	0,10
April	123,19	-0,45	128,33	0,09	132,71	0,10	136,47	0,44	104,80	0,08
Mei	123,48	0,24	128,83	0,39	132,99	0,21	137,40	0,68	104,87	0,07
Juni	124,29	0,66	129,72	0,69	133,77	0,59	138,16	0,55	105,06	0,18
Juli	125,15	0,69	130,00	0,22	134,14	0,28	138,59	0,31	104,95	-0,10
Agustus	125,13	-0,02	129,91	-0,07	134,07	-0,05	138,75	0,12	104,90	-0,05
September	125,41	0,22	130,08	0,13	133,83	-0,18	138,37	-0,27	104,85	-0,05
Oktober	125,59	0,14	130,09	0,01	134,2	0,28	138,40	0,02	104,92	0,07
November	126,18	0,47	130,35	0,2	134,56	0,27	138,60	0,14	105,21	0,28
Desember	126,71	0,42	131,28	0,71	135,39	0,62	139,07	0,34	105,68	0,45
Tingkat Inflasi		3,02		3,61		3,13		2,72		1,68

Sumber : <https://www.bps.go.id/statictable/2009/06/15/907/indeks-harga-konsumen-dan-inflasi-bulanan-indonesia-2006-2021.html>

Berdasarkan nilai rata-rata laju inflasi diatas yang terlihat naik turun sebesar 2,8% memungkinkan akan menyentuh angkat 4-5% ditahun-tahun berikutnya, dan ditambah kesepakatan management untuk meningkatkan upah gaji sebesar 5% menjadi alasan diambil angka 10% untuk peningkatan harga jual setiap tahun.

C. Target Pasar yang Di tuju

1. Segmentasi

Segmentasi Pasar merupakan proses pengelompokan pasar ke dalam kelompok pembeli yang potensial dengan kebutuhan yang sama atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan yang sama

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



pula. Dalam target pasar dalam pelaku bisnis membutuhkan segmentasi apalagi segmentasi pasar ini akan berfokus pada organisasi maupun individu pada konsumen. Hal ini dapat dilihat dari berbagai kriteria salah satunya dalam segmentasi pasar ini kriteria yang akan dibutuhkan seperti kebutuhan pelanggan, budaya, gaya hidup, sensitif harga, kesetiaan pelanggan, penggemar, jaringan, konteks.

Dalam buku Marketing Plan dalam bisnis (2017) karya Titik Wijayanti Beberapa bagian dalam variabel dalam segmentasi pasar yaitu segmentasi Geografis, Demografis, Psikografis, Perilaku. Sebagai berikut variabel yang ada di segmentasi pasar :

a. Segmentasi Geografis

Dalam Segmentasi Geografis dibagi menjadi beberapa pengelompokan yaitu wilayah, negara, kota, desa, provinsi, kabupaten, kecamatan, iklim. Daerah geografis yang dipandang potensial dan menguntungkan akan menjadi target operasi *Kedai Mikul Dhuwur*.

Dalam Segmentasi geografis sangatlah diperlukan dalam pemilihan lokasi untuk menjadikan target untuk berkembang bisnis yang akan dicapai suatu keberhasilan bisnis, oleh karena pemilihan lokasi pada *Kedai Mikul Dhuwur* pada lokasi daerah PIK (Pantai Indah Kapuk) di Rukan Exclusive Jl. Bukit Golf Mediterania, Pantai Indah Kapuk RT 07/RW 02 Kamal Muara, Penjaringan lokasi tersebut dengan perumahan serta jalan aetri, jalan aetri ini adalah jalan yang menghubungkan antara ruko dengan perumahan serta

wisata, hotel dan banyak Kawasan industri bidang kuliner. Hal ini adalah menjadikan target *Kedai Mikul Dhuwur* untuk mencapai target

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.

pada konsumen.

b) Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis membantu untuk melakukan pembagian calon konsumen berdasarkan usia, pendidikan, jenis kelamin, pendapatan. Karena *Kedai Mikul Dhuwur* menyediakan hidangan yang cocok untuk segala usia dan harga relatif terjangkau maka target konsumen yaitu semua orang yang berusia 13- 55 tahun dari segala bidang profesi/ pekerjaan yang melingkupi kalangan pria dan kalangan wanita.

Berdasarkan segmentasi diatas *Kedai Mikul Dhuwur* dapat membagi segmentasi tersebut secara jelas yaitu sebagai berikut:

1. Usia dan Masa Hidup, produk yang dijual serta tempat yang nyaman dan aman menjadikan *Kedai Mikul Dhuwur* sangat cocok untuk melayani semua konsumen mulai usia 12 tahun hingga lanjut usia yang membuat daya beli terus meningkat.

