



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Produk yang dihasilkan

Pengertian Produk menurut Kotler (2018), Produk adalah semua yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah mempunyai manfaat bagi konsumen dan memiliki keunggulan dari produk lain, agar dapat menarik perhatian konsumen untuk mencoba membeli produk tersebut.

Mymories Tasty Dendeng merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menyediakan dendeng balado yang dimasak sendiri atau *homemade*, menggunakan bahan baku terbaik, tidak memakai bahan pengawet dan pewarna. Dari segi cita rasa, menyediakan varian cabai merah dan cabai hijau. Selain menjadi teman makan nasi yang lezat, dendeng balado yang dijual juga dapat dijadikan *topping* bakmi, bihun, kwetiau dan *spagheti* sesuai selera konsumen.

Kelebihan yang ditawarkan adalah produk yang dipasarkan terjamin kesegarannya karena tidak diproduksi secara masal, melainkan dalam jumlah terbatas mengikuti tren penjualan atau pemesanan yang masuk secara *online*. Produk dikemas dalam kemasan *vacuum pack* untuk menghindari pencemaran dan meningkatkan daya tahan. Produsen juga memberikan informasi mengenai cara penyimpanan yang aman, tanggal produksi dan tanggal kadaluarsa pada bungkus sebagai bentuk perlindungan konsumen. Setiap pesanan yang masuk akan mendapat pelayanan *fast respons* berdasarkan nomor urut. Berikut produk *Mymories Tasty Dendeng*:

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 Mymories Tasty Dendeng

Jenis Produk	Deskripsi Produk	Gambar
Dendeng Balado Cabai Merah	Daging sapi yang diolah menjadi dendeng balado yang diberi cabai merah dan rempah – rempah.	
Dendeng Balado Cabai Hijau	Daging sapi yang diolah menjadi dendeng balado yang diberi cabai hijau dan rempah – rempah.	

Sumber: Mymories Tasty Dendeng, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, Mymories Tasty Dendeng memiliki 2 varian yaitu dendeng cabai merah dan dendeng cabai hijau. 2 varian tersebut dikemas menggunakan plastik *vacuum food grade*. Berikut ini adalah contoh kemasan dari Mymories Tasty Dendeng:

Gambar 4.1

Kemasan Mymories Tasty Dendeng



Sumber: Mymories Tasty Dendeng, 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Dalam melakukan bisnis, *Mymories Tasty Dendeng* memiliki logo. Logo

adalah suatu nama, istilah, tanda, lambang atau desain atau kombinasi dari semuanya, yang mengidentifikasi barang atau jasa dari sekelompok penjual dan diharapkan akan membedakan barang atau jasa tersebut dari produk- produk pesaing.

Logo menjadi salah satu ciri khas dalam menjual produk, agar masyarakat mengetahui dan mengenal produk kita lewat logo ciri khas yang kita tonjolkan. Berikut adalah logo dari usaha dendeng balado *Mymories Tasty Dendeng*:

Gambar 4.2

Logo Mymories Tasty Dendeng



Sumber: *Mymories Tasty Dendeng*, 2023

Terdapat makna yang terkandung dalam arti dari logo *Mymories Tasty Dendeng* tersebut. Penulis memilih nama bisnis makanan dendeng vacuum tersebut dengan nama “Mymories Tasty Dendeng” yang memiliki arti yaitu memori tentang cita rasa dendeng yang Istimewa.

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.



B. Gambaran Pasar

Gambaran pasar menjelaskan tentang 2 (dua) hal yaitu ramalan penjualan dan anggaran penjualan. Ramalan penjualan merupakan perkiraan mengenai berapa jumlah unit produk yang akan dijual dalam periode tertentu, Ramalan penjualan juga merupakan kegiatan estimasi penjualan di masa depan sehingga dapat diperoleh nilai proyeksi penjualan yang akan datang.

a. Ramalan penjualan

Ramalan penjualan dan penilaian proyeksi penjualan sangat penting bagi perusahaan dalam membuat perencanaan produksi, strategi pemasaran dan promosi untuk meningkatkan penjualan dari waktu ke waktu. Berikut ini Ramalan penjualan Tahun pertama *Mymories Tasty Dendeng*:

