

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

A. Produk Yang Dihasilkan

Ashla Bakery merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang usaha *food and beverages* yang menyediakan jenis produk makanan berupa kue dan minuman-minuman ringan pendamping kue. Menurut Lamb *et al* (2022:179), “A product may be defined as everything, both favorable and unfavorable, that a person receives in an exchange.” Yang artinya, produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu, baik yang menguntungkan maupun tidak menguntungkan, yang diterima seseorang disuatu kegiatan pertukaran.

Ashla Bakery menawarkan berbagai macam pilihan makanan dan minuman, dengan bahan dasar yang tentunya berkualitas unggul yang dipilih oleh *Ashla Bakery*. Berikut adalah penjelasan produk makanan yang ditawarkan:

1. Produk Makanan:

a. Glazzy

Glazzy merupakan varian menu donat yang ditawarkan oleh *Ashla Bakery*. Menu ini adalah salah satu *best seller* yang menyajikan donat berbahan dasar tepung dan susu yang digoreng dan dilumuri oleh cairan gula dengan cita rasa manis yang pas dan dapat dinikmati kapan saja.

b. Cookies and Cream

Coookies and Cream merupakan varian menu donat yang disajikan dengan selai vanila dan ditabur dengan kepingan *oreo* di atasnya.

c. Choco Classic

Chocolate Classic merupakan varian donat yang disajikan dengan lelehan *dark chocolate compound* dengan taburan meses di atasnya.



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

d. *Choco Heaven*

Choco Heaven merupakan varian donat yang disajikan dengan lelehan *dark chocolate compound* berkualitas yang kaya akan rasa coklat.

e. *Choco Lava*

Choco Lava merupakan varian donat dengan isian *vla* coklat dan lelehan *dark chocolate compound* di atasnya.

f. *Crunchy Crunch*

Crunchy Crunch merupakan varian donat yang disajikan dengan lelehan selai coklat yang memiliki tekstur krispi pada selainya.

g. *Almondy*

Almondy merupakan varian donat dengan lelehan selai vanila dan taburan *almond* di atasnya.

h. *Tiraglaze*

Tiraglaze merupakan varian donat dengan lelehan selai tiramisu di atasnya. Cocok dikonsumsi dengan kopi atau teh.

i. *Rainbow Spring*

Rainbow Spring merupakan varian donat yang disajikan dengan selai vanila dan taburan meses warna-warni di atasnya.

j. *Pinky Heaven*

Pinky Heaven merupakan varian donat dengan isian *vla* stroberi dan lelehan selai dengan rasa stroberi di atasnya.

k. *Matcha Mondy*

Matcha Mondy merupakan varian donat dengan lelehan selai *matcha* dan taburan kacang *almond* di atasnya.

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. *Cinnamon Dust*

Cinnamon Dust merupakan varian terakhir dari donat yang ditawarkan oleh *Ashla bakery*. Disajikan dengan taburan bubuk kayu manis yang cocok dikonsumsi bersamaan dengan teh hangat.

m. *Brownies Mini Original*

Brownies Mini Original merupakan varian *brownies* berukuran 10x10 cm. Dengan bahan dasar coklat berkualitas yang membuat *brownies* ini memiliki rasa coklat yang kuat.

n. *Brownies Mini with Toppings*

Brownies Mini with Toppings ditawarkan untuk para konsumen yang mungkin ingin mengonsumsi *brownies* dengan tambahan rasa untuk memperkaya rasa *brownies*.

o. *Brownies Medium Original*

Brownies Medium Original merupakan varian *brownies* dengan ukuran 22x10cm. *Brownies* ini cocok disajikan untuk 3 sampai 10 orang.

p. *Brownies Medium with Toppings*

Sama halnya dengan varian *brownies mini*, *brownies* dengan tambahan topping ini disediakan untuk solusi jika para konsumen ingin mengonsumsi *brownies* dengan campuran rasa lain yang sudah disediakan oleh *Ashla Bakery*.

q. *Brownies Large with Toppings*

Brownies Large with Toppings merupakan varian paling besar dari menu *brownies* yang ditawarkan oleh *Ashla Bakery*. Dengan ukuran 22x22 yang cocok untuk disantap bersama dengan keluarga atau teman. Dapat disajikan saat acara seperti arisan, pertemuan, atau saat sedang kumpul

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.



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

bersama. Dengan pilihan taburan *toppings* yang dapat dipilih langsung oleh konsumen.

r. *Brown Sugar Choco Crunchy Cookies*

Brown Sugar Choco Crunchy Cookies merupakan jenis kue kering dengan aroma *butter* yang menggugah selera dengan bahan dasar *brown sugar* dengan kepingan coklat cincang dan diisi dengan selai *choco crumchy* untuk memperkaya rasa kue.

s. *Brown Sugar Choco Cheese Cookies*

Brown Sugar Choco Cheese Cookies merupakan varian dari menu *cookies* dengan isian krim keju di dalamnya menambah rasa manis dan gurih saat dikonsumsi. Sangat cocok untuk dikonsumsi dengan susu atau teh.

t. *Brown Sugar Choco Marshmallow*

Brown Sugar Choco Marshmallow merupakan varian *cookies* dengan taburan *mini marshmallow* di atasnya, menambah kesan kenyal saat dikonsumsi.

u. *Brown Sugar Peanut Butter*

Brown Sugar Peanut Butter merupakan varian akhir dari menu *cookies* dengan isian selai kacang di dalamnya, sangat cocok dikonsumsi dengan teh, susu atau kopi.

