



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

A. Produk Yang Dihasilkan

Analisis pasar dan pemasaran merupakan hal penting untuk dianalisis dalam menyusun sebuah rencana bisnis. Menurut Kotler dan Armstrong (2017), produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen atau kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang membeli produk tersebut yang dapat digunakan ataupun dikonsumsi dengan tujuan untuk melengkapi kebutuhan konsumen tersebut. Produk juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mencapai tujuan organisasi. Produk yang ditawarkan kepada pasar dapat dalam bentuk fisik seperti makanan, pakaian, barang elektronik, mobil, motor, dan lain-lainnya. Seorang konsumen akan memilih sebuah produk tertentu yang akan mereka beli jika sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen tersebut, atau mereka merasa cocok dengan produk yang dijual oleh perusahaan tersebut bisa berasal dari segi harga, kualitas, pelayanan dll. Oleh karena itu sebuah produk harus dibuat berdasarkan atau menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pasar sehingga produk tersebut dapat diminati oleh konsumen.

Produk yang ditawarkan oleh Your Mentai adalah makanan khas Jepang yang menggunakan saus mentai sebagai ciri khas setiap menu yang di jual. Menu utama yang ditawarkan menggunakan saus mentai yang sudah disesuaikan dengan selera lidah masyarakat lokal, sehingga cita rasa mentai yang ditawarkan diharapkan dapat diterima oleh masyarakat Indonesia dan memiliki cita rasa yang unik. Saus mentai tersebut kemudian dipadukan dengan daging pilihan konsumen seperti salmon, *chicken*, *beef*, atau *ebi furai* dan nasi putih yang sudah dibumbui, kemudian dibalut oleh saus mentai dan kemudian di *torch* atau dibakar supaya rasa saus mentai lebih smokey dan gurih. Ketiga elemen (saus mentai,



daging dan nasi) ini saling melengkapi satu sama lain dan memberikan cita rasa *creamy* dan gurih. Terdapat 5 varian menu yang ditawarkan oleh Your Mentai yang dapat dilihat pada

tabel 4.1.

Berikut adalah tabel produk-produk yang ditawarkan Your Mentai beserta dengan gambar produk:

Tabel 4. 1
Produk Your Mentai

No.	Gambar Produk	Nama Produk
1.		Salmon Mentai Rice
2.		Chicken Mentai Rice



No.	Gambar Produk	Nama Produk
3.		Beef Mentai Rice
4.		Ebi Furai Mentai Rice
5.		Dimsum Mentai

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. 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.



Berikut ini adalah logo dari Your Mentai:

Gambar 4. 1
Logo Your Mentai



Sumber: Your Mentai, 2023

Berikut ini adalah contoh kemasan produk Your Mentai:

Gambar 4. 2
Contoh Kemasan Produk Your Mentai



Sumber: Your Mentai, 2023

© 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.



B. Gambaran Pasar

Melakukan peramalan penjualan merupakan tahapan penting ketika ingin menjalankan sebuah usaha atau bisnis, karena dengan dilakukannya peramalan ini sebuah perusahaan dapat mengetahui perkiraan berapa total produk yang akan terjual dalam kurun waktu 5 tahun kedepan. Hal ini berguna bagi perusahaan untuk menentukan strategi yang akan diambil untuk beberapa tahun kedepan. Pada bagian gambaran pasar ini akan dijelaskan secara rinci asumsi produk yang akan terjual dalam satuan Pcs yang akan digambarkan dalam sebuah tabel.

Berikut ini adalah tabel ramalan penjualan produk Your Mentai:

Tabel 4. 2
Ramalan Penjualan Produk Your Mentai Tahun 2025 (dalam Pcs)

Bulan	Varian Menu					Total per Bulan
	Salmon Mentai Rice	Chicken Mentai Rice	Beef Mentai Rice	Ebi Furai Mentai Rice	Dimsum Mentai	
Januari	277	285	269	293	290	1.414
Februari	283	291	274	299	296	1.442
Maret	288	297	280	305	302	1.471
April	202	208	196	213	211	1.030
Mei	294	302	285	311	308	1.501
Juni	300	308	291	317	314	1.531
Juli	270	278	262	285	283	1.378
Agustus	306	315	297	323	320	1.561
September	312	324	306	333	330	1.605
Oktober	321	334	315	343	340	1.653
November	331	344	325	353	350	1.703
Desember	281	292	276	300	297	1.447
Total Tahun 2025	3.464	3.577	3.376	3.677	3.640	17.735

Sumber: Your Mentai, 2023

Angka asumsi penjualan Your Mentai tersebut didapatkan berdasarkan hasil observasi pesaing pada industri yang serupa. Tidak hanya berdasarkan hasil observasi pesaing, tetapi



angka penjualan tersebut juga di dapatkan berdasarkan pengalaman penulis yang sudah sempat menjalankan usahanya. Selama menjalankan usaha tersebut menghasilkan data-data jumlah varian yang terjual, dengan data ini Your Mentai dapat menyimpulkan varian menu yang paling diminati dan yang paling tidak diminati.

