



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Produk yang dihasilkan

Produk yang ditawarkan oleh Mr. Ninety Nine ini adalah makanan dan minuman yang dimana usaha ini sangat menekankan atau mengutamakan pada roti panggangnya. Mr. Ninety Nine sangat menekankan produk roti panggang dikarenakan tren roti panggang saat ini terus meningkat terutama di wilayah Bekasi, Harapan Indah. Dimana pemilik dari usaha ini memiliki rencana akan menjual menu roti panggangnya yaitu ada Ropang Telur Keju, Ropang Milo, Ropang Telur Kornet, Ropang Meises, Ropang Keju lalu untuk menu minuman ada Kopi Susu (hot/es), Teh Manis, *Matcha latte*, *Taro*. Lalu untuk menu cemilan ada Cireng, Indomie Goreng, Indomie Rebus, *French Fries* yang dimana semua produk ini sudah sangat umum dan banyak peminatnya dikarenakan rasa yang lezat dan sudah lebih dikenal orang banyak serta juga dari masing-masing produk ini pastinya juga memiliki khasiat atau manfaat yang bagi tubuh. Inilah contoh-contoh produk di Mr. Ninety Nine:

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

Produk yang dihasilkan

Nama	Keterangan
 <p>Ropang Telur Keju</p>	<p>Ropang yang mempunyai cita rasa renyah, garing, dan lezat ini memiliki berbagai macam manfaat kesehatan juga yang dimana memiliki kandungan karbohidrat, lemak, protein, kalsium, zinc, vitamin A, omega, vitamin D, dll yang dimana kandungan ini berasal dari telur dan keju. Lalu untuk mayones dan tomat yang akan menambah rasa sedikit asam sehingga menjadi lebih lezat</p>
 <p>Ropang Telur Kernet</p>	<p>Ropang ini juga memiliki cita rasa renyah , garing , dan juga lezat tetapi selain itu produk ini juga memiliki berbagai macam kandungan yang berasal dari telurnya juga dan kornet yang dimana antara lain juga memiliki kandungan yang mirip yaitu karbohidrat, lemak, protein, omega, vitamin D, zinc ,magnesium, dll yang dimana ini memiliki fungsi untuk menjaga imun , sumber tenaga , serta membangun otot yang kuat yang berasal dari kornetnya</p>

© 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.



Tabel 4.1 (lanjutan)

Produk yang dihasilkan

<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	 <p>Ropang Milo</p>	<p>Dengan tekstur yang juga garing dan renyah, ropang milo tergolong jenis ropang juga memiliki khasiat yang baik bagi tubuh yang berasal dari milo yaitu tinggi Kalsium, Fosfor, Zat Besi, juga tinggi Vitamin B2, B3, B6, B12, C dan D. Protomalt, yaitu ekstrak malt dari barley. Malt itu karbohidrat kompleks yang bermanfaat sebagai sumber energi yang tahan lama jadi bisa mendukung aktivitas fisik, mental dan daya konsentrasi kita.</p>
<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	 <p>Ropang Meises</p>	<p>Meises adalah bahan pelengkap yang berfungsi untuk memberikan rasa dan tampilan yang lebih cantik pada makanan. Meises sering dikonsumsi bersama roti tawar termasuk roti panggang. Rasa coklatnya yang manis, sangat menarik selera. Karena terbuat dari coklat, meises juga mengandung gizi dari coklat. Contohnya kandungan flavonoid dalam coklat dapat melancarkan aliran darah dan mengurangi risiko terjadinya penyumbatan di pembuluh darah. Efek ini menjadikan coklat sebagai salah satu makanan yang baik untuk mencegah penyakit jantung dan stroke.</p>

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 4.1 (lanjutan)

