

## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

#### A. Produk Yang Dihasilkan

“*Nature Coffee*” merupakan sebuah usaha minuman yang bahan-bahannya menggunakan 2 jenis bahan dasar yaitu kopi dan susu. Kopi akan diekstraksi yang dicampur dengan susu kemudian menghasilkan sebuah produk minuman kopi yang siap dipasarkan.

Minuman yang merupakan berbahan dasar kopi susu menjadi pilihan “*Nature Coffee*” karena kopi susu memiliki target pasar yang cukup banyak yaitu konsumen yang tidak bisa mengkonsumsi kafein terlalu kuat sehingga minuman kopi susu ini adalah pilihan yang tepat untuk konsumen tersebut. Selain kopi susu, “*Nature Coffee*” juga memilih minuman berbahan dasar susu dengan campuran seperti lotus dan caramel. Minuman seperti ini menjadi salah satu menu yang digemari oleh anak-anak remaja. Berikut ini merupakan deskripsi produk minuman “*Nature Coffee*” pada semua varian:





Tabel 4. 1

Varian Produk “Nature Coffee”

©

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

Jenis Produk	Ilustrasi Produk	Deskripsi Produk	Jenis Produk	Ilustrasi Produk	Deskripsi Produk
Latte Art		Latte art merupakan minuman yang berbahan dasar <i>espresso</i> dan foam susu. Sumber : <a href="https://www.lattiz.com/en/learn-how-make-perfect-latte-art-swan-smart-milk-solution-lattiz">https://www.lattiz.com/en/learn-how-make-perfect-latte-art-swan-smart-milk-solution-lattiz</a>	Caramel Cream Frappucino		Minuman yang berbahan dasar dari saus karamel, <i>whipcream</i> , susu, es batu, <i>caramel drizzle</i> .
Americano		Minuman kopi hitam yang berbahan dasar <i>espresso</i> dan air panas Sumber : <a href="https://www.boludepok.com/coffee-americo-hot/">https://www.boludepok.com/coffee-americo-hot/</a>	Lotus Biscuit Shake		Minuman yang berbahan dasar susu cair, lotus biskuit, lotus <i>dizzle</i> , <i>butter</i> , gula, <i>creamer</i> .
Caramel Latte		Minuman yang berbahan dasar 2 <i>shot espresso</i> , ½ <i>whipping cream</i> , 1 sdt gula pasir, 1 sdt <i>vanilla syrup</i> , 1 sdm saus karamel, ½ sdm <i>brown sugar</i> , es batu. Sumber : <a href="https://thebusybaker.ca/iced-caramel-latte/">https://thebusybaker.ca/iced-caramel-latte/</a>	Vanilla Latte		Minuman kopi yang berbahan dasar 1 <i>shot espresso</i> , ¾ susu, dan sirup <i>vanila</i> .

Sumber : “Nature Coffee”

Institut Bisnis

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



Berikut rincian daftar harga “Nature Coffee” yang dibandingkan dengan pesaing:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Tabel 4. 1**  
**Daftar Harga Varian Minuman “Nature Coffee”**

(Rupiah)

Jenis Produk	Harga Produk “Nature Coffee” (Rp/cup)	Harga Produk Pesaing	
		Flash Coffee ( Mediterania Kemayoran ) 5,1km	Kopi Lain Hati (Mangga Dua Square) 1 km
Latte Art	22.000,-	-	32.000,-
Americano	15.000,-	21.000,-	15.000,-
Caramel Latte	20.000,-	31.000,-	21.000,-
Caramel Cream Frappuccino	22.000,-	-	-
Lotus Biscuit Shake	22.000,-	-	-
Vanilla Latte	22,000,-	28.000,-	24.000,-

Sumber : “Nature Coffee”

“Nature Coffee” menggunakan metode *Competition - Based Pricing*. *Competition-Based Pricing* dapat dikatakan merupakan sebuah metode yang digunakan para pelaku usaha dalam menetapkan harga produk berdasarkan harga yang dikenakan pesaing. Berdasarkan harga *Flash Coffee* dan Kopi Lain Hati maka “Nature Coffee” memasang harga setara dengan dua pesaing ini sehingga diharapkan dapat meraih penjualan yang tinggi.