Your Mentai akan membuka usaha pada lokasi yang dikelilingi oleh perumahan padat penduduk dan juga beberapa sekolah, sehingga diharapkan puncak Your Mentai akan ramai pengunjung saat jam makan siang dan jam makan malam. Waktu operasional Your Mentai mulai dari pukul 9.00-22.00 dan buka setiap hari Senin-Minggu. Berdasarkan survey yang dilakukan pada restoran yang serupa atau kompetitor yang menjual produk dengan kategori yang sama, untuk melayani satu konsumen membutuhkan waktu sekitar 9-10 menit dan rata-rata konsumen yang akan datang pada bulan pertama Your Mentai dibuka dalam sehari diasumsikan sebanyak 30-40 orang dengan rata-rata tiap konsumen memesan 1-2 menu.

Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa pada bulan Januari Your Mentai baru memulai untuk membuka bisnisnya untuk yang pertama kalinya, sehingga merek Your Mentai pastinya di saat itu belum dikenal dengan baik oleh masyarakat, oleh karena itu Your Mentai melakukan kegiatan promo *launching* yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat untuk membeli dan mencoba produk yang ditawarkan oleh Your Mentai. Promo yang ditawarkan Your Mentai adalah memberikan diskon 50% untuk 100 pembeli pertama. Promo yang diberikan ini dilakukan sebagai strategi pengenalan produk. Tahap pengenalan produk Your Mentai membutuhkan waktu 1 bulan, oleh karena itu pada bulan Februari penjualan Your Mentai akan meningkat dikarenakan produk dan merek mulai dikenal masyarakat melalui program promosi melalui diskon dan promosi melalui media sosial. Untuk bulan berikutnya akan terus terjadi peningkatan dalam penjualan, terkecuali untuk bulan-bulan tertentu seperti bulan April, hal ini dikarenakan bulan April merupakan bulan umat muslim melakukan ibadah puasa, sehingga menyebabkan penurunan dalam permintaan



makanan. Penurunan permintaan pada bulan April ini diasumsikan sebesar 34% dari penjualan bulan sebelumnya. Penurunan dalam permintaan makanan ini dikarenakan konsumen disaat ingin membuka puasa lebih memilih jenis makanan lain selain mentai, biasanya konsumen pada waktu seperti ini lebih memilih untuk berbuka puasa dengan menu lainnya seperti takjil.

Tabel 4. 3
Ramalan Penjualan Your Mentai Tahun 2025-2029

No	Varian Menu	2025	2026	2027	2028	2029
1	Salmon Mentai Rice	3.464	3.552	3.643	3.735	3.830
2	Chicken Mentai Rice	3.577	3.668	3.761	3.857	3.955
3	Beef Mentai Rice	3.376	3.462	3.550	3.640	3.733
4	Ebi Furai Mentai Rice	3.677	3.771	3.867	3.965	4.066
5	Dimsum Mentai	3.640	3.732	3.827	3.924	4.024
Total		17.735	18.185	18.647	19.121	19.609

Sumber: Your Mentai, 2023

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman mengalami peningkatan sebesar 2.54% dari tahun 2020 ke 2021. Oleh karena itu Your Mentai menyimpulkan bahwa pada tahun 2026-2029 akan terus terjadi peningkatan penjualan sebesar 2,54% dari tahun ke tahun.

Tabel 4. 4
Kebijakan Harga Produk Your Mentai Tahun 2025-2029

No	Varian Menu	2025	2026	2027	2028	2029
1	Salmon Mentai Rice	50.000	51.400	52.839	54.319	55.840
2	Chicken Mentai Rice	43.000	44.204	45.442	46.714	48.022
3	Beef Mentai Rice	44.000	45.232	46.498	47.800	49.139
4	Ebi Furai Mentai Rice	44.000	45.232	46.498	47.800	49.139
5	Dimsum Mentai	44.000	45.232	46.498	47.800	49.139



Sumber: Your Mentai, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya harga produk yang dijual oleh Your Mentai akan mengalami kenaikan harga, asumsi kenaikan harga produk Your Mentai mengikuti inflasi sebesar 2,8% dan juga mengikuti kenaikan harga bahan baku yang akan terus setiap tahunnya.