Produk yang dihasilkan

<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	 <p>Ropang keju</p>	<p>Ropang yang mempunyai cita rasa yang renyah, garing, dan lezat ini memiliki berbagai macam manfaat kesehatan juga yang dimana memiliki kandungan yang sama seperti ropang telur keju yang berasal dari keju yaitu karbohidrat, lemak, protein, kalsium, zinc, vitamin A, omega, vitamin D, dll hanya bedanya untuk ropang keju ini menggunakan keju parut dan cream putih yang berfungsi untuk menambahkan rasa manis di mulut serta kelezatan di dalamnya.</p>
<p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	 <p>Kopi susu</p>	<p>Kopi susu memiliki manfaat salah satunya bisa menjadi antidepresan, minum 1 hingga 2 cangkir kopi susu per hari juga bisa membuat mental seseorang makin baik. Kopi susu ini bertindak sebagai antidepresan ringan, sehingga bisa menghasilkan rasa nyaman pada otak. Serta dapat menahan rasa kantuk yang dimana ini mungkin menjadi manfaat paling terkenal dari kopi susu. Kandungan kafein dari kopi itu sendiri bisa membantu otak agar tetap terjaga, dengan cara memblokir adenosine kimia yang menyebabkan rasa kantuk.</p>

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 (lanjutan)

Produk yang dihasilkan

C

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Teh manis

Teh mengandung beberapa mineral seperti kalium, fosfor, magnesium, natrium, tembaga, dan seng. Teh juga termasuk sumber fluoride serta bermanfaat bagi tubuh, salah satunya dilansir dari Harvard Medical School, minum teh dapat menurunkan risiko penyakit jantung. Polifenol dalam teh juga dapat meningkatkan fungsi pembuluh darah sehingga mengurangi risiko stroke. Senyawa ini juga membantu menyeimbangkan tingkat kolesterol dalam tubuh yang melindungi kesehatan jantung.



Matcha Latte & Taro

Matcha dan taro memiliki manfaat dan kandungan yang tidak terlalu berbeda dimana keduanya kaya akan antioksidan polifenol dan EGCG (*epigallocatechin gallate*) yang dapat melindungi sel tubuh dari kerusakan akibat paparan radikal bebas. Matcha dan taro juga mengandung protein, gula, vitamin A, vitamin C, dan aneka mineral, seperti zat besi, kalsium, *zinc*, dan kalium. Minuman ini juga bermanfaat untuk meredakan stress karena memiliki sensasi segar terlebih lagi jika diminum dengan es atau dalam kondisi dingin.

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 4.1 (lanjutan)

Produk yang dihasilkan

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



Cireng bumbu rujak

Cireng bumbu rujak ini memiliki tekstur yang garing dan sambal rujak yang lezat yang dimana sangat nikmat untuk dijadikan cemilan. Nah selain kelezatannya cireng ini juga memiliki beberapa manfaat yang berasal dari tepung tapiokanya yang dimana dua contohnya adalah terbuat dari ekstrak umbi singkong, tepung ini punya sumber protein yang tinggi yang dimana ini bisa membuat otot bertumbuh dan menjadi kuat dan menyembuhkan dan melancarkan fungsi tubuh. Lalu manfaat kedua adalah baik untuk tulang yang dimana tepung tapioka juga sendiri mengandung banyak kalsium. Kalsium berguna untuk mengontrol tekanan darah dan menjaga darah kolesterol. Selain itu, tepung ini juga mengandung kalium yang berguna meningkatkan sirkulasi darah dan mengurangi ketegangan pada sistem kardiovaskular secara bersamaan.

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 (lanjutan)

Produk yang dihasilkan

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



Mie Goreng & Mie rebus

Meskipun jumlahnya rendah namun mie instan memiliki kandungan gizi unggulan seperti serat, protein, vitamin A, vitamin B, kalsium, zat besi, yang melengkapi asupan nutrisi untuk tubuh. Namun nutrisi ini merupakan nutrisi kecil sehingga untuk mendapat asupan yang maksimal kita bisa menambahkan sayur, telur, keju, dll saat mengonsumsi mie instan.



French fries

French fries tidak hanya lezat namun juga kaya akan manfaat kesehatan yang berasal dari kentangnya. Kentang merupakan sumber energi karena kaya akan karbohidrat dan berbagai nutrisi lainnya seperti manfaat protein, manfaat serat, manfaat asam folat, manfaat vitamin C, manfaat vitamin A, manfaat vitamin K, vitamin B6, manfaat kalium, niacin, magnesium, mangan, manfaat fosfor, dan zat besi. Nutrisi yang dimiliki French Fries akan memberikan manfaat bagi kesehatan contohnya meningkatkan kekebalan tubuh, sumber energi, memelihara kesehatan tulang dan saraf, dll

Sumber : www.google.com

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.