Tabel 4.2

Ramalan Penjualan *Mymories Tasty Dendeng* Tahun 2025 – 2029

Bulan	Varian Menu Mymories Tasty Dendeng				Total
	250 Gr		500 Gr		
	Dendeng Balado Cabai Merah	Dendeng Balado Cabai Hijau	Dendeng Balado Cabai Merah	Dendeng Balado Cabai Hijau	
Januari	72	48	48	48	216
Februari	48	72	96	48	264
Maret	72	48	48	72	240
April	120	120	96	96	432
Mei	72	96	48	48	264
Juni	96	72	72	48	288
Juli	72	48	72	72	264
Agustus	96	72	48	48	264
September	72	96	72	48	288
Oktober	48	72	48	48	216
November	72	48	72	72	264
Desember	120	144	120	96	480
Total	960	936	840	744	3480

Sumber: *Mymories Tasty Dendeng*, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, ramalan penjualan dibuat dengan asumsi penjualan mengalami peningkatan sebesar 3% per bulan. Dengan asumsi penjualan tertinggi di bulan April karena adanya libur panjang Hari Raya Idul Fitri, sehingga masyarakat cenderung untuk membeli makanan baik untuk konsumsi di rumah, bekal dalam perjalanan dan kiriman bingkisan/ *hampers* untuk saudara dan teman. Dan di bulan Desember juga diasumsikan naik karena liburan Natal dan Tahun Baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa 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 Mymories Tasty Dendeng Tahun Selama 5 Tahun

(2025-2029)

No	Varian Menu	2025	2026	2027	2028	2029
1	Dendeng Balado Cabai Merah 250 Gr	960	989	1018	1049	1080
2	Dendeng Balado Cabai Hijau 250 Gr	936	964	993	1023	1053
3	Dendeng Balado Cabai Merah 500 Gr	840	865	891	918	945
4	Dendeng Balado Cabai Hijau 500 Gr	744	766	789	813	837
	Total	3480	3584	3692	3803	3917

Sumber: Mymories Tasty Dendeng, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa proyeksi ramalan penjualan Mymories Tasty Dendeng dari tahun 2025 hingga 2029 naik sebesar 3% berdasarkan data statistika. Diasumsikan penjualan meningkat pertahun dikarenakan merk Mymories Tasty Dendeng sudah semakin dikenal oleh masyarakat, dari segi pemasarannya juga berhasil menjangkau konsumen yang lebih luas.

Tabel 4.4

Tabel Kebijakan Harga Mymories Tasty Dendeng Tahun 2025 – 2029

(Dalam Rupiah)

No	Produk	2025	2026	2027	2028	2029
1	Dendeng Balado Cabai Merah 250 Gr	100,000	103,000	106,090	109,273	112,551
2	Dendeng Balado Cabai Hijau 250 Gr	100,000	103,000	106,090	109,273	112,551
3	Dendeng Balado Cabai Merah 500 Gr	195,000	200,850	206,876	213,082	219,474
4	Dendeng Balado Cabai Hijau 500 Gr	195,000	200,850	206,876	213,082	219,474

Sumber: Mymories Tasty Dendeng, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, Mymories Tasty Dendeng mengalami kenaikan harga dari tahun 2025 - 2029. Diasumsikan kenaikan sebesar 3% didasarkan pada rata-rata inflasi selama 5 tahun terakhir.

b. Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan merupakan proyeksi nilai penjualan yang akan diperoleh dalam periode tertentu. Anggaran penjualan didapatkan dari hasil perkalian harga produk dengan ramalan unit yang terjual.



Tabel 4.5

**Anggaran Penjualan Mymories Tasty Dendeng Dalam 5 Tahun
(2025 -2029)**

(Dalam Rupiah)

No	Produk	2025	2026	2027	2028	2029
1	Dendeng Balado Cabai Merah 250 Gr	96,000,000	101,846,400	108,048,846	114,629,020	121,609,928
2	Dendeng Balado Cabai Hijau 250 Gr	93,600,000	99,300,240	105,347,625	111,763,295	118,569,680
3	Dendeng Balado Cabai Merah 500 Gr	163,800,000	173,775,420	184,358,343	195,585,766	207,496,939
4	Dendeng Balado Cabai Hijau 500 Gr	145,080,000	153,915,372	163,288,818	173,233,107	183,783,003
	Total	498,480,000	528,837,432	561,043,632	595,211,189	631,459,550

Sumber: Mymories Tasty Dendeng, 2023

Berdasarkan table 4.5 diatas, menunjukkan total omset penjualan Mymories Tasty Dendeng yang didapat terus mengalami kenaikan setiap tahunnya.