Tabel 4. 5
Anggaran Penjualan Your Mentai Tahun 2025-2029

No	Varian Menu	2025	2026	2027	2028	2029
1	Salmon Mentai Rice	173.221.662	182.594.894	192.475.322	202.890.393	213.889.893
2	Chicken Mentai Rice	153.813.258	162.136.278	170.909.666	180.157.793	189.924.868
3	Beef Mentai Rice	148.554.363	156.592.818	165.066.243	173.998.176	183.431.313
4	Ebi Furai Mentai Rice	161.808.284	170.563.924	179.793.343	189.522.177	199.796.932
5	Dimsum Mentai	160.151.544	168.817.536	177.952.456	187.581.676	197.751.229
Total		797.549.110	840.705.450	886.197.031	934.150.215	984.794.235

Sumber: Your Mentai, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 mengenai ramalan jumlah produk yang akan terjual tahun 2025-2029 dan Tabel 4.4 mengenai harga produk Your Mentai, maka dapat disimpulkan anggaran penjualan Your Mentai dari tahun 2025-2029 seperti pada tabel 4.5 di atas. Anggaran tersebut didapatkan dari mengalikan jumlah produk yang terjuan dan harga produk.

C. Target Pasar yang Dituju

Target pasar yang dituju atau bisa disebut sebagai segmentasi pasar merupakan hal penting yang harus dilakukan atau dianalisis ketika ingin membangun sebuah usaha, segmentasi pasar merupakan sebuah strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk mengetahui target konsumen yang akan dituju, dengan ini sebuah bisnis dapat memberikan hasil yang optimal. Menurut Kotler dan Amstrong, segmentasi pasar merupakan suatu kegiatan dimana perusahaan membagi pasar menjadi sebuah kelompok kecil berdasarkan karakteristik, perilaku ataupun kebutuhan yang berbeda-beda. Hal ini



dilakukan supaya perusahaan dapat memasarkan sebuah produk sesuai dengan keinginan, kebutuhan atau karakteristik pembeli tersebut. Terdapat 4 jenis segmentasi pasar, yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi perilaku dan segmentasi psikografis. Berikut ini adalah segmentasi pasar Your Mentai:

1. Segmentasi Geografis

Pada segmentasi geografis, segmentasi ini membagi atau menglompokkan targetnya berdasarkan pada aspek lokasi geografis seperti wilayah, lingkungan atau kota. Segmentasi geografis ini penting untuk dipertimbangkan karena kebutuhan dan keinginan produk di setiap wilayah akan berbeda mengikuti keadaan, cuaca, lokasi maupun tanah. Jika dilihat berdasarkan segmentasi geografis, Your Mentai membuka usaha yang berlokasi di Bulevar Hijau, Kota Harapan Indah, Bekasi, dimana daerah ini merupakan pusat kuliner, dikelilingi oleh perumahan yang padat penduduk dan terdapat beberapa sekolah. Your Mentai memilih Bulevar Hijau sebagai lokasi untuk membuka usahanya karena pada daerah tersebut tidak ada merek yang secara khusus menjual hidangan mentai dan dikarenakan terdapat beberapa sekolah maka pelajar ataupun orang tua pelajar menjadi target pasar Your Mentai. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa lokasi ini strategis karena sesuai dengan target pasar yang dituju.

2. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi geografis ini melihat atau membagi pasar nya berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, usia, pendapatan, agama, etnis, ras, status menikah dan lain-lain. Jenis segmentasi ini perlu di lakukan dengan tujuan supaya memudahkan perusahaan ketika ingin menentukan strategi pemasaran untuk produk yang ditawarkan.

Produk yang ditawarkan oleh Your mentai dapat dinikmati oleh siapapun, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang tua. Your Mentai memiliki target



konsumen dengan rentang usia mulai dari umur 6 tahun hingga 45 tahun dan dapat dikonsumsi oleh laki-laki maupun perempuan.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis ini meliputi aspek psikologis calon konsumen yang dituju. Biasanya segmentasi psikografis ini tidak jauh dari kesukaan atau hobi yang dimiliki oleh konsumen. Segmentasi ini dapat tergolong cukup rumit untuk dilakukan karena kita perlu mengetahui secara spesifik tentang apa yang disukai atau selera pasar yang dituju.

