

ANALISIS MARKETING MIX

Dosen: Ir. Muhammad Taufiq, M.Kom



Nama : Arif Maulana
NIM : C2283207029

**PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TASIKMALAYA**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, makalah yang berjudul "Marketing Mix (Bauran Pemasaran)" ini dapat diselesaikan dengan baik.

Makalah ini disusun sebagai salah satu tugas dalam mata kuliah Technopreneur, dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep bauran pemasaran.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan makalah ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun penyampaian. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada dosen pengampu mata kuliah, teman-teman yang telah memberikan dukungan, serta semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan makalah ini.

Akhir kata, semoga makalah ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	1
BAB I PENDAHULUAN	2
1. Latar Belakang.....	2
2. Rumusan Masalah	3
3. Tujuan Masalah	3
BAB II PEMBAHASAN	4
A. Produk.....	4
1. Vegetable Farm	4
B. Jasa	7
1. WebDevID	7
PENUTUP	10
REFERENSI	11

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia memiliki peran vital dalam memenuhi kebutuhan pangan nasional. Seiring dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat, permintaan terhadap produk pangan segar, higienis, dan praktis terus meningkat. Namun, distribusi sayuran segar seringkali dihadapkan pada tantangan seperti rantai pasok yang panjang, penanganan pascapanen yang kurang optimal, dan fluktuasi harga. Hal ini menyebabkan kualitas sayuran menurun sebelum sampai ke tangan konsumen, serta menciptakan ketidakpastian bagi petani. Produk Vegetable Farm hadir sebagai solusi dengan menyediakan sayuran segar, higienis, dan siap konsumsi dalam kemasan yang praktis, memastikan kualitas terjaga hingga ke tangan konsumen sekaligus mendukung kesejahteraan petani melalui kemitraan yang adil.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Kehadiran website menjadi kebutuhan esensial bagi bisnis, organisasi, maupun individu untuk membangun kehadiran online, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan kredibilitas. Namun, banyak pelaku usaha, khususnya UMKM, masih kesulitan dalam membangun dan mengelola website yang profesional dan efektif karena keterbatasan pengetahuan teknis dan biaya. WebDevID hadir sebagai penyedia jasa pengembangan website yang komprehensif, menawarkan solusi pembuatan website yang inovatif, fungsional, dan sesuai kebutuhan dengan harga terjangkau, membantu bisnis berkembang di era digital.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi marketing mix 7P dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing Vegetable Farm di pasar lokal dan WebDevID di industri jasa pengembangan web?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses distribusi dan promosi sayuran segar ke konsumen?
3. Apa pengaruh strategi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian layanan oleh klien potensial?
4. Bagaimana kualitas produk dan proses pelayanan dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap Vegetable Farm dan WebDevID?

3. Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari penulisan makalah ini adalah:

1. Menganalisis penerapan strategi 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) pada Vegetable Farm dan WebDevID.
2. Mengidentifikasi masalah dan potensi perbaikan dalam aspek distribusi dan promosi hasil pertanian.
3. Merumuskan rekomendasi untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen melalui optimalisasi kualitas produk dan pelayanan.
4. Menilai pengaruh strategi harga dan promosi terhadap minat dan keputusan klien.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Produk

1. Vegetable Farm

a. Product (Produk)

Fitur utama	<ul style="list-style-type: none">• Aneka sayuran segar hasil panen langsung setiap hari• Produk organik bebas pestisida• Layanan langganan sayuran mingguan/bulanan• Opsi sayuran siap masak (pre-packed)
Keunikan	<ul style="list-style-type: none">• Pertanian lokal yang berkelanjutan• Tanpa perantara: langsung dari petani ke konsumen• Edukasi pertanian untuk pelanggan (melalui media sosial/kunjungan langsung)
Manfaat	<ul style="list-style-type: none">• Menjamin kesegaran dan kualitas gizi• Harga lebih terjangkau dibanding retail besar• Mendukung ekonomi petani lokal

b. Price (Harga)

Strategi Penetrasi Pasar	Harga bersaing dengan pasar tradisional dan minimarket
Segmentasi Harga	Harga berbeda untuk produk organik vs non-organik Paket grosir untuk reseller atau katering
Diskon Pelajar	Diskon khusus untuk pembelian oleh pelajar atau mahasiswa (menunjukkan kartu pelajar)
Bundling	Paket sayur + bumbu + resep mingguan Paket keluarga hemat dengan variasi isi
Cicilan Ringan	Untuk langganan jangka panjang (misalnya langganan 3 bulan dibayar bulanan)

c. Place (Distribusi)

Online	<ul style="list-style-type: none">• Website pemesanan langsung• Marketplace (Tokopedia, Shopee, dll)• WhatsApp Business
Offline	<ul style="list-style-type: none">• Toko di area pertanian• Titik distribusi di kota terdekat• Pameran atau bazar komunitas

d. Promotion (Promosi)

