

# **MAKALAH STRATEGI PEMASARAN**

## **PEMBUATAN TEMPE**



### **Disusun Oleh:**

Lazuardi Imam Santosa (2000018142)

Ammar Al Hakim Asshiddiqi (2000018377)

Fahrizal Adji Sya'bani (2000018165)

Afif Nurwidiyanto (2000018131)

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

**UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

**TAHUN 2023/2024**

## **PRODUK : Nugget Tempe Rendah Kalori**

### **Segmentasi Pasar**

Strategi segmentasi pasar yang tepat memainkan peran penting dalam menyesuaikan produk dan strategi pemasaran untuk mencapai keberhasilan yang maksimal. Dengan memahami perbedaan preferensi dan kebutuhan konsumen, produsen nugget tempe dapat menyesuaikan produk, komunikasi, dan distribusi untuk setiap segmen secara lebih efektif. Hal ini akan membawa keberhasilan dalam memasarkan produk kepada konsumen yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dengan cara yang paling tepat pula. Target pasar sebagai berikut

#### **Berdasarkan Gaya Hidup:**

1. Orang yang sedang menjalankan Diet dan Hidup Sehat : Fokus pada nutrisi, rendah kalori, dan kepraktisan untuk menarik segmen ini. Penekanan pada informasi nutrisi dan kemudahan konsumsi.
2. Komunitas Vegetarian dan Vegan : Memperkenalkan opsi makanan nabati yang kaya akan protein dan rendah lemak.
3. Profesional Sibuk: Orang yang memiliki waktu terbatas dan mencari makanan sehat yang praktis.

#### **Berdasarkan Usia dan Kebutuhan Nutrisi:**

1. Anak-Anak dan Remaja : Fokus pada kebutuhan gizi bagi anak-anak dan remaja yang membutuhkan asupan nutrisi yang seimbang.
2. Orangtua dan Keluarga : Orangtua yang peduli dengan gizi anak-anak mereka dan ingin memberikan alternatif makanan yang sehat.

#### **Berdasarkan Kategori Demografis:**

1. Fokus pada Generasi Muda : Misalnya, fokus pada generasi muda yang cenderung lebih terbuka terhadap makanan sehat dan gaya hidup berkelanjutan.
2. Analisis Geografis untuk Preferensi Lokal : Memperhatikan lokasi geografis yang memiliki preferensi khusus terhadap makanan sehat atau makanan tradisional.

Dalam menerapkan strategi segmentasi pasar yang telah kami buat sebelumnya terdapat aspek utama yang perlu dipertimbangkan adalah melakukan penelitian pasar yang mendalam untuk memahami kebutuhan dan preferensi setiap segmen, melakukan uji coba produk yang komprehensif untuk memastikan ketersesuaian dengan masing-masing segmen, menyesuaikan strategi pemasaran dan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik pasar yang ditargetkan, dan tetap siap untuk adaptasi kontinu guna menjawab perubahan dinamis yang mungkin terjadi di pasar. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, perusahaan dapat secara efektif menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka untuk mengakomodasi kebutuhan dan preferensi dari masing-masing segmen pasar yang dituju.

## Target Pasar

Berdasarkan segmentasi yang telah diberikan sebelumnya maka target pasar dari produk ini adalah

- Wanita dan pria usia 20-45 tahun yang menjalani diet dan hidup sehat.
- Pelajar dan mahasiswa yang membutuhkan cemilan praktis dan sehat.
- Orangtua yang peduli akan gizi anak-anak.
- Lansia yang membutuhkan asupan protein nabati dan rendah lemak.
- Komunitas vegetarian dan vegan.

Terdapat beberapa alasan mengapa memilih target pasar tersebut diantaranya:

- A. Potensi Permintaan dan Tren Pasar
  - a. Meningkatnya Kesadaran akan Kesehatan: Wanita dan pria usia 20-45 tahun yang menjalani diet dan hidup sehat, serta pelajar/mahasiswa, adalah segmen yang cenderung lebih memperhatikan asupan gizi dan kesehatan. Permintaan akan makanan sehat yang praktis semakin meningkat di antara kelompok ini.
  - b. Tren Masyarakat Vegetarian dan Vegan: Komunitas vegetarian dan vegan semakin berkembang dan merupakan segmen yang sensitif terhadap produk makanan nabati, seperti nugget tempe.
- B. Kebutuhan Gizi dan Kesehatan yang Spesifik
  - a. Gizi dan Kesehatan: Segmen lansia membutuhkan asupan protein nabati dan rendah lemak, sementara orangtua memperhatikan gizi anak-anak mereka. Nugget tempe yang rendah kalori dan kaya akan nutrisi menjadi alternatif menarik bagi segmen-segmen ini.
- C. Potensi Respons Terhadap Inovasi Produk
  - a. Kesadaran akan Nutrisi dan Kesehatan: Wanita dan pria usia 20-45 tahun, sering kali aktif mencari keseimbangan nutrisi dan makanan rendah kalori, sehingga produk makanan sehat seperti nugget tempe sesuai dengan kebutuhan mereka.