Berdasarkan segmentasi psikografis, Your Mentai menargetkan masyarakat Indonesia yang memiliki hobi atau antusias dengan budaya Jepang atau memiliki hobi untuk mencoba kuliner baru. Your Mentai juga menargetkan pada konsumen yang menyukai hal praktis, karena Your Mentai membuat produknya mudah untuk dikonsumsi dan praktis. Seperti yang sudah dijelaskan pada segmentasi geografis, disekitar wilayah Your Mentai membuka usaha, terdapat banyak sekolah dan perumahan yang padat penduduk sehingga banyak anak muda pada daerah tersebut, hal ini menjadi peluang yang besar bagi Your Mentai.

4. Segmentasi Perilaku

Penerapan segmentasi perilaku ini biasanya dikelompokkan berdasarkan sikap, pengetahuan, reaksi dan penggunaan produk oleh konsumen. Dengan segmentasi perilaku ini dapat membantu sebuah perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang akan dituju. Biasanya segmentasi perilaku ini berhubungan dengan proses pengambilan keputusan.

Your Mentai memfokuskan kepada konsumen yang menyukai hal praktis, sehingga Your Mentai menargetkan pada konsumen yang sering menggunakan aplikasi pesan-antar seperti Gofood, Grabfood dan Shopeefood. Your Mentai melihat



kebiasaan masyarakat yang sudah berubah dan kesehariannya bergantung pada aplikasi pesan-antar, sehingga untuk mencapai target pasar tersebut, Your Mentai akan tersedia di platform aplikasi pesan-antar tersebut.

D. Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Diferensiasi dapat didefinisikan sebagai sebuah usaha yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk membuat produk perusahaan tersebut unik dan berbeda dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing nya. Tujuan dari dilakukannya diferensiasi ini adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan sehingga pelanggan tersebut akan memilih produk yang ditawarkan Your Mentai dibandingkan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

Diferensiasi yang dilakukan oleh Your Mentai terhadap produknya adalah keberagaman varian menu yang ditawarkan. Your Mentai menawarkan berbagai macam pilihan lauk/*topping* yang dapat dipadukan dengan saus mentai seperti salmon, ayam, daging sapi, dan *ebi furai* atau udang. Tidak hanya menawarkan mentai dengan bahan dasar nasi, Your Mentai juga menawarkan dimsum mentai, hal ini diciptakan untuk mengantisipasi konsumen yang tidak dapat mengonsumsi nasi.

2. Positioning

Positioning adalah strategi penting dalam sebuah strategi pemasaran yang dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan. *Positioning* dapat diartikan sebagai sebuah strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menciptakan citra dan persepsi yang diinginkan terhadap produk ataupun merek yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Your Mentai memposisikan perusahaan sebagai merek makanan cepat saji khas Jepang terutama hidangan mentai yang berkualitas. Your Mentai ingin



konsumen-nya melihat merek Your Mentai sebagai merek yang unik karena variasi menu nya yang beragam, rasa yang enak, dan terus mengikuti tren yang sedang berlangsung khususnya untuk trens makanan Jepang. Slogan atau tagline dari Your Mentai adalah “Mentai Rice: Menggoda Setiap Suapan”.

3. Penetapan Harga

Strategi penetapan harga adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan bertujuan untuk menentukan harga produk atau layanan yang perusahaan tersebut tawarkan kepada konsumen. Tujuan dilakukan strategi ini adalah untuk mencapai tujuan bisnis seperti memperoleh keuntungan atau mencapai target penjualan. Dalam strategi penetapan harga terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan untuk menetapkan sebuah produk, yaitu:

a. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-Based pricing*)

Metode penetapan harga berdasarkan biaya ini ditentukan oleh sebuah perusahaan berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan atau dipakai oleh perusahaan tersebut, contohnya seperti biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya pendistribusian. Yang kemudian akan ditentukan harganya supaya dapat menutupi biaya-biaya tersebut. Terdapat dua jenis strategi penetapan harga berdasarkan biaya, yaitu:

1) Penetapan Harga *Mark-up*

Dalam strategi penetapan harga *mark-up* ini dilakukan dengan cara menambah margin laba tertentu untuk menutupi biaya produksi setiap produk yang akan dijual. Strategi penetapan harga ini biasanya digunakan untuk produk-produk yang bersifat musiman. Rumus yang digunakan dalam strategi *mark-up* ini adalah $\text{Harga Jual} = \text{Harga Beli} + \text{Harga Mark-Up}$.