C. Target Pasar yang Dituju

Target pasar merupakan sekelompok konsumen yang dijadikan sebagai sasaran pendekatan agar mereka membeli produk yang ditawarkan. Agar pemasaran lebih terarah, maka perlu dilakukan segmentasi pasar, yaitu membagi pasar yang luas dan beragam menjadi beberapa segmen yang lebih kecil menurut kebutuhan, perilaku dan karakteristiknya sehingga dapat dijangkau dengan produk dan layanan sesuai kebutuhan konsumen.

Secara garis besar segmentasi pasar dapat dibagi dalam 4 kelompok yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku:

1. Segmentasi geografis

Segmentasi geografis yaitu pengelompokan konsumen berdasarkan lokasi, yang dapat dibagi menjadi negara, wilayah, kota, desa. Pembagian ini dapat memudahkan untuk mengetahui kebutuhan konsumen sesuai lokasi mereka berada. Mymories Tasty Dendeng merupakan produk tidak tahan lama dan diproduksi di Jakarta Utara, penjualan dilakukan secara online. Secara

geografis produk ini ditujukan kepada penduduk kota Jakarta dan sekitarnya, dimana pengiriman dapat dijangkau dalam waktu maksimal 2 hari sampai ke tangan pembeli.

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. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis mengelompokkan konsumen berdasarkan aspek- aspek seperti: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, status menikah dan lain-lain. *Mymories Tasty Dendeng* menjadikan semua kelompok demografis sebagai target pasar, karena pada dasarnya produk *Mymories Tasty Dendeng* adalah makanan yang diciptakan untuk disukai oleh semua orang dan memenuhi kebutuhan dan keinginan semua kelompok konsumen. *Mymories Tasty Dendeng* menargetkan kelompok usia 10 - 60 tahun, baik laki-laki maupun perempuan.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis berhubungan dengan aspek psikologis konsumen seperti hal yang disukai, aktifitas yang dilakukan, gaya hidup, pendapatan dan lain-lain. *Mymories Tasty Dendeng* menargetkan konsumen yang mempunyai gaya hidup praktis, konsumtif dan serba cepat.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku berkaitan dengan pengelompokkan konsumen berdasarkan perilaku mereka terhadap suatu produk yang ditawarkan, meliputi pengetahuan, sikap, reaksi, penggunaan produk, loyalitas dan pengambilan keputusan. *Mymories Tasty Dendeng* berfokus pada pemenuhan kepuasan konsumen yang mempunyai kebiasaan memesan makanan secara *online*, dengan menawarkan produk berkualitas baik, harga yang bersaing dan layanan cepat, sehingga tercipta loyalitas terhadap *brand*

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.



yang berdampak pada peningkatan *volume* penggunaan produk.

D. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran mencakup serangkaian rancangan strategi untuk menjangkau sebanyak mungkin target konsumen agar membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan, lalu mengusahakan agar mereka menjadi langganan tetap, dengan tujuan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Berikut ini beberapa strategi Pemasaran *Mymories Tasty Dendeng*:

1. Diferensiasi

Setiap perusahaan akan menghasilkan produk yang ditujukan untuk memenuhi permintaan konsumen. Diferensiasi adalah strategi perusahaan untuk membedakan produk yang dihasilkannya dengan para pesaing di pasar yang sama. Perusahaan akan berusaha untuk menciptakan produk yang berbeda, mempunyai keunikan dan keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaingnya, agar produknya lebih dipilih oleh konsumen.