B. Gambaran Pasar

1. Ramalan Penjualan

Berkaitan dengan ramalan penjualan yang menjelaskan perihal perkiraan penjualan Usaha Mr. Ninety Nine dalam 5 tahun ke depan dan per bulan, yang disusun oleh Pemilik Mr. Ninety Nine sendiri lalu dalam rangka mendapatkan perencanaan maka dilakukan survei terhadap pesaing Mr. Ninety Nine dimana dari pesaing yaitu Ropang OTW Galaxy, KUPI + Ruti, dan Roti Bakar Kargo yang di mana Ropang OTW Galaxy menjual roti panggang sebanyak 1600 porsi per bulan dan KUPI+Ruti 1600 porsi per bulan, lalu Roti Bakar Kargo 1750 porsi per bulan maka pemilik mengambil rata-rata, maka keluar hasil yaitu 1600 porsi dimana Mr. Ninety Nine mengasumsikan mampu menjual 85%-90% dari total ketiga pesaing maka Mr. Ninety Nine mengasumsikan akan menjual sebanyak 1000-1500 porsi/pcs per bulan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 4.2

Ramalan Penjualan Mr. Ninety Nine dalam setiap bulan di tahun 2022 (Dalam porsi)

MENU MINUMAN					
Bulan	Kopi susu	Matcha Latte	Es Taro	Es teh manis	Total
Januari	65	65	45	250	425
Februari	65	65	45	250	425
Maret	65	65	45	250	425
April	40	40	30	200	310
Mei	65	65	45	250	425
Juni	65	65	45	250	425
Juli	65	65	45	250	425
Agustus	65	65	45	250	425
September	65	65	45	250	425
Oktober	65	65	45	250	425
November	100	100	55	350	605
Desember	110	110	75	450	745
Total	835	835	565	3250	5485

Sumber : Mr. Ninety Nine

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



Tabel 4.2 (lanjutan)

Ramalan Penjualan Mr. Ninety Nine dalam setiap bulan di tahun 2022 (Dalam porsi)

MENU ROPANG						
Bulan	Ropang Telur Keju	Ropang Telur Kornet	Ropang Milo	Ropang Meises	Ropang Keju	Total
Januari	250	165	170	220	220	1025
Februari	250	165	170	220	220	1025
Maret	250	165	170	220	220	1025
April	160	100	105	150	150	665
Mei	250	165	170	220	220	1025
Juni	250	165	170	220	220	1025
Juli	250	165	170	220	220	1025
Agustus	250	165	170	220	220	1025
September	250	165	170	220	220	1025
Oktober	250	165	170	220	220	1025
November	275	240	220	270	270	1275
Desember	340	260	260	340	340	1540
Total	3025	2085	2115	2740	2740	12705

Sumber: Mr. Ninety Nine

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 IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Tabel 4.2 (lanjutan)

Ramalan Penjualan Mr. Ninety Nine dalam setiap bulan di tahun 2022 (Dalam porsi)

MENU MAKANAN RINGAN					
Bulan	Cireng	Indomie Goreng	Indomie Rebus	<i>French fries</i>	Total
Januari	90	100	100	140	430
Februari	90	100	100	140	430
Maret	90	100	100	140	430
April	70	70	70	70	280
Mei	90	100	100	140	430
Juni	90	100	100	140	430
Juli	90	100	100	140	430
Agustus	90	100	100	140	430
September	90	100	100	140	430
Oktober	90	100	100	140	430
November	120	150	150	200	620
Desember	150	170	170	250	740
Total	1150	1290	1290	1780	5510

Sumber: Mr. Ninety Nine

Berdasarkan tabel diatas penjualan Usaha Mr. Ninety Nine ini mengalami penjualan stabil hingga diasumsikan pada bulan puasa yaitu Bulan April mengalami penurunan permintaan karena banyak orang lebih memilih berbuka di rumah masing-masing lalu kembali stabil di bulan berikutnya sampai dengan Bulan Oktober dan dua bulan ketika permintaan naik yaitu di bulan November yang dimana biasanya satu bulan sebelum hari raya natal