Jenis Kelamin, produk yang dijual merupakan produk yang terbuat dari bahan yang segar serta merupakan produk yang sehat, produk *Kedai Mikul Dhuwur* sangat cocok dinikmati untuk semua kalangan pria dan wanita.

2. Pendapatan, *Kedai Mikul Dhuwur* memberikan harga terjangkau pada setiap produknya jika dengan uang Rp 50,000 satu orang dapat menikmati 1 sajian makanan dan 1 sajian minuman, maka semua masyarakat yang berpenghasilan Rp. 1,500,000 dapat dikatakan adalah

© 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 konsumen.

c) Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis membantu klarifikasikan konsumen berdasarkan kelas sosial dan gaya hidup, karena semua kalangan di Indonesia memiliki kebiasaan yang senang berkumpul didampingi dengan makanan ringan sebagai teman ngobrol menjadikan kedai mikul dhuwur memiliki potensi penjualan yang tinggi karena produk yang disajikan cocok untuk dihidangkan saat berkumpul dengan teman-teman, keluarga, sahabat.

Segmentasi gaya hidup modern juga berpengaruh pada penjualan di *Kedai Mikul Dhuwur*, karena kedai memberikan pelayanan online order membuat seluruh masyarakat yang senang membeli makanan dan minuman secara *daring/online* dapat selalu dilayani setiap hari tanpa harus datang langsung ke kedai dan dapat diantar kemana pun sesuai titik antar.

d) Segmentasi Perilaku

Segmentasi Perilaku mengelompokkan sifat dari calon konsumen berdasarkan penggunaan, sikap, pengetahuan, dan reaksi terhadap barang yang dibeli, karena diyakni produk Kedai Mikul Dhuwur memiliki kualitas dan rasa yang cocok untuk semua kalangan serta tampilan yang menarik menjadikan produk yang disajikan akan menarik lebih banyak konsumen serta pelanggan tetap karena kesan yang muncul dari para pembeli akan tersebar dari mulut ke mulut dan menjadikan brand Kedai Mikul Dhuwur semakin meningkat. Ditambah dengan banyak pilihan produk *Healthy Food* membuat kedai menjadi

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

terkenal sebagai kedai yang mendukung gaya hidup sehat.

2. Target Pasar

Berdasarkan hasil pengamatan pada segmentasi, Segmentasi berdasarkan perilaku dapat dikelompokkan dengan praktik dibagimenjadi konsumen dalam kelompok sesuai dengan atribut seperti *loyalitas*, penggunaan, kesempatan dasar pengetahuan, sikap, respon terhadap suatu produk .

Setelah berhasil mengelompokkan para calon konsumen *Kedai Mikul Dhuwur* menargetkan para konsumen berada di sekitar wilayah PIK (Pantai Indah Kapuk) khususnya anak-anak muda yang berkumpul dengan teman-teman pada suatu kedai dan menargetkan pegawai kantor serta semua masyarakat yang senang memesan pesanan melalui aplikasi *Online*.

D. Strategi Pemasaran

Diferensiasi

Menurut Kotler diferensiasi produk yaitu tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller menurut Kotler dan Keller (2016:393) ada enam indikator yang dapat dijadikan pengukuran terhadap kualitas produk yang terdiri dari:

a. Bentuk

Banyak produk dapat didiferensiasikan berdasarkan bentuk-ukuran, model, atau struktur fisik produk. *Kedai Mikul Dhuwur* menggunakan *paper box* dengan bahan Kertas Kraft yang berukuran M

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



dengan berat 310 gsm , paper box sebagai tahan panas juga sangat ramah bagi lingkungan hal ini sebagai bisa untuk *take away* ataupun *dine-in*.

Gambar 4.2

Packaging Makanan Kedai Mikul Dhuwur



Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Gambar 4.3

Packaging Minuman Kedai Mikul Dhuwur

Packaging Versi Bottle & Reusable



Sumber : *Shopee*

© 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.



a. Fitur

Kedai Mikul Dhuwur akan selalu mengembangkan fitur-fitur baru didalam resep yang disediakan mengikuti perkembangan trend dan sesuatu yang sedang viral karena sesuatu yang viral sudah pasti menjadi daya tarik para konsumen yang ingin mencoba varian baru tersebut. Serta fitur-fitur akan diterapkan pada kemasaan produk yang akan memudahkan konsumen dalam menikmati produk yang disajikan.