Kampanye Sosial	Edukasi pentingnya konsumsi sayur lokal lewat Instagram & TikTok
-----------------	--

Endorsement Mikro-Influencer	Kerjasama dengan ibu rumah tangga, food vlogger lokal
User Generated Content	Pelanggan mengunggah masakan dari sayur Vegetable Farm (dengan hadiah)
Referral Program	Ajak teman dan dapatkan potongan harga/paket gratis
Pameran & Komunitas	Ikut serta dalam event pangan lokal, komunitas urban farming

e. People (Orang)

Tim Penjualan	Penjual yang ramah dan edukatif di lokasi
Customer Service	Aktif di WhatsApp dan Instagram, fast response
Teknisi/Support Lokal	Tenaga pertanian yang siap membantu edukasi & keluhan produk

f. Process (Proses)

Alur Pembelian Mudah	Pilih sayuran → pilih waktu pengiriman → bayar online/offline
Purna Jual	Garansi penggantian jika produk rusak/busuk saat diterima
Otomatisasi	Sistem reminder untuk pelanggan langganan sayur mingguan

g. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Desain Produk	Label produk dengan informasi gizi dan asal usul
---------------	--

Kemasan	Ramah lingkungan, diberi tali rafia atau paper bag
Tampilan Digital	Website bersih, responsif, dan mudah dinavigasi
Testimoni	Ulasan pelanggan di Instagram dan marketplace

B. Jasa

1. WebDevID

a. Product (Produk)

Fitur utama	<ul style="list-style-type: none"> • Website responsif (mobile-friendly) • Panel admin mudah digunakan • Integrasi SEO dan analytics • Hosting & domain sudah termasuk • Paket khusus toko online dan portofolio
Keunikan	<ul style="list-style-type: none"> • Dukungan teknis lokal dan cepat • Bisa dikustom sesuai kebutuhan bisnis • Proses pengerjaan cepat dan transparan
Manfaat	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kredibilitas usaha • Mempermudah pelanggan menemukan bisnis secara online • Solusi lengkap tanpa ribet (one-stop solution)

b. Price (Harga)

Strategi Penetrasi Pasar	Paket ekonomis, standar, hingga premium
Segmentasi Harga	Paket pelajar, UMKM, dan korporat
Diskon Pelajar	Harga khusus untuk mahasiswa atau project tugas akhir
Bundling	<ul style="list-style-type: none">• Paket website + branding (logo, kartu nama)• Paket website + social media management
Cicilan Ringan	Pembayaran bertahap (misal 50% DP, sisanya setelah selesai)

c. Place (Distribusi)

Online	<ul style="list-style-type: none">• Website resmi dengan form pemesanan• Media sosial aktif (Instagram, LinkedIn, TikTok)• Marketplace jasa (Fastwork, Projects.co.id)
Offline	<ul style="list-style-type: none">• Konsultasi langsung di kantor (jika ada)• Workshop dan pelatihan di kampus/komunitas bisnis

d. Promotion (Promosi)

Kampanye Sosial	Edukasi pentingnya digitalisasi usaha
Endorsement Mikro-Influencer	Bekerja sama dengan kreator digital lokal

User Generated Content	Klien berbagi cerita sukses setelah pakai layanan
Referral Program	Dapatkan potongan harga jika mengajak teman/klien lain
Pameran & Komunitas	Ikut event teknologi, startup, atau pelatihan bisnis digital

e. People (Orang)

Tim Penjualan	Konsultan digital yang memahami kebutuhan bisnis
Customer Service	Melayani 24/7 via chat dan email
Teknisi/Support Lokal	Tim developer dan IT support cepat tanggap

f. Process (Proses)

Alur Pembelian Mudah	Konsultasi → pilih paket → kontrak → pengerjaan → revisi → live
Purna Jual	Gratis revisi minor selama 1 bulan
Otomatisasi	Sistem pelacakan progres proyek & update otomatis ke klien

g. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Desain Produk	Tampilan website profesional dan sesuai branding klien
Kemasan	E-book panduan penggunaan panel admin
Tampilan Digital	Portofolio lengkap di website & sosial media
Testimoni	Review klien sebelumnya disertai tangkapan layar hasil kerja

PENUTUP

Dengan memahami secara mendalam segmentasi pasar, setiap produk dan jasa dapat dikembangkan serta dipasarkan secara lebih efektif. Produk Farm Vegetable menawarkan solusi cerdas untuk masyarakat urban yang ingin hidup sehat tanpa repot, sementara WebDevid membantu digitalisasi usaha secara profesional dan efisien. Kedua produk ini menunjukkan bagaimana pendekatan yang tepat terhadap pasar dapat menciptakan nilai yang nyata dan berkelanjutan.

REFERENSI

- APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.* (2024, February 7). Retrieved from APJII: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.