## Diferensi

Diferensi adalah strategi pemasaran yang bertujuan untuk membuat suatu produk terlihat berbeda dan menonjol dibandingkan dengan produk pesaingnya. Dengan strategi differensiasi, produk akan dicirikan dengan fitur-fitur, kualitas, desain, manfaat, atau hal-hal lainnya yang membuatnya terlihat lebih unggul dari produk serupa lainnya.

Agar membuat produk tersebut terlihat beda dari produk lain yang telah dipasarkan maka dilakukan beberapa inovasi sebagai berikut :

- A. Kemasan Praktis dan Portabel: Nugget tempe dihadirkan dalam kemasan praktis yang mudah dibawa, cocok untuk makanan cemilan sehari-hari yang mudah diakses dan dikonsumsi di tempat-tempat sibuk. Sebagai contoh kemasan viesta + bantal kimia yang bila ditambahkan air sehingga wadah atau bungkusnya bisa mendidih dan siap dimakan (untuk varian mini).
- B. Varian Rasa dan Pilihan Rendah Lemak: Disediakan varian rasa yang menarik dan dikemas dalam opsi rendah lemak, memungkinkan variasi dalam asupan sehat mereka. Misal ada varian diet, standart, lalu tinggi kalori & protein.
- C. Label "Anak-Anak" dan Presentasi Menarik: Label "Cocok untuk Anak-Anak" dan presentasi produk yang menarik untuk menarik perhatian anak-anak.

- D. Kandungan Tinggi Protein Nabati: Nugget tempe mengandung protein nabati yang tinggi, yang merupakan kebutuhan penting bagi lansia.

### Positioning

(Nugget Tempe Solusi Praktis Gaya Hidup Sehat) kalimat yang membuat positioning dalam produk ini, maksudnya agar Masyarakat bisa mengenal produk ini karena produk ini sehat, local, rasanya enak, praktis dan menggambarkan makanan Indonesia namun sedikit dimodifikasi.

Dengan posisi sebagai makanan ringan nabati yang rendah kalori, renyah namun memenuhi kebutuhan protein, nugget tempe hadir sebagai pilihan praktis bagi mereka yang menjalani pola hidup sehat dan ideal.

Berkat manfaat yang ditawarkan yaitu rendah kalori, tinggi protein dan serat nabati, nugget tempe cocok untuk segala aktivitas sehari-hari mulai dari sarapan anak sekolah hingga cemilan diet bagi orang dewasa. Tekstur renyah dan rasa yang enak membuat nugget tempe tidak membosankan untuk dijadikan teman ngemil sekaligus mengisi waktu santai.

Dengan kemasan portabel dan mudah dibuka, nugget tempe menjadi teman berharga bagi mereka yang menjalani gaya hidup aktif di luar rumah. Nugget tempe menawarkan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan dalam menikmati makanan sehat di mana saja dan kapan saja.

Nugget tempe, solusi praktis untuk hidup sehat tanpa harus meninggalkan kenikmatan.

### Skema Pemasaran

pemasaran untuk Nugget Tempe Rendah Kalori:

- Online Marketing
  - Membuat website dan media sosial resmi sebagai saluran pemasaran dan informasi produk
  - Beriklan di marketplace makanan seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak
  - Bekerjasama dengan e-commerce besar seperti Lazada, Blibli, Shopee untuk penempatan produk
  - branding produk melalui Youtube dan Tiktok
- Pemasaran Langsung
  - Menjajakan dan melakukan sampling di pusat perbelanjaan, pameran makanan
  - Kerjasama promosi dengan supermarket seperti Indomaret, Alfamart, dan ritel sejenis
- Pemasaran di Gerai
  - Membuka toko khusus atau gerai di pusat perkotaan
  - Menjajakan produk ke pasar swalayan dan pasar tradisional
  - Kerjasama promosi dengan kafe sehat, restoran, dan katering untuk menyertakan produk dalam menunya

- Acara dan Promosi

- Memberikan sample produk dalam acara gizi dan kesehatan
- Memberikan diskon atau bundling produk untuk hari-hari spesial

Dengan berbagai saluran tersebut, diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar Nugget Tempe Rendah Kalori.