2. Produk Minuman:

a. Kopi Susu Gula Aren

Kopi susu gula aren banyak sekali digemari oleh para masyarakat di zaman sekarang. Menggunakan biji kopi lokal arabika dengan rasa manis dan pahit dari perpaduan kopi dan gula aren di dalamnya.

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.



b. Teh Gula Aren

Teh gula aren merupakan minuman yang sangat cocok sebagai pelengkap saat mengonsumsi kue terutama kue kering. Dengan perpaduan teh celup “Prendjak” dan campuran gula aren memberikan sensasi manis berbeda dari gula biasa.

c. *Choco Latte*

Choco Latte merupakan perpaduan *dark choco* yang sedikit pahit dicampur dengan susu *full cream* dan sedikit gula menjadikan minuman ini kaya rasa.

d. *Pandan Latte*

Pandan Latte merupakan varian minuman kopi dengan aroma pandan yang dicampur dengan susu *full cream* dan sirup pandan sebagai perasa.

e. Air Mineral

Air mineral dalam kemasan dengan ukuran 600 ml sebagai pelengkap.

Setiap usaha harus memiliki logo sebagai *trademark* atau identitas dari suatu badan usaha sebagai bentuk komunikasi visual kepada para konsumen dan ciri khas perusahaan. Selain itu, faktor utama pembuatan logo adalah untuk menarik minat konsumen. Berikut merupakan logo dari *Ashla Bakery*:

© 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 4.1

Logo Ashla Bakery



Sumber: *Ashla Bakery*

Sesuai dengan gambar 4.1 di atas, menunjukkan logo didominasi dengan warna ungu yang memberikan gambaran kesenangan dan kebahagiaan dalam hidup serta kemakmuran. Gambar donat yang dipilih untuk dijadikan logo dikarenakan donat merupakan menu utama yang ditawarkan dan *best seller* di *Ashla Bakery*. Lalu “*Donuts, Cookies & Home Bakery*” merupakan garis besar penjelasan produk apa saja yang dijual yaitu, kue kering maupun kue basah rumahan.

© 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.

Gambar 4.2

Menu Ashla Bakery

Donuts		Brownies	
Glazzy	7k	Mini Original	18k
Cookies & Cream	10k	Mini with Toppings	20k
Choco Classic	8k	Medium Original	40k
Choco Heaven	8k	Medium with Toppings	50k
Choco Lava	10k	Large with Toppings	100k
Crunchy Crunch	8k		
Almondy	10k		
Tiraglaze	7k		
Rainbow Spring	7k		
Pinky Heaven	10k		
Matcha Mondy	12k		
Cinnamon Dust	8k		
Cookies		Drinks	
Choco Crunchy	12k	Kopi Susu Gula Aren	15k
Choco Cheesy	14k	Teh Gula Aren	10k
Choco Marshmallow	14k	Choco Latte	15k
Peanut Butter	14k	Pandan Latte	20k
		Air Mineral	5k
		Add on Brownie	
		• Oreo	• Almond
		• Regal	• Rainbow Sprinkle
		• Chocochip	• Beng-beng
		• Keju	• Meses

Sumber: Ashla Bakery

Menu yang ditawarkan oleh Ashla Bakery merupakan variasi macam-macam donat, brownies dengan berbagai ukuran, cookies dan minuman pelengkap untuk menemani para konsumen mengonsumsi kue. Produk *best seller* dari Ashla Bakery adalah *glazzy*, disamping harganya yang murah perpaduan rasa donat polos yang tidak terlalu manis dilapisi oleh cairan gula membuat manis yang dihasilkan dari donat terasa pas apalagi jika ditemani oleh segelas teh, susu ataupun kopi. Segala menu ditawarkan dengan kisaran harga mulai dari Rp 5.000 – Rp 100.000.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- Gambaran pasar merupakan gambaran yang menyajikan data dari proyeksi tingkat penjualan selama 5 tahun ke depan. Sebuah proyeksi penjualan bisa mengalami kenaikan maupun penurunan selama waktu tertentu. Proyeksi penjualan dibagi menjadi 2 bagian yaitu ramalan penjualan dan anggaran penjualan usaha. Pada proyeksi penjualan *Ashla Bakery*, harga dari setiap menu akan mengalami kenaikan sebesar 5% setiap tahun akibat inflasi dan fluktuasi harga bahan baku pembuatan kue. Selain kenaikan harga pada setiap tahunnya, penjualan juga akan mengalami kenaikan selama bulan puasa dan hari raya Idul Fitri serta kenaikan menjelang akhir tahun dan perayaan Natal pada bulan Desember.
- Berikut penulis tampilkan tabel proyeksi penjualan dalam 5 tahun kedepan dari tahun 2025. Dimulai dari ramalan penjualan dalam satu bulan terlebih dahulu:



Tabel 4.1

Ramalan Penjualan dalam Satu Bulan Tahun 2025 (dalam Unit)

No	Nama Produk	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Total per Bulan
Makanan						
1	Glazzy	108	118	125	125	476
2	Cookies and Cream	100	105	105	85	395
3	Choco Classic	80	75	85	95	335
4	Choco Heaven	70	75	70	80	295
5	Choco Lava	75	70	70	85	300
6	Crunchy Crunch	70	70	75	80	295
7	Almondy	85	90	90	95	360
8	Tiraglaze	60	55	60	65	240
9	Rainbow Spring	30	35	30	38	133
10	Pinky Heaven	20	15	20	17	72
11	Matcha Mondy	20	15	20	25	80
12	Cinnamon Dust	10	12	15	15	52
13	Mini Original	55	60	65	65	245
14	Mini with Toppings	40	45	40	45	170
15	Medium Original	15	10	10	15	50
16	Medium with Toppings	15	10	15	10	50
17	Large with Toppings	5	12	15	15	47
18	Brown Sugar Choco Crunchy	60	50	60	60	230
19	Brown Sugar Choco Cheesy	55	45	50	60	210
20	Brown Sugar Choco Marshmallow	30	20	25	25	100
21	Brown Sugar Peanut Butter	10	15	15	20	60
Minuman						
22	Kopi Susu Gula Aren	50	45	50	55	200
23	Teh Gula Aren	80	85	85	90	340
24	Choco Latte	20	25	20	20	85
25	Pandan Latte	15	10	13	15	53
26	Air Mineral	35	30	35	40	140

