

MARKETING MIX (BAURAN PEMASARAN)

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	5
A. Produk.....	5
1. Vegetable Farm	5
2. Segmentasi Pasar	5
3. Value Proposition	6
4. Added Value	6
B. Jasa	6
1. WebDevID	6
2. Segmentasi Pasar	7
3. Value Proposition	7
4. Added Value	7
PENUTUP	9
REFERENSI	10

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 Vegetable Farm dapat menyediakan sayuran kemasan yang berkualitas tinggi, higienis, dan praktis untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat?
2. Bagaimana Vegetable Farm dapat membangun rantai pasok yang efisien dan berkelanjutan, serta menciptakan added value bagi petani dan konsumen?
3. Bagaimana WebDevID dapat menyediakan jasa pembuatan website yang inovatif, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan beragam segmen pasar?
4. Bagaimana WebDevID dapat membangun value proposition yang kuat dan memberikan added value melalui layanan purna jual serta edukasi kepada klien?

3. Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari penulisan makalah ini adalah:

1. Menganalisis strategi Vegetable Farm dalam memastikan kualitas, ke higienisan, dan kepraktisan produk sayuran kemasan dari hulu ke hilir.
2. Menguraikan model bisnis Vegetable Farm dalam membangun rantai pasok yang efisien dan berkelanjutan, serta dampak positifnya terhadap petani dan konsumen.
3. Mengidentifikasi pendekatan WebDevID dalam mengembangkan website yang inovatif, user-friendly, dan disesuaikan dengan karakteristik unik setiap klien.
4. Menjelaskan value proposition dan added value yang ditawarkan oleh WebDevID untuk membangun

hubungan jangka panjang dengan klien dan mendukung pertumbuhan bisnis mereka secara digital.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Produk

1. Vegetable Farm

Vegetable Farm adalah penyedia produk sayuran segar dalam kemasan siap olah. Produk kami mencakup berbagai jenis sayuran seperti bayam, kangkung, sawi, selada, wortel, dan buncis, yang ditanam secara organik atau dengan praktik pertanian berkelanjutan. Setiap sayuran dipanen pada tingkat kematangan optimal, dicuci bersih, dipotong sesuai kebutuhan (opsional), dan dikemas dalam wadah food-grade kedap udara untuk menjaga kesegaran dan ke higienisannya. Kemasan dirancang praktis, mudah disimpan, dan dilengkapi dengan informasi nutrisi serta tanggal panen/kadaluarsa.

2. Segmentasi Pasar

Aspek Segmentasi	Minat
Usia	25–50 tahun, terutama ibu rumah tangga, pekerja kantoran, dan profesional muda yang memiliki keterbatasan waktu
Minat	Minat terhadap gaya hidup sehat, diet, vegetarian/vegan, dan makanan organik
Wilayah	Berfokus pada wilayah perkotaan besar dan menengah, kota tingkat dua keatas

Karakteristik Lain	Konsumen yang mencari solusi makanan sehat, cepat saji, tetapi tetap alami dan bebas bahan kimia
---------------------------	--

3. Value Proposition

Vegetable Farm menawarkan solusi makanan sehat yang cepat dan praktis. Dengan konsep "Fresh & Ready to Cook", produk ini menjamin kualitas sayur yang segar, higienis, dan dikemas secara modern sehingga dapat langsung diolah tanpa perlu dicuci ulang. Produk ini menjawab kebutuhan konsumen akan makanan bergizi tanpa harus menyita waktu.

4. Added Value

- **Kemasan Ramah Lingkungan:** Menggunakan kemasan biodegradable yang mudah terurai.
- **Kelengkapan Informasi Gizi:** Label gizi dan panduan resep praktis di setiap kemasan.
- **Layanan Langganan:** Sistem langganan mingguan/bulanan untuk pelanggan tetap.
- **Konektivitas Digital:** Aplikasi seluler untuk pemesanan, pelacakan pengiriman, dan tips masak sehat.

B. Jasa

1. WebDevID

Webdevidev adalah layanan profesional pembuatan website untuk individu, UMKM, institusi pendidikan, dan organisasi nirlaba. Webdevidev berfokus pada pembuatan website yang cepat, responsif, dan terintegrasi dengan fitur-fitur modern seperti toko daring, booking online, SEO-friendly, dan dashboard manajemen konten.

2. Segmentasi Pasar

Aspek Segmentasi	Minat
Usia	20–55 tahun, terutama pelaku usaha, pemilik startup, freelancer, akademisi, dan pemilik UMKM
Minat	Minat dalam pengembangan bisnis digital, branding, marketing online, dan edukasi berbasis teknologi
Wilayah	Seluruh wilayah Indonesia, dengan fokus pada kota-kota besar dan daerah berkembang yang mulai aktif secara digital
Karakteristik Lain	Melek teknologi, memiliki modal awal untuk investasi digital, dan terbuka pada konsultasi pengembangan produk digital

3. Value Proposition

WebDevid menawarkan layanan pembuatan website berbasis kebutuhan spesifik klien, baik untuk toko online, portofolio, company profile, hingga sistem informasi sekolah. Layanan ini dirancang fleksibel dan mudah dikelola, bahkan bagi pengguna non-teknis. Dukungan teknis diberikan secara berkelanjutan untuk menjamin kualitas layanan.

4. Added Value

- **Desain Responsif dan Mobile-Friendly:** Optimal untuk semua perangkat.

- **SEO Optimization:** Membantu website lebih mudah ditemukan di mesin pencari.
- **Integrasi Layanan:** Chatbot, formulir kontak, kalender, dan sistem pembayaran.
- **Paket Edukasi dan Workshop:** Pelatihan singkat penggunaan CMS dan pemeliharaan website.
- **Garansi Maintenance 3 Bulan:** Perbaikan dan pembaruan tanpa biaya tambahan dalam periode tertentu.

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.