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.



2) Penetapan Harga Biaya Plus Keuntungan (*Cost Plus Pricing*)

Strategi penetapan harga biaya plus keuntungan ini dilakukan dengan cara menambahkan keuntungan yang telah ditentukan atau yang diinginkan oleh perusahaan kepada biaya produksi produk yang ditawarkan. Rumus yang digunakan untuk strategi penetapan harga biaya plus keuntungan ini adalah $\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Laba yang diinginkan}$.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Penetapan Harga Berbasis Permintaan (*Demand Oriented Pricing*)

Metode penetapan harga berbasis permintaan ini menentukan harga dengan cara mempertimbangkan permintaan atau keinginan konsumen dalam suatu pasar. Metode penetapan harga ini melibatkan faktor-faktor seperti selera dan preferensi konsumen terhadap produk yang dijual.

c. Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pesaing atau Kompetitor (*Competition Oriented Pricing*)

Dalam strategi penetapan harga berdasarkan harga pesaing atau kompetitor ini dilakukan dengan cara melihat harga yang ditawarkan oleh pesaing sebagai contoh atau referensi dalam menentukan harga produk yang akan dijual. Biasanya perusahaan mengambil referensi berdasarkan pesaing yang menjual produk serupa atau dengan kategori yang sama. Hal ini dilakukan dengan tujuan sebagai patokan untuk menetapkan harga produk yang akan dijual. Metode ini digunakan untuk menarik perhatian konsumen dengan strategi harga yang telah dirancang.

Berdasarkan penjelasan strategi-strategi penetapan harga tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga yang digunakan oleh Your Mentai adalah penetapan harga berdasarkan biaya atau *Cost-Based pricing*, hal ini dilakukan dengan cara menghitung modal yang digunakan untuk memproduksi suatu produk

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 kemudian digunakan sebagai penentu berapa laba yang akan diambil dari produk tersebut untuk menutupi biaya operasional dan produksi. Strategi lain yang digunakan oleh Your Mentai yaitu penetapan harga berdasarkan harga pesaing atau kompetitor atau dapat disebut *Competition Oriented Pricing*. Strategi ini digunakan oleh Your Mentai dengan tujuan untuk membandingkan harga dengan pesaingnya dan untuk mengetahui apakah harga yang ditetapkan oleh Your Mentai *underprice* atau *overprice*. Berikut ini adalah Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk produk Your Mentai:

Tabel 4. 6
Harga Pokok Penjualan (HPP) Your Mentai

Varian Produk	Total HPP/ Pcs	Harga Jual	Keuntungan
Salmon Mentai Rice	Rp 22.741	Rp 50.000	Rp 27.259
Chicken Mentai Rice	Rp 15.943	Rp 43.000	Rp 27.057
Beef Mentai Rice	Rp 16.956	Rp 44.000	Rp 27.044
Ebi Furai Mentai Rice	Rp 16.788	Rp 44.000	Rp 27.212
Dimsum Mentai	Rp 16.562	Rp 44.000	Rp 27.438

Sumber: Data diolah oleh Your Mentai, 2023, Lampiran 5

Angka total HPP didapatkan dari total biaya produksi dan bahan baku untuk setiap porsi nya. Dari total HPP setiap produknya dapat disimpulkan bahwa salmon mentai rice akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 27.259, Chicken mentai rice akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 27.057, Beef mentai rice akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 27.057, Ebi Furai mentai rice akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 27.212 dan Dimsum mentai sebesar Rp 27.438.

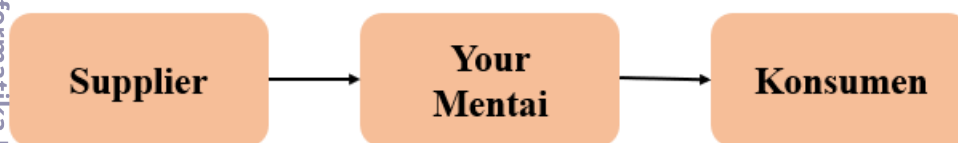
4. Saluran distribusi

Saluran distribusi dapat diartikan sebagai sebuah proses penyaluran atau pembagian sebuah produk kepada pihak-pihak tertentu seperti konsumen. Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang mempermudah konsumen untuk mendapatkan



produk yang diinginkan ke tangan konsumen. Dalam saluran distribusi terdapat 3 jenis saluran distribusi, yaitu distribusi langsung, distribusi semi langsung, dan distribusi tidak langsung. Your Mentai menggunakan saluran distribusi secara langsung kepada konsumen tanpa adanya distributor sebagai perantara. Produk Your Mentai akan dijual secara *offline* secara langsung melalui restoran fisik yang dibangun oleh Your Mentai dan juga secara *online* menggunakan aplikasi pesan-antar seperti Gofood, Grabfood dan Shopeefood. Berikut ini adalah gambaran saluran distribusi Your Mentai kepada konsumen:

Gambar 4. 3
Saluran Distribusi Your Mentai



Sumber: Your Mentai, 2023

5. *People* (Orang)

Orang atau sumber daya manusia merupakan salah satu faktor terpenting dalam strategi marketing. Faktor sumber daya manusia yang dimaksud adalah orang yang secara langsung terlibat dalam proses berjalan nya sebuah bisnis dan memiliki peran penting dalam keberlangsungan proses produksi. Oleh karena itu perusahaan pasti berusaha untuk mencari kandidat sumber daya manusia yang kompeten dan terbaik, dan terus melatih sumber daya manusia nya agar terus berkembang dan menjadi yang terbaik. Faktor sumber daya manusia ini meliputi hal-hal seperti sikap, kepribadian, sopan santun dan tutur kata.

Your Mentai akan merekrut sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang kuliner, karena sumber daya manusia yang kompeten akan memberikan



peforma kinerja yang baik yang akan mempengaruhi kualitas produk Your Mentai.

③ Your Mentai akan terus memberikan pelatihan kepada karyawannya tentang bagaimana cara memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, dengan pelayanan yang baik maka akan tercipta loyalitas konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap produk dan merek Your Mentai.

6. *Process* (Proses)

Proses merupakan sebuah prosedur dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan, di mana proses tersebut memegang peranan penting dalam membangun sebuah perusahaan. Dalam bagian proses terdiri dari bagaimana cara melayani konsumen mulai dari menerima pesanan dari konsumen hingga proses pembuatan produk tersebut yang kemudian akan diterima oleh konsumen. Sebuah perusahaan perlu memiliki proses yang baik, sehingga efisiensi dan efektifitas proses produksi perusahaan tersebut akan meningkat. Peningkatan efektifitas dan efisiensi proses ini kemudian akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Untuk mencapai produktifitas yang efektif dan efisien, Your Mentai perlu merancang sebuah SOP atau Standar Operasional Procedure secara rinci, jelas, dan tidak ambigu, sehingga setiap proses produk yang akan dilakukan oleh pekerja Your Mentai akan tetap konsisten, hal ini akan meminimalisir adanya kesalahan dalam proses produksi. Dengan terciptanya SOP ini akan membantu memudahkan dan mempercepat proses para pekerja karena semua telah tertulis dan terstruktur. Dengan menyajikan produk yang konsisten dan berkualitas tinggi maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik atau tampilan fisik merupakan hal penting yang perlu diperhatikan dalam menjalankan sebuah bisnis. Bukti fisik yang dimaksud dalam strategi



pemasaran ini seperti fasilitas restoran, tampilan produk, tampilan kemasan, desain restoran, pencahayaan restoran, dan lain sebagainya. Bukti fisik ini lah yang akan mempengaruhi perasaan konsumen ketika datang atau menerima produk, sehingga tampilan sebuah bangunan maupun tampilan sebuah makanan harus disajikan secara menarik. Tampilan fisik dapat mempengaruhi suasana dan pengalaman konsumen dalam sebuah restoran dan dapat menunjukkan kualitas dan profesionalitas sebuah restoran.

Your Mentai akan memperhatikan secara detail komponen visual mulai dari fasilitas restoran, desain restoran, dan tampilan visual setiap menu yang dihidangkan oleh Your Mentai. Contohnya seperti menyediakan lahan parkir yang luas, menyediakan ruangan yang nyaman dan rapih bagi konsumen dan menghidangkan makanan secara rapih dan bersih sehingga tampilan visual hidangan tersebut akan meningkat. Hal ini dilakukan dengan harapan konsumen akan merasa nyaman dan puas, sehingga memungkinkan konsumen tersebut membeli lagi produk Your Mentai.