Sumber: Ashla Bakery, 2024

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

Anggaran Penjualan dalam Satu Bulan Tahun 2025

No	Menu	Harga Jual	Kuantitas per Bulan	Total per Tahun
Makanan				
Donuts				
1	Glazzy	Rp 7.000	476	Rp 3.332.000
2	Cookies and Cream	Rp 10.000	395	Rp 3.950.000
3	Choco Classic	Rp 8.000	335	Rp 2.680.000
4	Choco Heaven	Rp 8.000	295	Rp 2.360.000
5	Choco Lava	Rp 10.000	300	Rp 3.000.000
6	Crunchy Crunch	Rp 8.000	295	Rp 2.360.000
7	Almondy	Rp 10.000	360	Rp 3.600.000
8	Tiraglaze	Rp 7.000	240	Rp 1.680.000
9	Rainbow Spring	Rp 7.000	133	Rp 931.000
10	Pinky Heaven	Rp 10.000	72	Rp 720.000
11	Matcha Mondy	Rp 12.000	80	Rp 960.000
12	Cinnamon Dust	Rp 8.000	52	Rp 416.000
Brownies				
13	Mini Original	Rp 18.000	245	Rp 4.410.000
14	Mini with Toppings	Rp 20.000	170	Rp 3.400.000
15	Medium Original	Rp 40.000	50	Rp 2.000.000
16	Medium with Toppings	Rp 50.000	50	Rp 2.500.000
17	Large with Toppings	Rp 100.000	47	Rp 4.700.000
Cookies				
18	Brown Sugar Choco Crunchy	Rp 12.000	230	Rp 2.760.000
19	Brown Sugar Choco Cheesy	Rp 14.000	210	Rp 2.940.000
20	Brown Sugar Choco Marshmallow	Rp 14.000	100	Rp 1.400.000
21	Brown Sugar Peanut Butter	Rp 14.000	60	Rp 840.000
Total Penjualan Makanan				Rp 50.939.000
Minuman				
22	Kopi Susu Gula Aren	Rp 15.000	200	Rp 3.000.000
23	Teh Gula Aren	Rp 10.000	340	Rp 3.400.000
24	Choco Latte	Rp 15.000	85	Rp 1.275.000
25	Pandan Latte	Rp 20.000	53	Rp 1.060.000
26	Air Mineral	Rp 5.000	140	Rp 700.000
Total Penjualan Minuman				Rp 9.435.000
Total Penjualan Makanan dan Minuman				Rp 60.374.000

Sumber: Tabel 4.1

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 Penjualan Menu Makanan Tahun 2025 (dalam Unit)

Bulan	Tahun 2025																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Jan	476	395	335	295	300	295	360	240	133	72	80	52	245	170	50	50	47	230	210	100	60
Feb	495	411	348	307	312	307	374	250	138	75	83	54	255	177	52	52	49	239	218	104	62
Mar	525	435	369	325	331	325	397	265	147	79	88	57	270	187	55	55	52	254	232	110	66
Apr	556	462	391	345	351	345	421	280	155	84	93	61	286	199	58	58	55	269	245	117	70
May	545	452	384	338	344	338	412	275	152	82	92	60	281	195	57	57	54	263	240	115	69
Jun	567	470	399	351	357	351	429	286	158	86	95	62	292	202	60	60	56	274	250	119	71
Jul	590	489	415	365	372	365	446	297	165	89	99	64	303	211	62	62	58	285	260	124	74
Aug	613	509	432	380	386	380	464	309	171	93	103	67	316	219	64	64	61	296	271	129	77
Sep	638	529	449	395	402	395	482	322	178	96	107	70	328	228	67	67	63	308	281	134	80
Oct	663	550	467	411	418	411	502	334	185	100	111	72	341	237	70	70	65	320	293	139	84
Nov	690	572	485	427	435	427	522	348	193	104	116	75	355	246	72	72	68	333	304	145	87
Dec	731	607	515	453	461	453	553	369	204	111	123	80	376	261	77	77	72	353	323	154	92
Total	7089	5882	4989	4393	4468	4393	5361	3574	1981	1072	1191	774	3648	2532	745	745	700	3425	3127	1489	894

Sumber: Tabel 4.1

Keterangan Menu:

1. Glazzy
2. Cookies and Cream
3. Choco Classic
4. Choco Heaven
5. Choco Lava
6. Crunchy Crunch
7. Almondy
8. Tiraglaze
9. Rainbow Spring

10. Pinky Heaven
11. Matcha Mondy
12. Cinnamon Dust
13. Brownies Mini Original
14. Brownies Mini with Toppings
15. Brownies Medium Original
16. Brownies Medium with Toppings
17. Brownies Large with Toppings

18. Brown Sugar Choco Crunchy Cookies
19. Brown Sugar Choco Cheesy Cookies
20. Brown Sugar Choco Marshmallow Cookies
21. Brown Sugar Peanut Butter Cookies