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



permintaan meningkat dan Desember yang kenaikannya mencapai paling besar dan Bulan November juga yang dimana hari natal dirayakan membuat mengalami permintaan yang lebih meningkat dari bulan-bulan sebelumnya karena biasanya di bulan tersebut banyak sekali kantor-kantor atau keluarga yang ingin memesan dalam produk ropang dalam jumlah yang banyak untuk merayakan hari natal bersama dan dikarenakan bulan itu sekolah & tempat kuliah sudah mulai libur membuat banyak kalangan pelajar yang berdatangan untuk membeli produk roti panggang dan makanan ringan lain seperti cireng, indomie, french fries secara take away maupun dine in untuk kongkow bersama kerabatnya. Analisis ini saya dapat berdasarkan survei penjualan pesaing dan data dari awal toko ini dibuka yaitu setiap bulan puasa memang selalu mengalami penurunan setelah itu kembali stabil lalu pada bulan-bulan mendekati natal mengalami kenaikan dan bulan natal mengalami kenaikan yang drastis dari sebelumnya yang memang tidak dapat ditentukan persisnya berapa banyak kenaikannya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Anggaran Penjualan (Anggaran penjualan bulanan dan Tahunan)

Dalam rangka menyusun anggaran Mr. Ninety Nine melakukan prediksi anggaran penjualan berdasarkan asumsi berikut :

- a. Anggaran penjualan didapatkan pada penjualan Mr. Ninety Nine pada ramalan penjualan pada tabel ramalan penjualan tahun 2022
- b. Harga mengalami kenaikan setiap sebesar 8% di per tahun



Tabel 4.3

Ramalan Anggaran Penjualan Tahun 2022

MENU ROPANG																	
Bulan	Ropang Telur keju			Ropang Telur Kornet			Ropang Milo			Ropang Meises			Ropang Keju			Total Penjualan	
	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total		
Januari	250	37.000	9.250.000	165	37.000	6.105.000	170	35.000	5.950.000	220	34.000	7.480.000	220	34.000	7.480.000	36.265.000	
Februari	250	37.000	9.250.000	165	37.000	6.105.000	170	35.000	5.950.000	220	34.000	7.480.000	220	34.000	7.480.000	36.265.000	
Maret	250	37.000	9.250.000	165	37.000	6.105.000	170	35.000	5.950.000	220	34.000	7.480.000	220	34.000	7.480.000	36.265.000	
April	160	37.000	5.920.000	100	37.000	3.700.000	105	35.000	3.675.000	150	34.000	5.100.000	150	34.000	5.100.000	23.495.000	
Mei	250	37.000	9.250.000	165	37.000	6.105.000	170	35.000	5.950.000	220	34.000	7.480.000	220	34.000	7.480.000	36.265.000	
Juni	250	37.000	9.250.000	165	37.000	6.105.000	170	35.000	5.950.000	220	34.000	7.480.000	220	34.000	7.480.000	36.265.000	
Juli	250	37.000	9.250.000	165	37.000	6.105.000	170	35.000	5.950.000	220	34.000	7.480.000	220	34.000	7.480.000	36.265.000	
Agustus	250	37.000	9.250.000	165	37.000	6.105.000	170	35.000	5.950.000	220	34.000	7.480.000	220	34.000	7.480.000	36.265.000	
September	250	37.000	9.250.000	165	37.000	6.105.000	170	35.000	5.950.000	220	34.000	7.480.000	220	34.000	7.480.000	36.265.000	
Oktober	250	37.000	9.250.000	165	37.000	6.105.000	170	35.000	5.950.000	220	34.000	7.480.000	220	34.000	7.480.000	36.265.000	
November	275	37.000	10.175.000	240	37.000	8.880.000	220	35.000	7.700.000	270	34.000	9.180.000	270	34.000	9.180.000	45.115.000	
Desember	340	37.000	12.580.000	260	37.000	9.620.000	260	35.000	9.100.000	340	34.000	11.560.000	340	34.000	11.560.000	54.420.000	
Total	3.025			2.085			2.115			2.740			2.740			449.415.000	