b. kualitas Kesesuaian

Ini berkaitan dengan kesesuaian antara kinerja dan kualitas produk dengan standar yang telah ditetapkan. Kualitas Kinerja yang dilakukan oleh *Kedai Mikul Dhuwur* ini dengan menggunakan sistem *SOP (Standar Operasional Prosedur)*, Sistem *SOP (Standar Operational Prosedur)* yang dilakukan sebagai pedoman/acuan didalam melaksanakan pekerjaan atau dapat bisa dikatakan menambah/ meningkatkan *Skill* dengan melakukan pelatihan pada pegawai agar diasah. Oleh karena itu *SOP (Standar Operational Prosedur)* untuk meningkatkan proses berkembangnya/ proses berjalannya yang dilakukan oleh *Kedai Mikul Dhuwur* maka dapat dibagi menjadi beberapa tahap agar memiliki kualitas dan citra rasa dengan bahan baku yang masih segar antara lain pertama, mulai dari pemeriksa bahan baku/ bahan makanan dari *supplier*(pemasok) seperti *vertifikasi* bahan makanan atau memeriksa *container* agar tidak kontaminasi kedua pembuatan sumber bahan makanan/ bahan baku agar kondisi tetap menjaga kebersihan pada bahan baku makanan sehingga dapat tetap memiliki citra rasa, dengan cara ini

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.

dapat membuat resep/racikan sendiri yang belum ada ditemui ditempatlain/ gerai/toko.

c. Kualitas Kinerja

Dalam Kualitas Kinerja ini dapat berdampak pada suatu kualitas produk dengan cara ini dapat dilakukan oleh *Kedai Mikul Dhuwur* untuk pertajam *skill* para pegawai/ karyawan dengandilakukan pelatihan disetiap tenaga kerja.

Dengan Kualitas Kinerja ini dengan menggunakan sistempelayanan pada *Kedai Mikul Dhuwur* untuk menjaga kualitas kinerja dengan cara sistem pelayanan yang dilakukan ini dengan menggunakan sistem pelayanan *table service* dengan tipe *America Table Service*, Sistem pelayanan tipe *America Table Service* ini yang makanan diolah, dibuat, dan ditata dari dapur dan sehingga *waiter* kemudian mengambilnya agar segera dihidangkan di meja makanan sehingga kebutuhan yang disesuaikan dengan para tamu datang dikarenakan mengikuti perkembangan zaman.

d. Gaya

Kedai Mikul Dhuwur di lengkapi dengan ruangan terbuka dan ruangan tertutup yang mengusung konsep “*Drive in with semi outdoor and ready to cook*” yang artinya menjadikan ikon tersebut sebagai ikon dengan konsep pesan dari parkirannya sekaligus serta layanan siap memasak para konsumen. Konsep bagian *Drive in* dengan *semi outdoor* ini terdapat adanya konsep yang pesan makanan dari parkirannya yang artinya konsumen atau para pembeli ini bisa dapat memesan makanan di dalam mobil serta kasir datang ke mobil konsumen, dengankonsep

© 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.



ready cook ini sekaligus para konsumen ini tanpa perlu repot serta dapat memproses membeli makanan serta dapat bahan baku yang kita disediakan dan di racik oleh pemilik kedai istilah nya makanan disiapkan kepara konsumen (makanan siap dimasak). Agar para berkunjung/ para kaum muda dapat merasakan kenyamanan selama berkunjung. Selain disebutkan oleh penulis adapun gaya yang terdapat pada tata cara makan dengan menggunakan satu set alat makan (sendok & sumpit).

Positioning

Menurut Kotler dan Amstrong (2018 : 228) Positioning adalah suatu tindakan untuk mendesain penawaran perusahaan serta image sehingga menciptakan tempat dan nilai tersendiri dalam pikiran konsumen. Dengan kata lain *positioning* adalah suatu tindakan atau langkah-langkah dari perusahaan untuk menempatkan produk di dalam pikiran konsumen sasaran dimana perusahaan tersebut memiliki pembeda atau ciri khas yang dapat diunggulkan dengan pesaing-pesaing lainnya.

Kedai Mikul Dhuwur akan memposisikan sebagai kedai yang menjadikan favorit para anak muda atau semua orang yang hobby berkumpul sembari menikmati suatu cemilan saat ngobrol yang duduk pada meja yang sama. Serta membangun *brand* yang akan dikenal masyarakat sebagai Kedai yang menyediakan hidangan yang enak dengan harga terjangkau dan memiliki rasa yang cocok untuk semua orang sesuai selera masing-masing.

Penetapan Harga

Kotler & Amstrong (2016:324) mendefinisikan bahwa : “Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value

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.

that customers exchange for the benefits or having or using the product or service”.(harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa).