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan

Manajemen Kwik Kian Gie School of Business

Institut Bisnis

1. Diarahkan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengutipkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.4

Ramalan Penjualan Menu Minuman Tahun 2025 (dalam Unit)

Bulan	Tahun 2025				
	Kopi Susu Gula Aren	Teh Gula Aren	Choco Latte	Pandan Latte	Air Mineral
Jan	200	340	85	53	140
Feb	208	354	88	55	146
Mar	218	371	93	58	153
Apr	229	390	97	61	161
May	225	382	96	60	157
Jun	234	397	99	62	164
Jul	243	413	103	64	170
Aug	253	430	107	67	177
Sep	263	447	112	70	184
Oct	273	465	116	72	191
Nov	284	483	121	75	199
Dec	301	512	128	80	211
Total	2932	4985	1246	777	2053

Sumber: Tabel 4.1



Berdasarkan tabel 4.3 dan 4.4 dapat dilihat bahwa dari bulan Januari hingga bulan Februari penjualan meningkat 4%. Kemudian pada bulan Maret dan bulan April penjualan meningkat sebesar 6% dikarenakan memasuki bulan puasa, dan adanya perayaan Idul Fitri sehingga tingkat pembelian untuk makanan manis meningkat. Kemudian turun 2% di bulan Mei karena penurunan konsumsi kue dan produk manis lainnya setelah Idul Fitri. Kembali lagi mengalami peningkatan sebesar 4% pada bulan Juni hingga bulan November. Dan pada bulan Desember meningkat sebesar 6% karena menjelang tahun baru dan perayaan Natal.

Setiap tahunnya, penjualan *Ashla Bakery* mengalami kenaikan sebesar 6%. Begitu pula dari segi harga, setiap menu makanan dan minuman akan mengalami kenaikan sebesar 5% setiap tahunnya seiring dengan harga bahan baku yang terus mengalami kenaikan setiap tahunnya.

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 Institut Bisnis Kwik Kian Gie

Tabel 4.5

Anggaran Penjualan Ashla Bakery Periode 2025 – 2026

No	Menu	2025			2026		
		Unit	Harga Jual	Total	Unit	Harga Jual	Total
1	Glazzy	7089	Rp 7.000	Rp 49.623.000	7514	Rp 7.350	Rp 55.227.900
2	Cookies and Cream	5882	Rp 10.000	Rp 58.820.000	6235	Rp 10.500	Rp 65.467.500
3	Choco Classic	4989	Rp 8.000	Rp 39.912.000	5288	Rp 8.400	Rp 44.419.200
4	Choco Heaven	4393	Rp 8.000	Rp 35.144.000	4657	Rp 8.400	Rp 39.118.800
5	Choco Lava	4468	Rp 10.000	Rp 44.680.000	4736	Rp 10.500	Rp 49.728.000
6	Crunchy Crunch	4393	Rp 8.000	Rp 35.144.000	4657	Rp 8.400	Rp 39.118.800
7	Almondy	5361	Rp 10.000	Rp 53.610.000	5683	Rp 10.500	Rp 59.671.500
8	Tiramisue	3574	Rp 7.000	Rp 25.018.000	3788	Rp 7.350	Rp 27.841.800
9	Rainbow Spring	1981	Rp 7.000	Rp 13.867.000	2100	Rp 7.350	Rp 15.435.000
10	Pinkie Heaven	1072	Rp 10.000	Rp 10.720.000	1136	Rp 10.500	Rp 11.928.000
11	Matcha Mondy	1191	Rp 12.000	Rp 14.292.000	1262	Rp 12.600	Rp 15.901.200
12	Cinnamon Dust	774	Rp 8.000	Rp 6.192.000	820	Rp 8.400	Rp 6.888.000
13	Mint Original	3648	Rp 18.000	Rp 65.664.000	3867	Rp 18.900	Rp 73.086.300
14	Mini with Toppings	2532	Rp 20.000	Rp 50.640.000	2684	Rp 21.000	Rp 56.364.000
15	Medium Original	745	Rp 40.000	Rp 29.800.000	790	Rp 42.000	Rp 33.180.000
16	Medium with Toppings	745	Rp 50.000	Rp 37.250.000	790	Rp 52.500	Rp 41.475.000
17	Large with Toppings	700	Rp 100.000	Rp 70.000.000	742	Rp 105.000	Rp 77.910.000
18	Brown Sugar Choco Crunchy	3425	Rp 12.000	Rp 41.100.000	3631	Rp 12.600	Rp 45.750.600
19	Brown Sugar Choco Cheesy	3127	Rp 14.000	Rp 43.778.000	3315	Rp 14.700	Rp 48.730.500
20	Brown Sugar Choco Marshmallow	1489	Rp 14.000	Rp 20.846.000	1578	Rp 14.700	Rp 23.196.600
21	Brown Sugar Peanut Butter	894	Rp 14.000	Rp 12.516.000	948	Rp 14.700	Rp 13.935.600
22	Kopi Susu Gula Aren	2932	Rp 15.000	Rp 43.980.000	3108	Rp 15.750	Rp 48.951.000
23	Teh Gula Aren	4985	Rp 10.000	Rp 49.850.000	5284	Rp 10.500	Rp 55.482.000
24	Choco Latte	1246	Rp 15.000	Rp 18.690.000	1321	Rp 15.750	Rp 20.805.750
25	Pandan Latte	777	Rp 20.000	Rp 15.540.000	824	Rp 21.000	Rp 17.304.000
26	Air Mineral	2053	Rp 5.000	Rp 10.265.000	2176	Rp 5.150	Rp 11.206.400
Total		74.465		Rp 896.941.000	78.934		Rp 998.123.450