Strategi diferensiasi *Mymories Tasty Dendeng* adalah menggunakan bahan baku yang berkualitas, terjaga kebersihannya karena dikemas dalam *vacuum pack*, menggunakan bahan plastik *foodgrade*, selalu dipasarkan dalam kondisi segar karena produknya bersifat tidak tahan lama. Perusahaan mempunyai komitmen perlindungan konsumen dengan memberikan informasi yang jelas mengenai cara penyimpanan dan durasi daya tahan produk. Dari segi penampilan, kemasannya didesign unik dengan ciri khas gambar koki bermata bulat jenaka yang sangat mudah diingat oleh konsumen.

2. Positioning

Melalui strategi *positioning* Perusahaan berusaha untuk menciptakan

kesan yang melekat di benak konsumen, sehingga konsumen mempunyai persepsi khusus terhadap produk.

Strategi positioning *Mymories Tasty Dendeng* adalah menciptakan kesan bahwa dendeng balado sesungguhnya adalah masakan yang sulit diolah, namun kini tersedia produk dari *Mymories Tasty Dendeng* yang mudah didapatkan dengan packing aman dan praktis untuk dibawa kemana saja, harga terjangkau dan kualitas terjamin.

3. Penetapan Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk. Penetapan harga sangat penting agar dapat bersaing di pasar, sekaligus menjadi faktor yang menentukan pendapatan perusahaan. Strategi penetapan harga dipengaruhi oleh metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan tingkat layanan dan harga produk. Berikut ini beberapa metode penetapan harga:

a. Penetapan harga berbasis biaya

Metode ini memasukkan komponen semua biaya produksi, biaya pemasaran, biaya operasional dan biaya lainnya serta tingkat keuntungan yang diharapkan sebagai dasar penetapan harga. Metode ini mengutamakan aspek penawaran daripada aspek permintaan.

b. Penetapan harga berbasis laba

Dengan metode ini, perusahaan menetapkan harga berdasarkan keseimbangan antara pendapatan dan biaya, dengan menetapkan berapa laba tahunan yang diharapkan, kemudian dihitung berapa harga yang ditetapkan untuk volume penjualan tertentu agar keuntungan dapat tercapai.

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. Penetapan harga berbasis permintaan

Metode ini melibatkan factor permintaan konsumen, mencakup segmen yang dituju, daya beli, posisi produk di pasar, manfaat produk dan potensi pasar.

d. Penetapan harga berbasis persaingan

Penetapan harga dilakukan dengan memperhatikan harga produk sejenis yang terjadi di pasar sebagai patokan. Harga yang ditentukan dapat diatas harga rata-rata di pasar, sama atau mendekati harga yang berlaku di pasar atau di bawah harga pasar.

Ditinjau dari keempat metode di atas, *Mymories Tasty Dendeng* menggunakan metode penetapan harga berbasis persaingan, dengan pertimbangan bahwa pesaing dari perusahaan lain sangatlah banyak di pasar, sehingga harga dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih suatu produk. Dalam hal ini *Mymories Tasty Dendeng* menentukan harga sedikit lebih rendah dari pesaingnya utamanya, dalam hal ini *Alavie Kitchen*.

4. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah sarana yang berfungsi untuk menyalurkan produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir dan menjamin agar produk selalu tersedia di pasar. Saluran distribusi dapat dibedakan:

- a. Saluran langsung, yaitu saluran dari produsen langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara, dalam hal ini produsen menjual produknya langsung ke konsumen.
- b. Saluran semi langsung, dalam hal ini penyaluran produk dari

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.



produsen melalui satu perantara untuk sampai ke konsumen yaitu: produsen menyalurkan produknya kepada pengecer, pengecer menjual ke konsumen.

c. Saluran tidak langsung, yaitu produsen menyalurkan produknya melalui beberapa perantara hingga sampai ke tangan konsumen, sebagai berikut: produsen – agen – pengecer – konsumen.

Mymories Tasty Dendeng menggunakan saluran distribusi langsung, dari produsen ke konsumen, di mana penjualan dilakukan secara *online* dan dikirimkan langsung ke konsumen tanpa perantara.

E. Strategi Promosi

Promosi merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas dengan tujuan untuk mempengaruhi dan menarik minat mereka terhadap produk yang ditawarkan. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan penggunaan internet yang telah menjadi kebutuhan, pengguna aktif media sosial di Indonesia juga semakin meningkat.

Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia 2022-2023 telah mencapai 215,63 juta orang atau setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 275,77 juta jiwa. Menyadari hal ini, *Mymories Tasty Dendeng* akan memfokuskan promosinya secara *online* melalui platform media sosial. Berikut ini kegiatan promosi yang dilakukan oleh *Mymories Tasty Dendeng*:

1. Advertising

Advertising merupakan suatu cara menarik perhatian pelanggan melalui pesan yang menarik perhatian dalam bentuk gambar, video maupun kata-kata mengenai produk yang ditawarkan melalui media masa. Strategi promosi



Mymories Tasty Dendeng akan memanfaatkan pemasangan iklan pada media sosial seperti *Instagram*.

Tabel 4.6

Anggaran Advertising *Mymories Tasty Dendeng* per Tahun

(Dalam Rupiah)

Program	Jumlah	Harga	Total
<i>Instagram Ads</i>	144	30,000	4,320,000
<i>Endorsement</i>	12	250,000	3,000,000
Total			7,320,000

Sumber: *Mymories Tasty Dendeng*, 2023

Berdasarkan tabel diatas, *Mymories Tasty Dendeng* menetapkan biaya untuk *Instagram Ads* sebesar Rp. 30.000,- untuk 1 kali *story* dan 1 kali *feeds*, penayangan dilaksanakan 3 kali dalam seminggu. Untuk *endorsement*, *Mymories Tasty Dendeng* memilih “Seputar Sunter” untuk *endorse* dendeng yang dilaksanakan 1 kali dalam 1 bulan.

2. Sales Promotion

Sales promotion merupakan suatu insentif jangka pendek yang diberikan perusahaan untuk mendorong penjualan dalam bentuk pemberian diskon, voucher dan lain.lain. *Mymories Tasty Dendeng* akan melakukan Sales Promotion berupa diskon pada event tertentu seperti *anniversary* dalam bentuk diskon 50%, hari kemerdekaan dalam bentuk *buy 2 get 1 free* untuk meningkatkan penjualan.

Tabel 4.7

Anggaran Sales Promotion *Mymories Tasty Dendeng* per Tahun

(Dalam Rupiah)

Program	Jumlah (pack)	Harga	Total
<i>Anniversary (diskon 50%)</i>	10	195,000	1,950,000
<i>Hari Kemerdekaan (buy 2 get 1)</i>	10	195,000	1,950,000
Total			3,900,000

Sumber: *Mymories Tasty Dendeng*, 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Berdasarkan tabel 4.7 diatas, promo *anniversary* dilakukan setiap tahunnya pada tanggal 25 Januari berupa diskon 50% untuk 10 *pack* pertama dan pada saat bulan Agustus di hari kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus setiap tahunnya terdapat diskon *buy 2 get 1* untuk 10 *pack* pertama.

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

3. *Personal Selling*

Personal Selling merupakan bentuk promosi yang melibatkan interaksi langsung antara *salesman* dengan pelanggan untuk menarik perhatian, menjual, dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Dalam hal ini *Mymories Tasty Dendeng* belum melakukan *Personal Selling* karena penjualannya dilakukan secara *online* sehingga kegiatan promosi menggunakan sarana media sosial.

4. *Public Relation*

Public Relation merupakan cara perusahaan membangun hubungan baik dengan publik melalui publisitas yang menguntungkan dan membangun citra baik tentang perusahaan. Citra yang baik sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen. *Mymories Tasty Dendeng* mempunyai komitmen untuk menjaga citra perusahaan melalui penyediaan produk dan layanan yang baik kepada konsumen. Membangun hubungan yang lebih erat melalui *chat*, *story*, dan menangani dan menyelesaikan keluhan konsumen dengan *fast respons*.

5. *Direct Marketing*

Direct Marketing merupakan promosi dengan cara terlibat langsung dengan target konsumen untuk mendapatkan respon secara langsung. *Mymories Tasty Dendeng* berinteraksi langsung dengan konsumennya melalui *whatsapp messenger*, *posting* konten promosi untuk menarik pelanggan dan mendorong pembelian.

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.