

# STRATEGI PEMASARAN UNTUK IDE BISNIS

Layanan Berlangganan Roti Artisan dengan Pengantaran Langsung ke Rumah

Disusun untuk memenuhi tugas Kewirausahaan 1 – UNV211

Project Base 1: Perencanaan Operasional Ide Bisnis

Dibimbing oleh:

Andi Hidayat Muhmin, SE, MM



*“Fresh Artisan Bread, Delivered to Your Doorstep”*

Disusun oleh:

Rafly Akbar Ravsanjani

20230801401

CR012

Program Studi Teknik Informatika

Universitas Esa Unggul

07 Desember 2024

## **A. Pendahuluan**

### **a. Gambaran Umum Ide Bisnis:**

BakeryBox adalah layanan berlangganan roti artisan yang berfokus pada penyediaan roti berkualitas premium. Dalam industri bakery yang semakin kompetitif, BakeryBox membedakan diri dengan menggunakan bahan-bahan organik, proses pembuatan roti yang tradisional, serta fleksibilitas dalam pilihan varian dan jadwal pengiriman. Layanan ini dirancang untuk konsumen yang menghargai kualitas makanan dan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya bagi mereka yang memiliki gaya hidup sibuk dan menginginkan produk segar yang diantarkan langsung ke rumah.

Selain menyediakan roti, BakeryBox juga menawarkan tambahan layanan, seperti produk pelengkap roti (mentega artisan, selai buatan tangan, dan lain-lain), sehingga meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan. Dengan model bisnis berbasis langganan, BakeryBox menjanjikan pengalaman tanpa repot bagi pelanggan setianya, yang akan mendapatkan roti segar sesuai preferensi mereka secara berkala.

### **b. Arti Penting Pemasaran**

Pemasaran merupakan elemen krusial dalam pengembangan BakeryBox. Sebagai bisnis baru di industri artisan, BakeryBox perlu membangun citra merek yang kuat untuk menarik perhatian konsumen yang menjadi target. Melalui kampanye pemasaran yang efektif, BakeryBox bisa memperkenalkan layanan langganan ini secara lebih luas dan menjangkau calon pelanggan potensial. Selain itu, pemasaran juga berperan penting dalam menjaga loyalitas pelanggan dengan menciptakan pengalaman positif yang membuat mereka tetap terhubung dengan merek dalam jangka panjang. Pemasaran digital, melalui media sosial dan saluran iklan online, akan menjadi pilar utama dalam strategi promosi BakeryBox.

## **B. Segmen Pasar**

### **a. Profil Pelanggan**

#### **1) Demografi:**

- Usia: 25-45 tahun.
- Jenis Kelamin: Pria dan wanita.
- Status Ekonomi: Kelas menengah ke atas, dengan pendapatan bulanan di atas Rp 10 juta.
- Lokasi: Kota besar dengan populasi padat seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Bali.
- Pendidikan: Mayoritas lulusan perguruan tinggi.
- Pekerjaan: Profesional muda, eksekutif, pengusaha, serta pasangan muda dengan anak-anak.

## 2) Psikografi

- Gaya hidup urban dan modern yang menekankan kenyamanan dan kualitas hidup.
- Konsumen yang peduli dengan kesehatan dan cenderung memilih produk makanan berkualitas tinggi, terutama yang organik dan bebas pengawet.
- Mereka menghargai produk makanan yang unik dan eksklusif, yang menawarkan pengalaman berbeda dari produk massal di pasaran.
- Mereka juga menyukai kenyamanan belanja online dan pengiriman yang langsung ke rumah, sehingga tidak perlu menghabiskan waktu di toko fisik.

## b. Data Pendukung

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh BakeryBox kepada 300 calon pelanggan, ditemukan bahwa 72% responden lebih memilih layanan berlangganan roti jika produk yang ditawarkan adalah roti artisan dengan bahan organik. Survei ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan potensial merasa bahwa kualitas roti dan fleksibilitas pengiriman merupakan dua faktor utama yang mendorong keputusan mereka untuk berlangganan. Selain itu, sekitar 65% responden mengungkapkan ketertarikan untuk berlangganan produk tambahan seperti mentega organik atau selai buatan tangan, yang menambah nilai bagi paket langganan BakeryBox.

## C. Bauran Pemasaran

### a. Penjelasan 4P yang Diterapkan:

- 1) **Product (Produk):** BakeryBox menyediakan berbagai jenis roti artisan seperti sourdough, ciabatta, brioche, serta roti manis dan gurih lainnya. Semua produk roti dibuat dengan teknik tradisional dan bahan-bahan berkualitas tinggi, terutama bahan organik. BakeryBox juga menawarkan layanan tambahan seperti pilihan selai buatan tangan, mentega artisan, dan produk roti musiman yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

Selain kualitas produk, BakeryBox juga berfokus pada kemasan. Setiap pengiriman dikemas secara elegan dan rapi dengan branding yang kuat, yang menciptakan kesan mewah dan eksklusif bagi pelanggan. Kemasan ini juga ramah lingkungan, menggunakan material yang dapat didaur ulang, yang sesuai dengan nilai-nilai pelanggan yang peduli terhadap lingkungan.