Sumber: Tabel 4.3, Tabel 4.4



©

Hak cipta milik Institut Bisnis Kwik Kian Gie

Institut Bisnis

Tabel 4.6

Anggaran Penjualan Ashla Bakery Periode 2027-2028

No	Menu	2027			2028		
		Unit	Harga Jual	Total	Unit	Harga Jual	Total
1	Glazzy	7965	Rp 7.718	Rp 61.473.870	8443	Rp 8.104	Rp 68.422.072
2	Cookies and Cream	6609	Rp 11.025	Rp 72.864.225	7006	Rp 11.576	Rp 81.101.456
3	Choco Classic	5605	Rp 8.820	Rp 49.436.100	5941	Rp 9.261	Rp 55.019.601
4	Choco Heaven	4936	Rp 8.820	Rp 43.535.520	5232	Rp 9.261	Rp 48.453.552
5	Choco Lava	5020	Rp 11.025	Rp 55.345.500	5321	Rp 11.576	Rp 61.595.896
6	Crunchy Crunch	4936	Rp 8.820	Rp 43.535.520	5232	Rp 9.261	Rp 48.453.552
7	Almondy	6024	Rp 11.025	Rp 66.414.600	6385	Rp 11.576	Rp 73.912.760
8	Tiramisue	4015	Rp 7.718	Rp 30.987.770	4256	Rp 8.104	Rp 34.490.624
9	Rainbow Spring	2226	Rp 7.718	Rp 17.180.268	2360	Rp 8.104	Rp 19.125.440
10	Pinkie Heaven	1204	Rp 11.025	Rp 13.274.100	1276	Rp 11.576	Rp 14.770.976
11	Matcha Mondy	1338	Rp 13.230	Rp 17.701.740	1418	Rp 13.892	Rp 19.698.856
12	Cinnamon Dust	869	Rp 8.820	Rp 7.664.580	921	Rp 9.261	Rp 8.529.381
13	Mini Original	4099	Rp 19.845	Rp 81.344.655	4345	Rp 20.837	Rp 90.536.765
14	Mini with Toppings	2845	Rp 22.050	Rp 62.732.250	3016	Rp 23.153	Rp 69.829.448
15	Medium Original	837	Rp 44.100	Rp 36.911.700	887	Rp 46.305	Rp 41.072.535
16	Medium with Toppings	837	Rp 55.125	Rp 46.139.625	887	Rp 57.881	Rp 51.340.447
17	Large with Toppings	787	Rp 110.250	Rp 86.766.750	834	Rp 115.763	Rp 96.546.342
18	Brown Sugar Choco Crunchy	3849	Rp 13.230	Rp 50.922.270	4080	Rp 13.892	Rp 56.679.360
19	Brown Sugar Choco Cheesy	3514	Rp 15.435	Rp 54.238.590	3725	Rp 16.207	Rp 60.371.075
20	Brown Sugar Choco Marshmallow	1673	Rp 15.435	Rp 25.822.755	1773	Rp 16.207	Rp 28.735.011
21	Brown Sugar Peanut Butter	1005	Rp 15.435	Rp 15.512.175	1065	Rp 16.207	Rp 17.260.455
22	Kopi Susu Gula Aren	3294	Rp 16.538	Rp 54.476.172	3492	Rp 17.365	Rp 60.638.580
23	Teh Gula Aren	5601	Rp 11.025	Rp 61.751.025	5937	Rp 11.576	Rp 68.726.712
24	Choco Latte	1400	Rp 16.538	Rp 23.153.200	1484	Rp 17.365	Rp 25.769.660
25	Pandan Latte	873	Rp 22.050	Rp 19.249.650	925	Rp 23.153	Rp 21.416.525
26	Air Mineral	2307	Rp 5.305	Rp 12.238.635	2445	Rp 5.464	Rp 13.359.480
Total		83.668		Rp 1.110.673.245	88.686		Rp 1.235.856.561

Sumber: Tabel 4.3, Tabel 4.4

1. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan pribadi atau komersial.
2. Dilarang mengutip atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
3. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
4. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
5. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
6. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
7. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
8. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
9. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
10. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
11. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
12. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
13. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
14. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
15. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
16. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
17. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
18. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
19. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
20. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
21. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
22. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
23. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
24. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
25. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.
26. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk kepentingan lain yang melanggar hak cipta.

Tabel 4.7

Anggaran Penjualan Ashla Bakery Periode 2029

No	Menu	2029		
		Unit	Harga Jual	Total
1	Glazzy	8950	Rp 8.509	Rp 76.155.550
2	Cookies and Cream	7426	Rp 12.155	Rp 90.263.030
3	Choco Classic	6297	Rp 9.724	Rp 61.232.028
4	Choco Heaven	5546	Rp 9.724	Rp 53.929.304
5	Choco Lava	5640	Rp 12.155	Rp 68.554.200
6	Crunchy Crunch	5546	Rp 9.724	Rp 53.929.304
7	Almondy	6768	Rp 12.155	Rp 82.265.040
8	Tiramisue	4511	Rp 8.509	Rp 38.384.099
9	Rainbow Spring	2502	Rp 8.509	Rp 21.289.518
10	Pink Heaven	1353	Rp 12.155	Rp 16.445.715
11	Matcha Mondy	1503	Rp 14.587	Rp 21.924.261
12	Cinnamon Dust	876	Rp 9.724	Rp 8.518.224
13	Mint Original	4606	Rp 21.879	Rp 100.774.674
14	Mini with Toppings	3197	Rp 24.311	Rp 77.722.267
15	Medium Original	940	Rp 48.620	Rp 45.702.800
16	Medium with Toppings	940	Rp 60.775	Rp 57.128.500
17	Large with Toppings	884	Rp 121.551	Rp 107.451.084
18	Brown Sugar Choco Crunchy	4325	Rp 14.587	Rp 63.088.775
19	Brown Sugar Choco Cheesy	3949	Rp 17.017	Rp 67.200.133
20	Brown Sugar Choco Marshmallow	1879	Rp 17.017	Rp 31.974.943
21	Brown Sugar Peanut Butter	1129	Rp 17.017	Rp 19.212.193
22	Kopi Susu Gula Aren	3702	Rp 18.233	Rp 67.498.566
23	Teh Gula Aren	6293	Rp 12.155	Rp 76.491.415
24	Choco Latte	1573	Rp 18.233	Rp 28.680.509
25	Pandan Latte	981	Rp 24.311	Rp 23.849.091
26	Air Mineral	2592	Rp 5.628	Rp 14.587.776
Total		94.007		Rp 1.374.252.999