E. Strategi Promosi

Menurut Tjiptono (2001:219), promosi dapat diartikan sebagai sebuah komunikasi pemasaran di mana terdapat kegiatan penyebaran informasi dengan tujuan untuk mempengaruhi atau membujuk pasar. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar produk perusahaan dapat diterima dan dibeli konsumen tersebut. Terdapat 5 jenis alat promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relation*, dan *direct marketing*. Berikut ini adalah rincian program strategi promosi yang dilakukan oleh Your Mentai:

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. Advertising

C *Advertising* atau pengiklanan merupakan alat bantu untuk meningkatkan *brand awareness*. *Advertising* juga dapat diartikan sebagai sebuah penyajian pesan yang bersifat persuasif yang ditujukan kepada masyarakat yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah produk maupun jasa yang dijual oleh sebuah perusahaan. Media yang dapat digunakan dalam *advertising* sangat beragam, seperti melalui media sosial, radio, surat kabar, majalah, televisi, reklame dan lain-lain. Seiring perkembangan teknologi menyebabkan meningkatnya penggunaan media sosial, pada saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk atau jasanya melalui konten-konten dalam bentuk foto maupun video yang diunggah ke media sosial.

Oleh karena itu Your Mentai memanfaatkan peluang tersebut dengan melakukan pemasaran melalui media sosial khususnya Instagram, Tiktok dan Facebook. Your Mentai juga memanfaatkan fitur pengiklanan yang tersedia pada media sosial tersebut, contohnya seperti *instagram ads*. Your Mentai akan memanfaatkan fitur *instagram ads* untuk melakukan promosi dan memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas, sehingga masyarakat sadar akan keberadaan merek Your Mentai. Tidak hanya itu, Your Mentai juga akan menggunakan jasa *endorsement* kepada *influencer* ataupun *food blogger* yang terkenal untuk membantu mempromosikan produk Your Mentai.

Tabel 4. 7
Anggaran Advertising Your Mentai Per Tahun

Program	Jumlah	Harga	Total
Instagram Ads	144	Rp 50.000	Rp 7.200.000
Endorsement	6	Rp1.500.000	Rp 9.000.000
Total			Rp 16.200.000

Sumber: Your Mentai, 2023



Berdasarkan tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa advertising yang akan dilakukan oleh Your Mentai adalah menggunakan *instagram ads* dan *endorsement*. Untuk *instagram ads* akan dilakukan setiap minggu dalam satu tahun dengan total 144 kali penayangan, dengan budget Rp 50.000 per hari. Konten yang ditayangkan dapat berupa story ataupun feeds. Sedangkan *endorsement* dilakukan 6 kali dalam setahun dengan budget yang ditentukan sebesar Rp 1.500.000.

2. Sales Promotion

Sales promotion merupakan sebuah promosi yang dilakukan dengan batas waktu tertentu atau bersifat jangka pendek dan berubah-ubah seiring berjalan nya waktu. *Sales promotion* ini bertujuan memasarkan sebuah produk sehingga konsumen terdorong untuk membeli suatu produk maupun jasa. *Sales promotion* dapat berguna bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan angka penjualan, memperkenalkan produk baru maupun menghabiskan stok produk lama. *Sales promotion* sebuah perusahaan dapat berupa diskon, promo, potongan harga, tambahan barang gratis, dan obral.

Your Mentai memanfaatkan teknik pemasaran *sales promotion* dengan menerapkan program promosi seperti promo potongan harga, promo gratis ongkir, *giveaway* dan promo pada bulan-bulan tertentu misalnya promo tanggal kembar. Promosi ini dapat dinikmati oleh konsumen Your Mentai melalui aplikasi pesan-antar seperti Gofood, Grabfood, dan Shopeefood dan juga ketika konsumen tersebut makan di tempat. Promo-promo yang ditawarkan Your Mentai akan disebar melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBIKKG (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.

Tabel 4. 8
Anggaran Sales Promotion Your Mentai Per Tahun

Program	Jumlah	Harga	Total
Promo Potongan Harga	108	Rp 10.000	Rp 1.080.000
Promo Gratis Ongkir	108	Rp 20.000	Rp 2.160.000
Giveaway	12	Rp 45.000	Rp 540.000
Promo tanggal kembar	12	Rp 45.000	Rp 540.000
Total			Rp 4.320.000

Sumber: Your Mentai, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7, promo potongan harga dan promo gratis ongkos kirim akan dilakukan setiap bulannya pada tanggal tua yaitu sekitar tanggal 20-29, dengan total 9 hari setiap bulan nya. Potongan harga yang diberikan sebesar Rp 10.000 untuk setiap menu yang dibeli oleh konsumen dan mendapatkan gratis ongkos kirim sebesar Rp 20.000. Untuk *Giveaway* akan diselenggarakan setiap bulan dengan cara mengikuti media sosial Your Mentai dan pemenangnya kemudian akan diundi secara acak. Setiap pemenang akan mendapatkan satu porsi mentai. Promo tanggal kembar akan berlangsung setiap bulan, misalnya promo 10.10, 12.12 dan lain-lain nya. Total anggaran sales promotion Your Mentai diperkirakan sebesar Rp 4.320.000.