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa serta memberikan pemasukan bagi perusahaan yang memproduksi produk atau jasa tersebut.

a. Customer Value - Based Pricing

Penetapan harga bersumber pada nilai artinya ialah menetapkan

harga bersumber pada anggapan nilai dari pembeli, bukan dari pengeluaran penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain sesuatu produk maupun program pemasaran serta kemudian menetapkan harga. Penetapan harga bersumber pada nilai wajib sanggup menawarkan gabungan yang memang pas antara mutu dan layanan yang bagus pada harga yang normal. Industri yang mengenakan penetapan harga bersumber pada nilai wajib mendapatkan nilai- nilai yang pembeli bagikan buat penawaran kompetitif yang berbeda- beda. Strategi ini dibagi jadi 2, ialah:

(1) Good – Value Pricing

Tata cara dalam menentukan sebuah kombinasi yang tepa tantara kualitas yang diberikan terhadap harga yang diberikan sesuai nilai



kewajaran.

(2) *Value – Added Pricing*

Strategi nilai tambah merupakan strategi yang dapat digunakan untuk menaikkan nilai jual pada suatu produk tanpa harus menawarkan pemotongan biaya tetapi dengan menambahkan suatu bonus pada setiap penjualan.

b. *Cost – Based Pricing*

sebagai menentukan suatu harga produk dengan mempertimbangkan biaya-biaya yang ada, seperti biaya produksi, biaya distribusi atau transportasi, dan biaya penjualan.

(1) *Cost – Plus Pricing (Markup Pricing)*

Strategi ini dilakukan dengan menaikkan harga dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan ke dalam biaya sebuah produk. Adapun rumus menentukan harga :

$$(a) \text{ Biaya Unit} = \text{Biaya Variabel} + (\text{Biaya Tetap} / \text{Jumlah Penjualan})$$

$$(b) \text{ Harga Mark-Up} = \text{Biaya Unit} / (1 - \text{Laba Penjualan yang Diinginkan}).$$

(2) *Break – Even Analysis dan Target Profit Pricing*

Pada strategi ini perusahaan berusaha untuk menentukan harga dimana akan mencapai titik impas atau membuat target pengembalian yang dicari. Rumus untuk menentukan harga :
Break even volume = biaya tetap/ (harga – biaya variabel).





(3) *Competition – Based Pricing*

Menetapkan harga berdasarkan harga-harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Metode ini tidak selalu berarti menetapkan harga yang persis sama dengan pesaing, namun bisa pula menggunakan harga pesaing sebagai patokan atau pembandingan untuk penetapan harga produk.

Metode penentuan harga yang digunakan oleh Kedai Mikul Dhuwur adalah strategi penetapan harga berdasarkan *Cost – Based Pricing* dengan fokus *Break – Even Analysis* dan *Target Profit Pricing*, dimana *Kedai Mikul Dhuwur* menetapkan harga dengan melihat biaya-biaya yang sudah dikeluarkan baik itu biaya produksi, biaya sewa dan upah yang harus dibayarkan, Kedai Mikul Dhuwur menentukan titik impas dan dinaikan harganya untuk mendapatkan margin keuntungan barulah akan menentukan harga paket produk yang ditawarkan serta dapat menenjukan harga ditetapkan.

4. Saluran Distribusi

Menurut Heizer, Render, dan Munson (2017): “*Supply Chain Management describes the coordination of all supply chain activities, starting with raw materials and ending with a satisfied customer*”. Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa manajemen rantai pasokan menggambarkan koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Untuk menjamin ketersediaan bahan baku untuk memenuhi target penjualan tiap

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.

hari dibutuhkan jaringan distribusi yang lancar antara *supplier* dengan pemilik kedai serta menjamin akses lancar antara pembeli dengan penjual sehingga tingkat penjualan secara online dapat terus meningkat karena jaringan distribusi yang lancar.

Dalam kegiatan distribusi pemilik usaha akan melalui beberapa *channel* adapun *channel* distribusi ini merupakan sebuah kesatuan yang saling berhubungan antara pengguna jasa dan pengguna produk dengan penyedia jasa dan pemilik produk pada setiap level menjelaskan bagaimana suatu produk atau jasa dapat diterima oleh pemesan.

a. Channel 1

Pemesan produk tidak dapat menerima langsung barang yang dibutuhkan dari pihak produsen sehingga pemesan produk hanya bisa melakukan pembelian di agen yang telah ditunjuk oleh produsen. Contohnya konsumen tidak dapat membeli tepung langsung ke pabrik namun harus membeli di agen/ pasar.

b. Channel 2

Produsen membuka koneksi melalui para agen yang ditunjuk sebagai pengecer produk mereka sehingga para agen menugas sebagai perantara kepada konsumen untuk menjadi distributor yang tidak tetap. Contohnya peternak telur hanya mengantar hasil panen ke para pedagang yang telah ditunjuk sebagai agen sehingga tidak semua pedagang dapat menjual telur.

c. Channel 3

Distribusi ini merupakan kemampuan yang dimiliki oleh produsen yang dapat berperan sebagai distributor tunggal dan pengecer sehingga

C 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



dapat memenuhi kebutuhan industri dan rumah tangga disaat bersamaan.