Sumber: Tabel 4.3, Tabel 4.4



1. Dilarang menjiplak atau menyalin seluruh atau sebagian isi laporan ini untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Target Pasar yang Dituju

Menurut Dibb *et al* (2019:207), “*Market segmentation is the process of grouping customers in markets with some heterogeneity into smaller, more similar or homogeneous segments. The identification of target customer groups in which customers are aggregated into groups with similar requirements and buying characteristic.*” Yang berarti, segmentasi pasar adalah proses pengelompokan pelanggan dipasar ke dalam segmen yang lebih kecil, lebih mirip atau homogen. Identifikasi kelompok pelanggan dimana para pelanggan akan dikumpulkan kedalam kelompok-kelompok dengan karakteristik pembelian yang serupa. Berikut merupakan pembagian kelompok segmentasi pasar *Ashla Bakery*:

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mengelompokkan konsumen dari unit geografis seperti wilayah, provinsi, desa, dan kota. Pemilihan wilayah yang tepat diyakini dapat menjadi hal yang menguntungkan dan berpeluang besar untuk mengembangkan usaha yang dijalankan serta memperluas target pasar dari *Ashla Bakery*. Segmentasi geografis *Ashla Bakery* berada di wilayah Jakarta Barat, khususnya daerah Mangga Besar dan sekitarnya, dikarenakan daerah Mangga Besar merupakan salah satu daerah kuliner di Jakarta Barat. Alasan penulis memilih Jakarta Barat sebagai segmentasi geografis karena menurut data kependudukan BPS pada tahun 2022, jumlah kependudukan masyarakat Jakarta Barat mencapai angka 2,4 juta jiwa yang berarti memiliki prospek usaha yang tinggi.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis mengelompokkan konsumen berdasarkan jenis kelamin, usia, serta pendapatan. Segmentasi demografis berdasarkan jenis

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.



kelamin dan usia, *Ashla Bakery* dapat dinikmati oleh konsumen usia 5 tahun keatas baik itu laki-laki maupun perempuan. Kemudian berdasarkan pendapatan, *Ashla Bakery* menetapkan semua kalangan dari kalangan menengah ke bawah sampai menengah ke atas dapat membeli dan menikmati semua produk dari *Ashla Bakery*, dikarenakan *Ashla Bakery* mematok harga yang terjangkau sehingga semua kalangan dapat membeli dan menikmatinya.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis mengelompokkan konsumen berdasarkan gaya hidup, kepribadian serta kelas sosial. *Ashla Bakery* menargetkan konsumen dari kalangan menengah dengan gaya hidup yang modern. Dengan konsep kedai yang *instagramable* dan nyaman, *Ashla Bakery* juga menargetkan masyarakat yang menyukai kegiatan berkumpul maupun masyarakat yang gemar melakukan “*me time*” di kedai.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku mengelompokkan konsumen berdasarkan sikap, dan manfaat terhadap suatu produk yang ditawarkan. Segmentasi perilaku konsumen berdasarkan sikap terhadap produk-produk *Ashla Bakery* adalah mencari cita rasa dari kue-kue rumahan dengan penggunaan bahan-bahan yang berkualitas untuk para konsumennya. Dengan memberikan dan menjaga kualitas dari produk yang ditawarkan diharapkan dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan dan banyak memberikan manfaat kepada para konsumen *Ashla Bakery*.

D. Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Menurut Dibb *et al* (2019:238), “*With a differentiated strategy an organization directs its marketing efforts at two or more market segments by developing a separate marketing mix for each segment selected.*” Yang artinya dengan adanya strategi diferensiasi, sebuah organisasi akan mengarahkan usaha pemasarannya pada dua atau lebih segmen pasar dengan mengembangkan bauran yang terpisah untuk setiap segmennya.

Strategi diferensiasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti memberi desain yang lebih menarik, pelayanan yang lebih baik maupun penggunaan bahan yang berkualitas. Strategi diferensiasi yang digunakan oleh *Ashla Bakery* adalah dengan penggunaan bahan baku yang bisa dipastikan berkualitas dan memberikan cita rasa yang berbeda dari toko kue yang lain. Dengan penggunaan bahan baku utama yang premium, menghasilkan output produk terbaik untuk para konsumen yang hanya bisa dirasakan di kedai kue *Ashla Bakery*. Dengan konsep kedai yang nyaman dan penawaran harga yang terjangkau menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen.