Gambar 4. 4
Contoh Banner Promosi Your Mentai



Sumber: Your Mentai, 2023



3. *Personal Selling*

Strategi pemasaran *personal selling* adalah sebuah strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara berinteraksi secara langsung antara penjual dan konsumen. Dengan adanya strategi ini dapat membangun hubungan baik dengan pelanggan karena penjual berinteraksi secara tatap muka langsung dengan pembeli.

Dalam melakukan strategi ini, Your Mentai memanfaatkan toko fisik untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen yang sedang makan di tempat. Toko fisik dalam bentuk restoran yang dimiliki Your Mentai dapat digunakan untuk berinteraksi dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek Your Mentai. Selama proses interaksi berlangsung penjual dapat menggunakan strategi *up selling* untuk membujuk konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Tidak hanya secara *offline* atau toko fisik, tetapi Your Mentai juga akan melakukan interaksi secara langsung melalui media sosial seperti Instagram dan Whatsapp.

4. *Public Relation*

Public relation atau biasanya disebut sebagai humas bertugas menjaga citra dan nama baik perusahaan. *Public relation* tidak memiliki tugas menjual atau mempromosikan barang, tetapi bertugas membangun *brand image* yang baik kepada masyarakat sehingga *brand awareness* perusahaan pun akan meningkat dan perusahaan dapat dikenal secara baik oleh masyarakat luas. Jika sebuah perusahaan memiliki citra yang baik maka konsumen akan lebih percaya dan tidak ragu ketika ingin membeli produk dari perusahaan tersebut. Dengan adanya *public relation* ini dapat menjadi salah satu faktor penentu keputusan pembelian terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan

Usaha Your Mentai untuk menjaga hubungan baik dan citra yang baik terhadap konsumen adalah dengan cara berinteraksi secara langsung maupun tidak

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



langsung dengan konsumen melalui berbagai media sosial dengan cara memberikan konten interaktif dan menarik. Tidak hanya itu Your Mentai akan selalu menjaga citra baik nya dengan memberikan pelayanan yang baik dan cepat, Your Mentai akan selalu menjaga kualitas produk dan selalu terbuka menerima kritik dan saran, sehingga Your Mentai dapat mengetahui faktor apa saja yang harus diperbaiki atau ditingkatkan lagi untuk mempertahankan nama baik Your Mentai.

5. Direct Marketing

Direct marketing atau pemasaran secara langsung merupakan sebuah strategi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan cara menawarkan produk secara langsung kepada konsumen atau calon pembeli. Dalam era perkembangan teknologi ini, untuk menawarkan produk tidak hanya dapat dilakukan dengan cara tatap muka tetapi juga secara digital dengan cara memanfaatkan aplikasi.

Your Mentai menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dengan konsumen, hal ini dilakukan dengan cara menerima pesan atau chat melalui direct message yang disediakan oleh aplikasi Instagram atau pun berinteraksi melalui aplikasi Whatsapp. Interaksi ini bertujuan untuk melayani konsumen yang ingin bertanya seputar informasi produk yang dijual maupun melayani konsumen yang memiliki kritik ataupun saran terhadap produk atau pelayanan yang diberikan oleh Your Mentai, hal ini dilakukan Your Mentai untuk meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh Your Mentai.

Berikut ini adalah tabel strategi promosi yang akan dilakukan oleh Your Mentai:

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. 9
Daftar Tabel Strategi Promosi Your Mentai

No.	Keterangan	Kuantitas
1	Mempromosikan produk melalui konten media sosial Instagram.	5x Per Minggu
2	Mempromosikan konten media sosial menggunakan <i>instagram ads</i> .	3x Per Minggu
3	Melakukan promosi melalui konten media sosial Tiktok.	2x Per Minggu
4	Membuat promo potongan harga/gratis ongkir/promo bundling/promo tanggal kembar.	12x Per Tahun
5	Berinteraksi dengan konsumen lewat media sosial.	12x Per Tahun

Sumber: Your Mentai, 2023

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.