**B. Gambaran Pasar**

Dalam gambaran pasar, bagian ini merupakan gambaran yang akan menjelaskan tentang proyeksi penjualan selama 5 taun kedepan. Gambaran pasar ini akan ada dua bagian yaitu ramalan penjualan dan anggaran penjualan “Nature Coffee”

Dalam Ramalan Penjualan “Nature Coffee” menggunakan data berbasis pesaing yang berupa data penjualan Kopi Lain Hati dan *Flash Coffee*. Mereka

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.



menjual perbulan sekitar 3.000cup yang dapat dikatakan cukup banyak untuk cup yang terjual maka “Nature Coffee” mengasumsikan mampu menjual setengah dari pesaing tersebut yaitu 1.500 cup.Selain itu, adapun asumsi-asumsi yang akan diincikan sebagai berikut:

1. Terjadi kenaikan harga penjualan sebesar 5% tiap tahunnya.
2. Terjadi kenaikan unit penjualan sebanyak 10 cup dalam tahun ke 2.
3. Terjadi kenaikan unit penjualan sebanyak 40 cup di tahun ke 3 -5.
4. Terjadi kenaikan unit untuk bulan juli dan desember dikarenakan libur sekolah dan tahun baru.

Berdasarkan akumulasi diatas ini, didapatkan ramalan penjualan dalam unit dan anggaran penjualan dalam 5 tahun kedepan yang dimulai pada tahun 2024 pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 2**  
**Ramalan Penjualan “Nature Coffee” Tahun 2024 (Dalam Unit)**

Bulan	Latte Art	Americano	Caramel Latte	Caramel Cream	lotus biscuit	vanilla latte
Januari	200	200	300	300	200	300
Febuari	200	200	300	300	200	300
Maret	200	200	300	300	200	300
April	200	200	300	300	200	300
Mei	200	200	300	300	200	300
Juni	200	200	300	300	200	300
Juli	220	220	320	320	220	320
Agustus	200	200	300	300	200	300
September	200	200	300	300	200	300
Oktober	200	200	300	300	200	300
November	200	200	300	300	200	300
Desember	220	220	320	320	220	320
Total	2.440	2.440	3.640	3.640	2.440	3.640

Sumber : “Nature Coffee”

Hak Cipta: Dilingkungi 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. 3

Ramalan Anggaran Penjualan “Nature Coffee” Tahun 2024

Bulan	Latte Art			Americano			Caramel Latte		
	Unit	Harga	Revenue (Rp)	Unit	Harga	Revenue (Rp)	Unit	Harga	Revenue (Rp)
Januari	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Februari	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Maret	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
April	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Mei	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Juni	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Juli	220	22.000	4.840.000	220	15.000	3.300.000	320	20.000	6.400.000
Agustus	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
September	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Oktober	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
November	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Desember	220	22.000	4.840.000	220	15.000	3.300.000	320	20.000	6.400.000
Total	2.440		53.680.000	2.440		36.600.000	3.640		72.800.000

Bulan	caramel cream frappuccino			Lotus Biscuit Shake			Vanila Latte		
	Unit	Harga	Revenue (Rp)	Unit	Harga	Revenue (Rp)	Unit	Harga	Revenue (Rp)
Januari	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Februari	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Maret	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
April	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Mei	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Juni	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Juli	320	22.000	7.040.000	220	22.000	4.840.000	320	22.000	7.040.000
Agustus	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
September	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Oktober	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
November	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Desember	320	22.000	7.040.000	220	22.000	4.840.000	320	22.000	7.040.000
Total	3.640		80.080.000	2.440		53.680.000	3.640		80.080.000

Sumber : “Nature Coffee”

Berikut tabel diatas adalah rincian ramalan penjualan tahun 2024 yang diasumsikan bahwa terjadi peningkatan pada bulan juli dan desember sebanyak 20 cups dengan total revenue secara keseluruhan adalah sebesar Rp 376.920.000. Untuk tahun 2025 hingga 2028 dapat dilihat dalam lampiran halaman 109.

C. Target Yang Dituju

Segmentasi Pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda pembeli yang memiliki kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku dan siapa mungkin memerlukan pemasaran terpisah strategi atau campuran (Kotler dan Armstrong, 2020:69). “Nature Coffee” membagi segmentasi pasar menjadi empat bagian yang akan dijelaskan dibawah ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© 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.



## 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit geografis seperti negara, wilayah, kabupaten, kota dan lingkungan. Masing-masing wilayah tentu mempunyai kebutuhan pasar yang berbeda-beda. Dalam segmentasi ini, “Nature Coffee” berlokasi di Jakarta Utara tepatnya pada daerah Ampera 7. “Nature Coffee” menjual melalui *offline* yang dimana jangkauan radius “Nature Coffee” dalam menjual sekitar 20km dari lokasi usaha dan *online* yang memiliki jangkauan lebih luas dari lokasi usaha.

## 2. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis cukup banyak faktor cakupan seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan. Demografis sendiri merupakan dasar dari segmentasi kelompok konsumen. Menurut segmentasi demografis, “Nature Coffee” dapat dinikmati oleh usia 15 tahun keatas. Berdasarkan pendapatan, konsumen “Nature Coffee” adalah masyarakat yang memiliki pendapatan tetap diatas UMR. Lalu berdasarkan segmentasi pekerjaan, konsumen “Nature Coffee” merupakan pelajar, mahasiswa, dan pekerja kantor.