2. Positioning

Menurut Dibb *et al* (2019:248), “*Positioning is the process of creating an image for a product in the minds of target customers*”. Yang artinya, *positioning* adalah proses menciptakan citra dari suatu produk di benak para pelanggan sasaran perusahaan.

Ashla Bakery bertujuan untuk menyediakan kedai yang nyaman dan tenang serta memberikan pelayanan penuh kepada para konsumen. Tidak hanya menyediakan fasilitas untuk berkumpul dengan teman, *Ashla Bakery* juga

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.



menyediakan tempat untuk para konsumen yang ingin bekerja (*work from home/remote work*) atau konsumen yang ingin mengerjakan tugas sekolah/kuliah. Dengan berbagai macam menu untuk menemani kegiatan tersebut diharapkan mampu diingat dan tertanam di benak para konsumen sehingga ketika ingin berkumpul atau sekedar membeli kue, maka akan teringat dan memilih untuk membeli di *Ashla Bakery*.

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

3. Penetapan Harga

Menurut Dibb *et al* (2019:607), “*The process marketers set will be influenced by competitors’ pricing strategies. Marketers are better able to establish prices when they know the prices charged for competing brands. Learning competitors’ prices is a regular function of marketing research.*” Artinya, harga yang ditetapkan oleh pemasar akan dipengaruhi strategi penetapan harga pesaing. Pemasar lebih mampu untuk menetapkan harga ketika mereka mengetahui harga yang dikenakan oleh para pesaing. Mempelajari harga pesaing adalah fungsi dasar dari riset pemasaran.

Ashla Bakery menggunakan metode *Cost – Based Pricing* dengan fokus utama yaitu *Break – Even Analysis and Target Profit Pricing*. *Ashla Bakery* menetapkan harga berdasarkan biaya sewa, biaya produksi, biaya distribusi, serta biaya lain yang memiliki hubungan dengan berjalannya usaha. Selain itu, *Ashla Bakery* juga menargetkan titik impas serta keuntungan dari hasil penjualan.

4. Saluran Distribusi

Menurut Dibb *et al* (2019:450) “*Physical Distribution is a set of activities consisting of order processing, materials handling, warehousing, inventory management, and transportation used in the movement of products from producers to consumers or end-users.*” Artinya, serangkaian kegiatan yang terdiri

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.



dari pemrosesan pesanan, penanganan bahan, pergudangan, manajemen inventaris dan transportasi yang digunakan dalam pergerakan produk dari produsen ke konsumen atau ke pengguna akhir.

Ashla Bakery menggunakan tipe distribusi secara langsung kepada para konsumen tanpa perantara. Konsumen dapat langsung datang ke *offline store* untuk mengonsumsi kue sambil nongkrong atau *take away*. Selain itu, *Ashla Bakery* juga memiliki saluran distribusi langsung secara *online* menggunakan sosial media seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook*, *Whatsapp* serta melalui aplikasi *food e-commerce* seperti *Go-Food*, *Grab-Food*, *Shopee-Food*.

5. People (Orang)

Menurut Dobb et al (2019:637), “*Employee selection, training, and motivation are central considerations. A restaurant may have a superb operation but if the chef or waiters become demoralized and unmotivated, they will begin to deliver low-quality meals and inefficient service, possibly with lousy attitude, resulting in a poor product from the consumer’s point of view.*” Yang artinya, seleksi pada karyawan, pelatihan dan motivasi merupakan pertimbangan utama dari sebuah usaha.

People pada strategi pemasaran yang dimaksud adalah orang yang langsung terhubung dengan bisnis yang akan dijalankan. Pada usaha ini, orang yang langsung terhubung adalah *head baker*, *assistant baker*, pramusaji, dan kasir. Ke-empat pekerjaan tersebut sangat berpengaruh dan berperan penting karena mereka akan berhubungan langsung dengan para konsumen. *Ashla Bakery* akan melakukan pelatihan pelayanan untuk para pelanggan agar setiap pelanggan yang datang merasakan hal positif dan puas tidak hanya dengan pelayanan tetapi juga dengan produk yang ditawarkan.

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



6. Process (Proses)

Proses usaha yang dijalankan oleh *Ashla Bakery* sesuai dengan ketentuan dan SOP yang sudah ada. Mulai dari pembelian bahan baku, pengiriman bahan baku, pengolahan bahan baku, proses pembuatan kue, packaging dari setiap menu kue, semua sudah diatur, diterapkan dan dibuat SOP. Proses ini dilakukan dengan teliti agar kualitas produk tetap terjaga dan konsumen akan merasa puas.

7. Physical Evidence

Menurut Dibb et al (2019:637), “*The environment in which a service is offered and consumed is central to the consumer’s understanding of the service, and to the enjoyment or satisfaction.*” Bisa dikatakan bahwa lingkungan tempat didirikannya sebuah usaha merupakan pusat ketertarikan konsumen untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Bukti fisik yang dimiliki sebuah perusahaan adalah salah satu nilai tambah yang dipertimbangkan oleh para konsumen untuk mendatangi usaha tersebut. *Ashla Bakery* mengusung konsep kedai yang estetik dan nyaman dengan menawarkan harga yang terjangkau dengan pelayanan yang cepat tanggap dan ramah. Logo dan nama usaha yang unik diharapkan dapat menarik minat konsumen dan mudah diingat.

8. Strategi Promosi

Menurut Dibb et al (2019:469), “*The role of promotion in a company is to communicate to individuals, groups, or organizations, with the aim of directly or indirectly facilitating exchanges by informing and persuading one or more of the audiences to accept the company’s products.*” Yang artinya, peran dari promosi dalam suatu perusahaan adalah untuk berkomunikasi dengan individu, sekelompok atau organisasi, dengan tujuan memfasilitasi pertukaran secara langsung maupun

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.



tidak langsung dengan cara menginformasikan dan membujuk satu atau lebih pelanggan untuk menerima produk yang ditawarkan perusahaan.