Sumber : Mr. Ninety Nine

MENU MINUMAN														
Bulan	Kopi susu			Matcha Latte			Es Taro			Es teh manis			Total Penjualan	
	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total		
Januari	65	18.000	1.170.000	65	23.000	1.495.000	45	23.000	1.035.000	250	8.000	2.000.000	5.700.000	
Februari	65	18.000	1.170.000	65	23.000	1.495.000	45	23.000	1.035.000	250	8.000	2.000.000	5.700.000	
Maret	65	18.000	1.170.000	65	23.000	1.495.000	45	23.000	1.035.000	250	8.000	2.000.000	5.700.000	
April	40	18.000	720.000	40	23.000	920.000	30	23.000	690.000	200	8.000	1.600.000	3.930.000	
Mei	65	18.000	1.170.000	65	23.000	1.495.000	45	23.000	1.035.000	250	8.000	2.000.000	5.700.000	
Juni	65	18.000	1.170.000	65	23.000	1.495.000	45	23.000	1.035.000	250	8.000	2.000.000	5.700.000	
Juli	65	18.000	1.170.000	65	23.000	1.495.000	45	23.000	1.035.000	250	8.000	2.000.000	5.700.000	
Agustus	65	18.000	1.170.000	65	23.000	1.495.000	45	23.000	1.035.000	250	8.000	2.000.000	5.700.000	
September	65	18.000	1.170.000	65	23.000	1.495.000	45	23.000	1.035.000	250	8.000	2.000.000	5.700.000	
Oktober	65	18.000	1.170.000	65	23.000	1.495.000	45	23.000	1.035.000	250	8.000	2.000.000	5.700.000	
November	100	18.000	1.800.000	100	23.000	2.300.000	55	23.000	1.265.000	350	8.000	2.800.000	8.165.000	
Desember	110	18.000	1.980.000	110	23.000	2.530.000	75	23.000	1.725.000	450	8.000	3.600.000	9.835.000	
Total	835			835			565			3.250			73.230.000	

Sumber : Mr. Ninety Nine

1. Diambil dari laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.
2. Diarung dengan asumsi bahwa perusahaan tersebut telah beroperasi secara normal dan tanpa izin IBIKKG.
b. Penjualan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
penjualan kritik dan tinjauan suatu masalah.



Tabel 4.3 (lanjutan)

Ramalan Anggaran Penjualan Tahun 2022

Bulan	MENU MAKANAN RINGAN												Total penjualan
	Cireng Bumbu Rujak			Indomie Goreng			Indomie Rebus			French fries			
	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total	Jumlah	Harga	Total	
Januari	90	18.500	1.665.000	100	16.000	1.600.000	100	16.000	1.600.000	140	18.500	2.590.000	7.455.000
Februari	90	18.500	1.665.000	100	16.000	1.600.000	100	16.000	1.600.000	140	18.500	2.590.000	7.455.000
Maret	90	18.500	1.665.000	100	16.000	1.600.000	100	16.000	1.600.000	140	18.500	2.590.000	7.455.000
April	70	18.500	1.295.000	70	16.000	1.120.000	70	16.000	1.120.000	70	18.500	1.295.000	4.830.000
Mei	90	18.500	1.665.000	100	16.000	1.600.000	100	16.000	1.600.000	140	18.500	2.590.000	7.455.000
Juni	90	18.500	1.665.000	100	16.000	1.600.000	100	16.000	1.600.000	140	18.500	2.590.000	7.455.000
Juli	90	18.500	1.665.000	100	16.000	1.600.000	100	16.000	1.600.000	140	18.500	2.590.000	7.455.000
Agustus	90	18.500	1.665.000	100	16.000	1.600.000	100	16.000	1.600.000	140	18.500	2.590.000	7.455.000
September	90	18.500	1.665.000	100	16.000	1.600.000	100	16.000	1.600.000	140	18.500	2.590.000	7.455.000
Oktober	90	18.500	1.665.000	100	16.000	1.600.000	100	16.000	1.600.000	140	18.500	2.590.000	7.455.000
November	120	18.500	2.220.000	150	16.000	2.400.000	150	16.000	2.400.000	200	18.500	3.700.000	10.720.000
Desember	150	18.500	2.775.000	170	16.000	2.720.000	170	16.000	2.720.000	250	18.500	4.625.000	12.840.000
Total	1150			1290			1290			1780			95.485.000
Total seluruh Penjualan												618.130.000	