Teori diatas, *Kedai Mikul Dhuwur* menggunakan teori distribusi channel 2 yaitu produsen menawarkan produk yang dijual dengan cara yang dipilih oleh pemilik usaha yaitu dengan cara membuka kedai dan pendaftaran kedai ke aplikasi-aplikasi online menyediaa jasa pelayanan online dalam hal pesanan makanan. Berikut adalah saluran Distribusi *Kedai Mikul Dhuwur* sebagai berikut :

Gambar 4.4

Saluran Distribusi Kedai Mikul Dhuwur



Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Saluran distribusi *Kedai Mikul Dhuwur* diatur secara ringkas dan mudah yaitu dalam proses pelayanan pelanggan hanya akan melewati 3 pos distribusi terdiri dari pos pemasok, proses dalam kedai, dan penerimaan produk oleh konsumen. Design saluran distribusi diatas diatur sedemikian rupa agar proses pelayanan kepada konsumen dapat dieksekusi dan diselesaikan secara cepat dan mudah, karena dalam bisnis *food and baverages* dituntut kecepatan dan kemudah dalam penyediaan produk oleh produsen kepada konsumen mulai dari penerimaan bahan baku hingga terbentuk produk siap konsumsi. Proses yang terjadi pada ke 3 pos tersebut yaitu :

© 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.



1. Pos Pemasok:

Pada pos pemasok proses yang terjadi adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pemilihan bahan baku dan perlengkapan dapur yang dikemas dan dipastikan kesegarannya untuk memenuhi permintaan dari Kedai Mikul Dhuwur. Seluruh bahan dan perlengkapan yang sudah sesuai langsung dikirim ke gudang kedai sesuai hari/tanggal/waktu yang ditetapkan management, transaksi kepada pemasok dilakukan secara langsung dengan pembayaran lunas ketika barang sampai di gudang karena pemasok yang ditunjuk pihak kedai dilakukan secara langsung.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Pos *Kedai Mikul Dhuwur* :

Pada pos *Kedai Mikul Dhuwur* terjadi proses pembagian bahan baku sesuai tempat penyimpanan serta pembersihan bahan baku sebelum diletakan pada ruang penyimpanan bahan baku sesuai kriteria masing-masing barang, kemudian sebagai pihak yang bertanggung jawab atas proses produksi sajian menu maka setelah bahan baku didapatkan *Kedai Mikul Dhuwur* memproses bahan baku dibantu dengan alat dan perlengkapan yang tersedia untuk menyelesaikan suatu order dari menu-menu yang ditawarkan.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Pos Konsumen :

Setelah melewati dua pos diatas bahan baku yang telah dipilih dan disediakan oleh pemasok serta telah melalui proses pengolahan yang baik dan benar sesuai standar keamanan pangan, maka pada pos ini konsumen hanya perlu menerima hasil jadi dari proses pengolahan tersebut dan menikmati hidangan yang telah disediakan.

Untuk mendukung minat konsumen yang tinggi dalam permintaan produk maka proses distribusi ke pihak konsumen harus dapat memberikan akses yang

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.

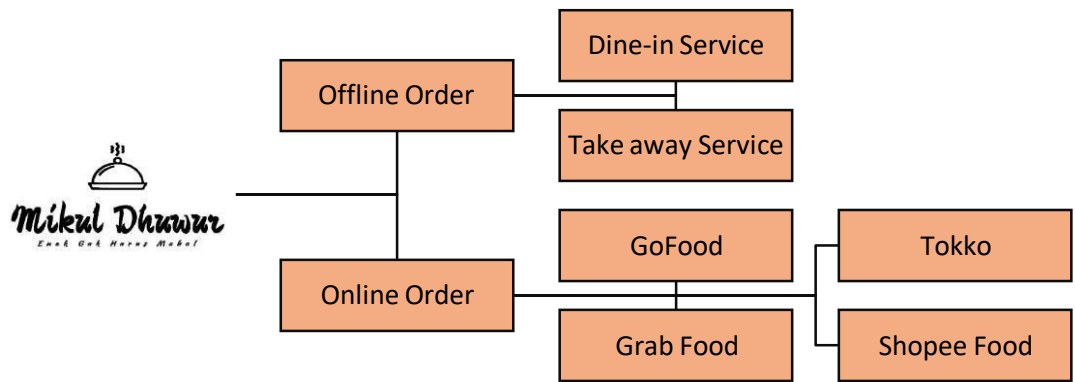
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



luas kepada siapa pun yang mengetahui keberadaan *Kedai Mikul Dhuwur*, dengan demikian proses distribusi produk ke konsumen dapat dilihat pada gambar 4.5 di bawah ini:

Gambar 4.5

Saluran Distribusi Kedai Ke Konsumen



Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Diatas merupakan alur dari proses pelayanan konsumen yang membeli produk di *Kedai Mikul Dhuwur*, alur penerimaan *Order* dibagi menjadi 2 cara berbeda yaitu:

- *Offline Order*
Offline Order merupakan sistem pelayanan yang menyediakan pelayanan makan ditempat/*dine-in* yang dapat dilaksanakan sesuai jam operasional kedai, serta melayani seluruh konsumen yang ingin membawa pulang produk/*take away* sesuai dengan pesanan yang diberikan kepada pelayan atau kasir.
- *Online Order*
Online Order merupakan sistem pelayanan dengan melibatkan alat bantu digital dan jaringan telekomunikasi/internet yang dapat

© 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.

dilaksanakan setiap saat untuk membantu seluruh konsumen yang berada jauh atau di luar area kedai untuk tetap dapat melakukan pemesanan dan menikmati produk dari Kedai Mikul Dhuwur. Dengan demikian untuk memenuhi permintaan tersebut kedai mendaftarkan badan usahanya ke aplikasi-aplikasi penyedia layanan *online shop* seperti *GoFood, Grab Food, Shopee Food, dan Tokko* agar seluruh konsumen dapat menikmati menu *Kedai Mikul Dhuwur* dimana pun sesuai lokasi atau titik antar pesanan.

a. Strategi Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong dalam bukunya (2018, 360) mengemukakan, “*Promotion is Developing and spreading persuasive communications about an offer.*” *A company’s total promotion mix—also called its marketing communications mix—consists of the specific blend of advertising, public relations, personal selling, sales promotion, and direct marketing tools that the company uses to engage consumers, persuasively communicate customer value, and build customer relationships.*” (Kotler dan Armstrong, 2018, 424-425). sebagai berikut :

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan yang dilakukan oleh Kedai Mikul Dhuwur menggunakan portofolio media digital dan serta dapat menghubungkan merek dengan menggunakan tampilan digital. Adapun *platform* iklan online yang akan digunakan oleh Kedai Mikul Dhuwur ini dilakukan dengan *cara Google Adwords, Facebook Ads, Instagram Ads, Twitter Ads, Tokko, Grab-*

C 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.



Food, Go-Food, Shoppe Food, Website.

2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Dalam kegiatan promosi penjualan yang dilakukan di *Kedai Mikul Dhuwur* dengan melakukan mengikuti berbagai moment-moment seperti *event, bazar* kuliner sebagai pengenalan/ peluncuran produk baru dan juga adapun metode yang harus dilakukan dengan cara metode-metode promosi dalam penjualan seperti promosi kekinian, yang dimaksud promosi kekinian itu dengan adanya penawaran *special* seperti potongan harga dan juga ada *buy 1 get 1* dengan cara ini sebagai jangka panjang dalam proses promosi penjualan terhadap produk yang akan diluncurkan.

3. Penjualan perseorangan (*Personal Selling*)

Personal selling yang dikaryawan/ pegawai *Kedai Mikul Dhuwur* yang bekerja di kedai akan berinteraksi para karyawan dengan konsumen dengan melayani konsumen dengan cara tatap muka (*face to face*) sehingga dengan cara memudahkan untuk berinteraksi antara karyawan dengan konsumen sehingga dapat memungkinkan mengetahui umpan balik (*feedback*) dan penyesuaian dengan memberikan kenyamanan serta dapat dilihat dari tindakan para pembeli konsumen/ calon konsumen.

4. *Public Relation (PR)*

Kedai Mikul Dhuwur dalam digunakan *PR (Public Relation)* terdapat adanya menjalin hubungan/ kerja sama dengan pemilik kedai dengan orang lain/ hubungan masyarakat sehingga yang didapatkan oleh publisitasikan yang akan menjadikan sebagai mendorong prospek

© 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.



terhadap produk yang akan memberikan serta menjadikan sebagai kekuatan seperti halnya dapat membangun citra produk yang baik dengan cara ini dapat memberikan kesan maupun citra yang baik terhadap produk ataupun pelayanan terhadap konsumen.

Dengan cara menjalin kerja sama agar dapat dipublikasikan yang dilakukan oleh *Kedai Mikul Dhuwur* contohnya memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap pelanggan/ konsumen dengan melakukan komitmen dengan cara menunjukkan keunggulan dengan cara ini menunjukkan keunggulan salah satu dapat mempertahankan hubungan baik selain menunjukkan keunggulan adapun komunikasi yang baik adapun yang dapat menghubungkan ke masyarakat untuk dipublikasikan dengan ada melakukan membuat media sosial seperti *account fb (facebook), twitter, Tokko, Shoppe* ataupun *Website*, selain itu juga terdapat adanya berbagai acara seperti *workshop* yang akan menjadikan *support/ sponsor*.