- 2) **Price (Harga):** Harga langganan BakeryBox dibagi menjadi beberapa paket berdasarkan frekuensi pengiriman dan jenis produk. Paket dasar dimulai dari Rp 150.000 per minggu untuk pengiriman satu kali per minggu, sementara paket langganan bulanan dihargai Rp 500.000 dengan diskon khusus untuk pelanggan tetap. BakeryBox juga menawarkan paket premium yang mencakup produk tambahan seperti selai dan mentega artisan, dengan harga Rp 700.000 per bulan.

- 3) **Place (Tempat):** BakeryBox beroperasi secara online melalui website dan aplikasi seluler. Pelanggan dapat memilih dan memesan produk langsung dari platform digital ini. BakeryBox mengirimkan produk ke berbagai wilayah di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Bali. Pengiriman dilakukan secara cepat dan tepat waktu, dengan armada pengiriman internal yang memastikan bahwa produk sampai di tangan pelanggan dalam keadaan segar. Untuk mendukung strategi ini, BakeryBox juga bermitra dengan beberapa marketplace besar dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan distribusi, sehingga pelanggan dapat dengan mudah memesan produk melalui berbagai platform.
- 4) **Promotion (Promosi):** Strategi promosi BakeryBox sangat bergantung pada media digital, terutama Instagram dan Facebook, yang dianggap sebagai saluran terbaik untuk menjangkau target pasar. BakeryBox secara aktif memanfaatkan konten visual yang menarik untuk menunjukkan kualitas produk dan pengalaman pelanggan. Program referral dan diskon untuk pelanggan baru juga ditawarkan sebagai bagian dari strategi promosi. BakeryBox juga mengadakan giveaway di media sosial yang melibatkan influencer makanan lokal, yang membantu membangun buzz di kalangan komunitas pecinta kuliner. Selain itu, BakeryBox menjalankan kampanye iklan berbayar di Google dan Facebook Ads untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, khususnya mereka yang menunjukkan minat pada produk makanan sehat dan roti artisan.

## **D. Rencana Kampanye Pemasaran**

### **a. Tujuan Kampanye:**

Kampanye pemasaran BakeryBox bertujuan untuk mencapai 1.000 pelanggan baru dalam enam bulan pertama sejak peluncuran kampanye. Fokus utama dari kampanye ini adalah membangun kesadaran merek (brand awareness) dan mendorong uji coba layanan langganan dengan menawarkan diskon khusus untuk pelanggan baru.

### **b. Pesan Utama yang Disampaikan:**

"BakeryBox menghadirkan roti artisan berkualitas premium langsung ke pintu Anda—nikmati roti segar setiap hari tanpa repot dengan layanan langganan kami."

### **c. Saluran Pemasaran yang Digunakan:**

- 1) **Instagram dan Facebook:** BakeryBox menggunakan Instagram dan Facebook sebagai saluran utama untuk berinteraksi dengan target pelanggan melalui konten visual yang menekankan pada kelezatan dan kualitas produk. Postingan yang dibuat fokus pada estetika produk roti dan testimoni dari pelanggan.

- 2) **Google Ads:** Iklan berbayar di Google menargetkan pencarian terkait dengan "roti sehat", "roti organik", dan "langganan roti" untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- 3) **Email Marketing:** Email marketing digunakan untuk menjaga keterlibatan pelanggan lama dan menawarkan promosi untuk pelanggan baru. Newsletter juga menyertakan resep dan tips seputar makanan yang menggunakan produk roti BakeryBox.

## E. Materi Promosi

### a. Contoh Desain Media Sosial (Instagram dan Facebook Post):

- 1) **Visual:** Foto roti sourdough segar di meja kayu dengan kemasan BakeryBox yang elegan di latar belakang.
- 2) **Teks Promosi:** "Mau sarapan mewah di rumah? Langganan BakeryBox dan nikmati roti artisan segar yang diantarkan langsung ke depan pintu. Dapatkan diskon 10% untuk langganan pertama!"
- 3) **CTA:** "Langganan Sekarang!"
- 4) **Contoh Desain Visual:**



### b. Contoh Poster Digital:

- 1) **Desain:** Poster menampilkan gambar croissant segar baru keluar dari oven dengan slogan: "Roti artisan segar setiap hari, langsung ke rumahmu!"
- 2) **Informasi Tambahan:** "Diskon 10% untuk pembelian pertama. Berlangganan sekarang!"
- 3) **Contoh Desain Poster:**



## F. Penutup

### a. Ringkasan dan Rencana Tindak Lanjut

BakeryBox, dengan fokus pada kualitas dan kenyamanan, berpotensi besar untuk menjadi layanan langganan roti artisan yang sukses di Indonesia. Melalui strategi pemasaran yang tepat, BakeryBox dapat memperkuat brand awareness dan menarik lebih banyak pelanggan baru. Rencana tindak lanjut termasuk evaluasi kampanye pemasaran setelah enam bulan untuk melihat efektivitasnya serta penyesuaian