Sumber : Mr. Ninety Nine

C. Target Pasar yang dituju

Schiffman dan Kanuk (2006: 37) mendefinisikan segmentasi pasar sebagai proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang khas yang mempunyai kebutuhan atau sifat yang sama dan kemudian memilih satu atau lebih segmen yang akan dijadikan sasaran pemasaran yang berbeda oleh karna itu dibawah ini adalah segmentasi pasar dari Usaha Mr. Ninety Nine yang terdapat tiga bagian yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi psikologi :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis dimana pasar dibagi berdasarkan letak geografisnya misalnya wilayah atau kota atau kabupaten. Dimana untuk segmentasi geografis Mr. Ninety Nine yaitu berada di wilayah Bekasi, Harapan Indah tepatnya di Ruko Asia Tropis AT 16 No.26 dengan lokasi yang strategis dan juga memang penulis sudah melihat tempat itu sendiri yang dimana lokasi ini dekat dengan perumahan contohnya Cluster Asia Tropis, Heliconia, Cemara

Hak dipertahankan oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

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



lalu selain itu juga banyak perkantoran di sekitarnya yang dimana ini memudahkan dari sisi pelanggan karena apabila ingin membeli ropang dari Mr. Ninety Nine tidak memakan banyak waktu atau tenaga atau bahkan ongkos untuk tempat usaha tersebut. Selain itu penulis, juga memilii salah satu keluarga yaitu paman yang tinggal di Perumahan Asia Tropis tersebut yang dimana ini bisa juga membantu penulis dalam memasarkan produk karena adanya bantuan dan koneksi dari paman. Maka hal ini semua bisa menjadi keuntungan bagi usaha Mr. Ninety Nine ini.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi dimana pasar dibagi menjadi beberapa kelompok,usia,jenis kelamin,Pendidikan,bahkan pendapatan.Mr. Ninety Nine adalah usaha bidang kuliner tepatnya makanan dan minuman yang dimana produk utamanya adalah Roti Panggang yang tentunya mempunyai pasar yang terbilang luas yaitu mulai dari umur 6-65 tahun , untuk daya beli cocok untuk anak sekolah maupun pekerja yang memiliki hanya uang saku ataupun pendapatan yang dimana dimulai dari 400.000 sampai tak terhingga , sasaran untuk jenis kelamin juga bisa kepada laki-laki maupun perempuan. Dapat disimpulkan jika dilihat dari segmentasi ini jelas bahwa usaha Mr. Ninety Nine ini bisa sangat menguntungkan dan cocok untuk banyak orang.

3. Segmentasi Psikografis

Dikutip dari laman Hotjar, segmentasi psikografis adalah suatu cara kualitatif yang lebih berfokus dalam mempelajari sikap pelanggan. Cara ini

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.



memanfaatkan karakter psikologis manusia, seperti keinginan, nilai, ketertarikan, tujuan, dan pilihan gaya hidup untuk dijadikan sebagai parameter segmentasi yang dimana Mr. Ninety Nine melihat segmentasi ini dari segi gaya hidup masyarakat yaitu di daerah Bekasi terutama Harapan Indah yang dimana ketertarikan para penduduk disana terhadap roti panggang cukup besar karena cocok dikonsumsi sebagai makanan ringan untuk sarapan dan bahkan bisa mengenyangkan perut ditambah kualitas rasa yang lezat dan tekstur yang garing dari roti panggang itu sendiri membuat banyak peminatnya. Maka dilihat dari segmentasi ini bisa menguntungkan bagi usaha ini

Untuk kesimpulan maka Mr. Ninety Nine menargetkan konsumen yang berada di sekitar daerah Harapan Indah , Ruko Asia Tropis dan golongan demografis dari usia 6-65 tahun dan untuk pendapatan maupun uang saku yaitu 400.000-tak terhingga dan untuk jenis kelamin usaha ini cocok untuk laki laki dan juga perempuan. Lalu dilihat dari gaya hidup atau tren yang ada pun juga cocok karena adanya ketertarikan atau permintaan terhadap roti panggang yang terus meningkat atau setidaknya stabil alias tidak menurun.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran disini berarti dimana terdapat 4 aspek yaitu Diferensiasi, Positioning, Penetapan harga, dan saluran distribusi dimana akan dibahas mulai dari diferensiasi produk yang artinya adalah apa yang menjadi pembeda dari produk tersebut dan positioning dalam artian adalah bagaimana membuat produk yang selalu diingat dan penetapan harga dari produk itu sendiri dan saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan dan dibawah ini adalah penjabaran dari 4 strategi pemasaran tersebut.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