5. *Direct Marketing*

Direct Marketing yang dilakukan oleh *Kedai Mikul Dhuwur* dengan terlibat langsung dalam melakukan segmen pelanggan dengan dilakukan fitur yang menghubungkan ke-para pelanggan/konsumen dengan melalui media sosial seperti *social media marketing, telemarketing, Email Marketing, Online Marketing*. Dengan cara ini menggunakan *Platform* yang sudah dijelaskan di atas dapat mempermudah untuk melakukan kegiatan promosi yang akan berlangsung serta memiliki jaringan untuk menghubungkan para pemilik kedai ini para konsumen/ dengan pendekatan ini dapat dilakukan untuk komunikasi dengan para

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



pelanggan.

Dapat menjadikan alat promosi sebagai efektif dan efisien untuk melakukan kegiatan promosi terhadap Kedai Mikul Dhuwur :

1) Media Sosial

Pada perkembangan *era digital* dan serba *online*, saat ini sosial media sudah menjadikan kebutuhan bagi para pelaku bisnis dalam melakukan promosi dilingkup *internet* yang semakin cepat dari tahun ke tahun, selain itu masyarakat di Indonesia di *era digital* ini sudah berkembang pesat dengan adanya kemajuan berkembangnya teknologi digital yang membuat kehidupan masyarakat meningkat selain itu dengan adanya teknologi digital ini adapun info-info diberbagai macem ada yang melalui *website* dan *instagram* selain itu kebiasaan masyarakat yang menggunakan aplikasi-aplikasi oline seperti *instagram*, *website*, *fb (facebook)*, *Shopee*, *Tokopedia*, *Tokko* aktif dalam melakukannya dan itu merupakan kebiasaan masyarakat dalam penggunaan aplikasi sebagai kebutuhan sehari-hari selain menggunakan aplikasi *online* untuk membantu memenuhi kebutuhan.

Adapun yang dilakukan oleh *Kedai Mikul Dhuwur* ini dengan menggunakan media sosial ini dengan melalui aplikasi dalam promosi yang akan berfokus pada media sosial seperti *Fb (Facebook)*, *Tokko*, *Website*, *Shopee*, *Instagram* dikarenakan rata-rata di Indonesia mempunyai aplikasi yang dimana aplikasi ini tidak berbayar dan bisa download *playstore* maupun *App store* dengan aplikasi ini mempunyai kelebihan masing-masing yang terdapat dalam satu aplikasi sesuai produktif dalam melakukan promosi.

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

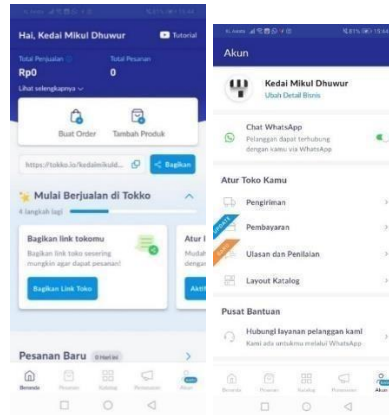
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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 4.6

Tokko Page *Kedai Mikul Dhuwur*



Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

(<https://tokko.io/kedaimikuldhuwur>)

2) *Reward Card*

Kedai Mikul Dhuwur dengan menggunakan *Reward Card* selama promosi berlangsung dengan melalui program yang dimana program ini dengan pemberian *Reward Card* ini yang akan dirancang untuk sebagai pemberian penghargaan para pelanggan/ konsumen serta para pegawai, *Reward Card* ini yang proses berjalannya/seiring dengan selama promosi yang sedang berlangsung *Reward Card* ini diberi nama dengan “*Loyalty Card*”. Jadi dalam sistem *Loyalty Card* ini dengan sistem *loyalty card* ini menawarkan *point reward* pada setiap transaksi/ pembelian dengan nominal Rp 25.000 berlaku kelipatan menerima satu point selain itu sistem *loyalty card* ini bisa berupa cap/sample dan seterusnya pembelian berikutnya sehingga dapat ditukarkan dengan makanan lain.

© 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.