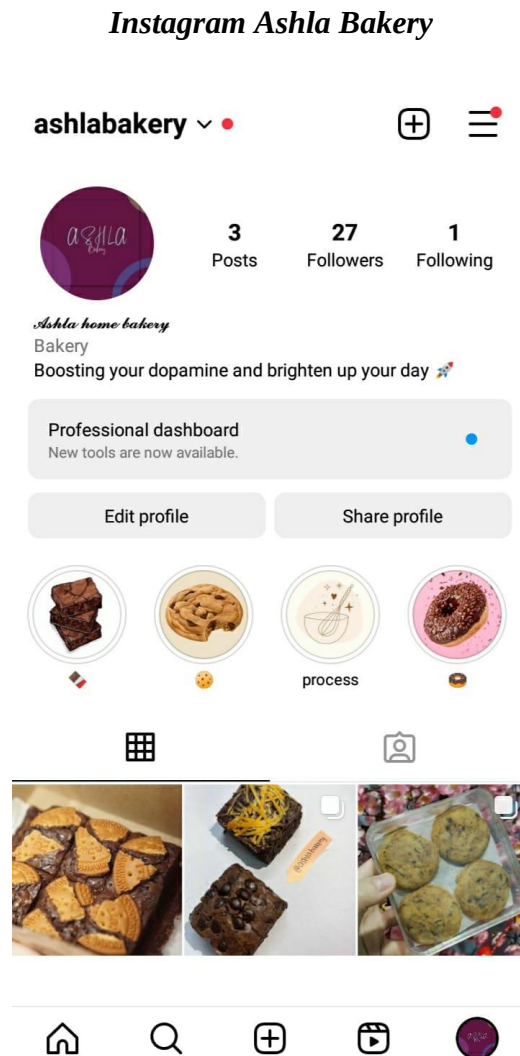
Strategi komunikasi pemasaran terdiri dari *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relation*, dan *direct marketing* yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk kepada para pelanggan. *Ashla Bakery* sendiri menggunakan 3 strategi promosi yaitu *advertising*, *sales promotion* dan *direct marketing*. Berikut merupakan strategi promosi yang digunakan oleh *Ashla Bakery*:

1. Advertising

Menurut Dobb et al (2019:477). “*advertising is a paid form of non-personal communication about an organization and its products that is transmitted to a target audience through a mass medium such as television, radio, newspaper, magazines, direct mail, public transport, outdoor displays, catalogues, and now the web.*” Yang berarti, periklanan adalah bentuk komunikasi non-pribadi berbayar tentang produk yang ditawarkan ke pelanggan sasaran melalui media massa seperti televisi, radio, koran, majalah, pameran, katalog dan sekarang melalui web.

Manfaat *advertising* sendiri adalah untuk memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan dapat menimbulkan rasa penasaran dalam diri konsumen terhadap produk yang dijual oleh perusahaan. *Ashla Bakery* memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menggunakan media sosial sebagai alat promosi melalui *Instagram*, *Facebook* serta *TikTok*. Selain media sosial, *Ashla Bakery* juga bekerja sama dengan *food e-commerce* seperti *Go-Food*, *Grab-Food*, dan *Shopee-Food*.

Gambar 4.3



Sumber: @ashlabakery

(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

Menurut Dibb *et al* (2019:481), “Sales promotion is an activity or material that acts as a direct inducement by offering added value to, pr incentive for, the product, to resellers, sales people or consumers.” Yang berarti, promosi penjualan adalah kegiatan sebagai bujukan langsung dengan menawarkan nilai tambah, atau insentif, produk kepada pengecer, staf penjualan ataupun konsumen.

Ashla Bakery sendiri menerapkan strategi sales promotion dengan memberikan promo dan diskon berupa potongan harga di hari raya besar dan





diskon khusus pada *weekday* sebesar 5% - 10% jika membawa *tumblr* (botol) sendiri jika terdapat menu minuman pada pesanan 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

3. *Direct Marketing*

Menurut Dibb *et al* (2019:484), “*Direct marketing is a decision by a company’s marketers to select a marketing channel which avoids dependence on marketing channel intermediaries and to focus marketing communications activity on promotional mix ingredients which deal directly with targeted customers.*” Yang berarti, pemasaran langsung adalah keputusan pemasar dari sebuah perusahaan untuk memilih saluran pemasar yang menghindari ketergantungan pada perantara saluran pemasar dan lebih memfokuskan aktivitas komunikasi pemasaran secara langsung dengan para pelanggan.

Direct marketing ini digunakan untuk berhubungan langsung dengan konsumen agar dapat memperoleh respon langsung dari para konsumen. Selain itu juga dapat membangun dan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui surat, telepon, *email*, televisi, radio dan sarana komunikasi non-pribadi lain untuk berkomunikasi dengan para konsumen.

Direct marketing yang dilakukan *Ashla Bakery* lebih memfokuskan interaksi langsung dengan konsumen maupun para calon konsumen potensial melalui *Instagram Stories* dan *Whatsapp Status* yang berisi informasi mengenai jam operasional kedai, diskon promo dan potongan harga yang berlaku, serta ketersediaan produk yang dijual. Dengan cara ini, diharapkan *Ashla Bakery* dapat menawarkan dan terus meningkatkan pelayanan terbaik kepada para pelanggan sehingga hubungan jangka panjang akan tetap terjaga.

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



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.