1. Diferensiasi

Mr. Ninety Nine melakukan strategi diferensiasi produk yang dimana untuk product yang dijual yaitu roti panggang yang memiliki tekstur yang garing dan renyah yang dimana pemilik yakin bahwa kualitas tersebut bisa jadi lebih baik dari pesaing inilah yang membuat ropang yang di jual di usaha ini menjadi agak beda dari tempat penjualan roti panggang lainnya. Selain tekstur, yang membedakan disini adalah kualitas rasa dari rotinya sendiri yang dimana ada rasa manis dan gurih karena pada proses pembuatan atau pengadonannya juga menggunakan gula yang dimana jika kita hanya makan roti panggangnya saja tanpa selai atau isi maka sudah bisa merasakan rasa manis yang lezat dari roti itu sendiri terlebih lagi apabila jika diberi isi seperti milo,meises atau yang lainnya dan diferensiasi non product seperti pelayanan yang gesit dan ramah dalam merespon keluhan dari pelanggan juga sangat diutamakan karena apabila dapat memaksimalkan pelayanan yang baik maka ini akan menjadi nilai positif sendiri untuk Mr. Ninety Nine di mata para pelanggan yang dimana jelas ini berarti akan menjadi pembeda dari tempat lain, oleh karna itu dari non product pun akan menjadi fokus dalam hal diferensiasi.

2. Positioning

Untuk positioning sendiri sesuai dengan *tagline* Mr. Ninety Nine yaitu *Buy it, Bite it, Love it* dimana penulis memberi penekanan bahwa kualitas makanan terutama roti panggang disini memiliki kualitas yang worth it untuk dibeli dan di makan karena teksturnya yang juga lembut dan agak garing memberikan sensasi yang lebih enak di lidah itulah mengapa ada kata buy it dan bite it. Lalu kata Love it artinya adalah keyakinan penulis akan kualitas roti panggangnya yang dimana sangat pantas untuk dicintai banyak orang.

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. Penetapan Harga

Untuk penetapan harga, Mr. Ninety Nine menggunakan penetapan harga yaitu Competitor based pricing dimana penetapan harga berdasarkan harga-harga yang ditetapkan oleh pesaing terhadap produk serupa dimana harga tersebut dijadikan pembanding untuk menetapkan harga ropang ini yang dimana Mr. Ninety Nine ini memilih jenis penetapan harga *moderate* untuk ropang ini yaitu berarti harga yang ditetapkan berada di tengah-tengah dari para pesaing yang dimana harganya tidak jauh lebih murah tetapi juga tidak jauh lebih mahal dari para pesaing. Sebagai salah satu contoh disini ropang yang dijual oleh usaha Mr. Ninety Nine ini memiliki dua ukuran yaitu Full dan Single, contoh salah satu produknya adalah ropang telur keju full 35.000 dan yang ukuran single 20.000 lalu contoh kedua seperti ropang meises yang ukuran full 30.000 sedangkan yang single 17.000

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Saluran distribusi

Definisi Saluran distribusi menurut para ahli seperti yang tercantum dalam Sunyoto (2012), yaitu saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikinya dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai”.

Dari contoh teori-teori ini juga dapat kita ketahui bahwa ada beberapa tipe tingkatan dan untuk Mr. Ninety Nine sendiri melakukan saluran distribusi langsung produsen ke konsumen karena usaha ini akan melakukan saluran distribusi dengan menjual langsung kepada konsumen yang dimana ini merupakan jalur paling sederhana dan pendek tanpa adanya perantara.