Gambar 4.7

Gift Card dalam bentuk sistem point reward



Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

3) Diskon

Kedai Mikul Dhuwur memberikan diskon berupa promo sebagai launching kedai selama satu bulan pada saat pembukaan kedai (*Grand Opening*) dan juga ada promo JSM (Jumat Sabtu Minggu) yang sebesar 25% yang artinya dalam paketan tersebut sudah termasuk *include* dalam paketan berserta promo-promo tersebut contoh nya JSM (Jumat, Sabtu, Minggu) adapun promo- promo dihari raya dan promo Ulang tahun berupa *gift/voucher* diskonsebesar 25%. Selain itu dapat memberikan *special diskon* (Diskon Khusus) bagi kekonsumen dihari khusus seperti halnya pada tanggal-tanggal khusus tanggal 5.5, 12.12 dan lain-lain.

© 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.

Gambar 4.8

Promo Grand Opening Kedai



Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Gambar 4.9

Promo Ulang Tahun



Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Gambar 4.10

special diskon (Diskon Khusus) tanggal-tanggal khusus tanggal

5.5, 12.12 dan lain-lain.



Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

© 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.

Tabel 4.15

Biaya Diskon Kedai Mikul Dhuwur

Deskripsi Promosi	Keterangan	Waktu	Potongan	Harga
Grand Opening	Berlaku untuk semua konsumen yang datang saat Grand Opening	Dilaksanakan 1 kali pada haripertama kedai dibuka dan setiap dibuka cabang baru Kedai MikulDhuwur	50%	Minimal transaksi Rp .100,000
Promo Ulang Tahun	Berlaku untuk setiap konsumen yang berulang tahun di hari mereka berkunjung dengan menunjukkan KTP	Dilaksanakan setiap hari khusus konsumen yang berulangtahun.	25%	Minimal transaksi Rp. 100,000
Promo Special Diskon (Diskon Khusus)	Berlaku untuk semua konsumen yang datang pada Event tertentu seperti HUT RI, Anniversary Kedai, Dll.	Dilaksanakan atas persetujuan owner dan management untuk melaksanakan diskonkhusus	25%	Minimal transaksi Rp. 100,000

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

© 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.



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 4.16

Promosi Paket Makanan dan Minuman

Keterangan	Jumlah Orang	Produk	Harga
Single Fighter	1	1 Makanan + 1 Minuman	55,000
Couple Date	2	2 Makanan + 2 Minuman	110,000
Double Date	4	4 Makanan + 4 Minuman	220,000
Family Bundle	8	8 Makanan + 8 Minuman	440,000

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Tabel 4.17

Biaya Paket Makanan dan Minuman

Keterangan	Total Biaya	Estimasi Penjualan Paket	Total Biaya/Bulan
Single Fighter	5000	5	750,000
Couple Date	10000	5	1,500,000
Double Date	20000	5	3,000,000
Family Bundle	40000	1	1,200,000
TOTAL dalam 1 bulan			6,450,000
TOTAL dalam 1 tahun			77,400,000

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Harga Paket Promosi yang muncul untuk promosi paket makanan-minuman didapat dengan menghitung nilai rata-rata harga makanan di tambah dengan nilai rata-rata minuman, yang jika disimulasikan 1 orang memilih produk dengan total nilai 60,000 berdasarkan harga tertinggi menu makanan dan minuman maka kedai menetapkan biaya promosi per orang adalah 5000 rupiah.



4) Periklanan

Metode cepat dan murah dalam hal promosi adalah dengan menggunakan layanan promosi *digital platform* dari 250 juta masyarakat Indonesia 70% diantaranya memiliki *smartphone* dan menggunakan berbagai macam media sosial. Dan media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia seperti *Instagram, Google, Twitter, Tokko*.

Platform digital di atas selain menjadi media sosial yang menghubungkan banyak orang membuka layanan khusus untuk para pelaku usaha salah satunya *Kedai Mikul Dhuwur* yang dapat melakukan promosi berupa posting yang memiliki informasi terkait promo paket, konten foto/video produk yang menarik, dan masa berlaku paket. Ditambah dengan disediakan layanan promosi berbayar, *Kedai Mikul Dhuwur* dapat melakukan posting konten/promo yang disesuaikan dengan target pengguna *media social* sesuai dengan segmentasi pasar yang telah ditetapkan *Kedai Mikul Dhuwur*. Dengan demikian simulasi penggunaan layanan promosi berbayar di media sosial dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.18

Biaya Pemasangan Iklan di *Instagram Ads*

Keterangan	Harga/ bulan
Instragram Ads	50.000
Total harga 1 tahun	600.000

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

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 4.19

Biaya Pemasangan Iklan di *Shopee Ads*

Keterangan	Harga/ Bulan
Shopee Ads	60.000
Total harga dalam 1 tahun	720.000

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

Tabel 4.20

Biaya Pemasangan Iklan di *Youtube Ads*

Keterangan	Harga/ bulan
Youtube Ads	40.000
Total harga 1 tahun	480.000

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

© 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.

© 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.