## 3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis merupakan pengelompokan pembeli yang dimana berdasarkan segmentasi gaya hidup ataupun karakteristik kepribadian. Dalam “Nature Coffee” segmentasi ini adalah konsumen yang menyukai minuman kopi.

## D. Strategi Pemasaran

Untuk menjalankan suatu usaha, salah satu strategi yang penting untuk keberlangsungan penjualan yaitu strategi pemasaran. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
© Hak Cipta Milik IBI IKKG (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.



menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial (W Stanton, 2019: 1). Pemasaran sendiri menjadi alat mediasi dalam memasarkan suatu produk yang bertujuan untuk menaikkan tingkat penjualan hingga pada target yang dituju. Strategi-strategi pemasaran yang dipakai “*Nature Coffee*” adalah sebagai berikut:

## 1. Diferensiasi

“*Nature Coffee*” menggunakan beberapa jenis gelas dan *cup* yang berbeda ukuran untuk setiap produk nya. Perbedaan minuman kopi “*Nature Coffee*” dengan pesaing lain tidak terlalu jauh yaitu menggunakan bubuk kopi sendiri yang di haluskan dari biji kopi sehingga dapat menghasilkan tekstur dan aroma espresso yang pas untuk konsumen minum.

Lalu “*Nature Coffee*” juga menawarkan minuman non kopi seperti lotus yang terdiri dari susu, lotus biskuit dan lotus *dizzle* yang memiliki komposisi yang pas sehingga konsumen yang tidak bisa mengkonsumsi kopi tetap dapat menikmati minuman lain di “*Nature Coffee*”.

## 2. Positioning

“*Nature Coffee*” merupakan sebuah usaha yang menempatkan dirinya dalam bidang usaha minuman yang menggunakan bahan dasar kopi dan non kopi. Selain itu, design meja dan bangku “*Nature Coffee*” menggunakan bahan semen yang dibentuk menjorok ke dalam tanah sehingga konsumen dapat merasakan suasana alam dengan berkumpul dan meminum kopi dari “*Nature Coffee*”. Dengan design meja dan bangku seperti ini diharapkan konsumen dapat mengingat “*Nature Coffee*” sebagai kedai kopi *aesthetic* dengan konsep alam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI Kiri (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.



### 3. Penetapan harga

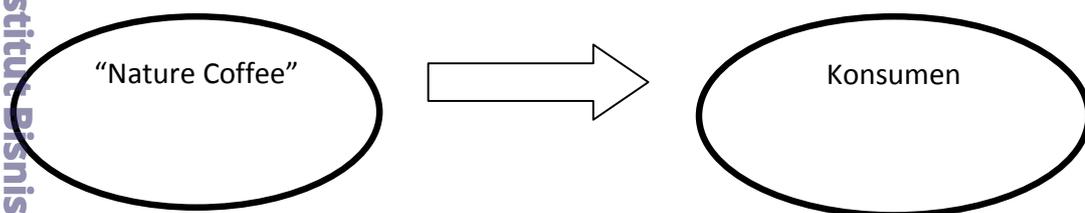
Penetapan harga yang digunakan “Nature Coffee” untuk menjualkan produk minumannya yaitu dengan metode *competition-based pricing* yang dapat dikatakan adalah penetapan harga berdasarkan harga yang dikenakan pesaing yang menjual produk sejenis. Dengan metode ini, “Nature Coffee” menjual harga yang lebih murah sehingga diharapkan bisa mendapatkan penjualan yang tinggi. Harga yang ditawarkan “Nature Coffee” sendiri sebesar Rp 15.000 – Rp 22.000.

### 4. Saluran distribusi

Dalam saluran distribusi, “Nature Coffee” menggunakan metode tingkat nol yaitu produsen langsung kepada konsumen yang proses pembuatan minuman dilakukan dari dapur “Nature Coffee”. Untuk pembelian langsung dapat diberikan langsung kepada konsumen atau melalui driver melalui *food delivery*. Berikut ini “Nature Coffee” gambarkan proses alur distribusi produk minumannya:

Gambar 4. 1

Alur Saluran Distribusi “Nature Coffee”



Sumber : “Nature Coffee”

### E. Strategi promosi

Promosi memiliki fungsi yang berguna untuk semua pelaku usaha yaitu media yang bertugas untuk menawarkan suatu produk kepada konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Tentunya promosi tersebut menimbulkan harapan kepada



karyawan. Dengan adanya personal selling ini maka “*Nature Coffee*” diharapkan dapat menjangkau lebih luas konsumen.

**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.