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

Untuk strategi promosi sendiri Mr. Ninety Nine sendiri akan menggunakan dua strategi yaitu Advertising dan Sales Promotion :

1. Media Promosi

Untuk promosi sendiri merupakan pintu pertama untuk dapat memasuki pasar. Dari pintu itu para produsen melangkah maju menuju misi utamanya, yaitu menguasai pasar, merekrut pelanggan sebanyak-banyaknya dalam waktu yang secepat-cepatnya (Suryadi, 2011:13). Maka definisi dari media promosi sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat luas. Bidang periklanan akhir akhir ini memang sangat kuat pengaruhnya dimana pandemik kali ini membawa orang hampir semua berbelanja online dan membuka sosial media mereka dengan sangat sering oleh karna itu Mr. Ninety Nine berencana menggunakan beberapa platform iklan yang membantu juga meningkatkan engagement tetapi untuk Mr. Ninety Nine ini sendiri sangat mengutamakan sosial media yaitu seperti Instagram lebih tepatnya juga berencana untuk mengadakan pengiklanan menggunakan Insta Ads salah satu fitur untuk mengenalkan produk kita kepada banyak orang. Alasan usaha ini mengutamakan Instagram karena pengunjung instagram yang tergolong sangat banyak dan bahkan satu orang saja bisa mengunjungi instagram lebih dari 10x dalam sehari ditambah sekarang instagram menjadi platform yang menarik untuk mengenalkan usaha kita dengan cara membuat konten tentang usaha yang kita jalani entah konten

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



promo atau apapun itu. Lalu alasan mengapa usaha ini berencana untuk memilih Insta Ads juga karena memang platform ini memiliki jumlah pengguna yang sangat variatif dan memang tujuan utama Mr. Ninety Nine memilih Insta Ads adalah untuk tujuan peningkatan brand awareness dan juga di Insta Ads ini bisa memilih target pasar secara jelas misalnya untuk daerah/audience spesifik.

Kemudian usaha ini juga akan melakukan kerjasama dengan *Gojek*, *Grab*, *Shopee*, dan *Traveloka* yang dimana hal ini juga bisa menjadi pengiklanan sekaligus melakukan penjualan karena dengan adanya *GoFood*, *GrabFood*, *ShopeeFood*, dan *Traveloka* akan memudahkan para pelanggan yang ingin membeli produk ini tanpa harus keluar-keluar dari rumah alias lebih praktis. Selain itu pihak dari Grab, Gojek, Shopee, dan Traveloka sendiri seringkali mengadakan promo contohnya promo diskon 60% per transaksi jika menggunakan shopee, promo diskon 30% jika memesan melalui Gofood dan bentuk promo lainnya yang dimana ini menguntungkan pelanggan dan bahkan berpotensi untuk menarik pelanggan-pelanggan baru karena terlebih lagi orang Indonesia sendiri sangat tertarik dengan yang namanya diskon atau potongan harga. Selain itu hal ini juga sbenarnya tidak merugikan produsen atau penjual karena tetap mendapat keuntungan maksimal atau biasanya hanya menanggung biaya dua atau tiga persen dari transaksi dan sisanya ditanggung dari pihak mereka (Grab/Gojek/Traveloka/Shopee) sendiri.

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

2. Sales Promotion

Sales promotion adalah promosi yang diberikan kepada pelanggan langsung. Untuk berkaitan dengan sales promotion seperti yang sudah dibahas di atas maka Mr. Ninety Nine akan melakukan promosi contohnya dengan cara melakukan kerjasama dengan Gojek, Grab, Shopee, dan Traveloka yang karena

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.

pihak dari grab, gojek, shopee, dan traveloka sendiri seringkali mengadakan promo contohnya promo diskon 60% per transaksi jika menggunakan shopee , promo diskon 30% jika memesan melalui Gofood dan bentuk promo lainnya yang dimana ini menguntungkan pelanggan dan bahkan berpotensi untuk menarik pelanggan-pelanggan baru karena terlebih lagi orang Indonesia sendiri sangat tertarik dengan yang namanya diskon atau potongan harga. Selain itu hal ini juga sbenarnya tidak merugikan produsen atau penjual karena tetap mendapat keuntungan maksimal atau biasanya hanya menanggung biaya dua atau tiga persen dari transaksi dan sisanya ditanggung dari pihak mereka (grab/gojek/traveloka/shopee) sendiri.

© 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.