

## **BAB VI**

### **RENCANA PEMASARAN**

#### **6.1 TUJUAN DAN SASARAN PEMASARAN**

##### **6.1.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran Jangka Pendek (untuk jangka waktu 1 tahun)**

Tujuan dan sasaran pemasaran jangka pendek Fruit's Café adalah:

- a. Fruit's Café eksis dalam memberikan tawaran-tawaran yang menarik misalnya dengan memberikan bonus-bonus dan menyajikan hidangan yang berkualitas agar masyarakat dapat mengenal dan mengetahui Fruit's Café (Fruit's Café adalah bisnis baru yang sampai saat ini belum ada bisnis pesaing sejenis).
- b. Fruit's Café harus dapat menciptakan suasana café yang nyaman dan bersahabat khususnya pada layanan agar dapat memberikan kesan yang baik pada konsumen dan dapat memberikan image yang positif bagi benak masyarakat.
- c. Meningkatkan jumlah pendapatan tiap bulan dengan cara meningkatkan tingkat konsumsi konsumen yaitu dengan memberikan voucher diskon Rp 10.000,- untuk pembelian kelipatan Rp 100.000,- untuk digunakan pada kunjungan berikutnya.

- d. Memperkenalkan pada konsumen dan menarik minat mereka dengan cara mengiklankan Fruit's Café di media cetak dengan frekuensi seminggu sekali pada hari Sabtu.

#### 6.1.2 Tujuan dan Sasaran Pemasaran Jangka Panjang (untuk jangka waktu >1 tahun)

Tujuan dan sasaran jangka panjang Fruit's Café adalah:

- a. Menjadi *market leader* dan *top of mind* di Surabaya, sehingga jika seseorang mau pergi untuk menikmati hidangan sejenis cake, ice cream, salad atau soup dan terutama minuman yang mengandung buah-buahan memilih prioritas tujuan utamanya adalah Fruit's Café dan tentunya Fruit's Café dapat menjadi *the best café* di Surabaya.
- b. Tetap mengikuti trend yang ada dan berusaha untuk terus memenuhi *needs and wants* konsumen dan berusaha untuk terus memberikan yang terbaik bagi konsumen dari segi hidangan dan layanan.
- c. Tetap dapat menciptakan suasana yang baik di Fruit's Café agar terus dapat memberikan kesan atau *image* layanan yang baik bagi konsumen.
- d. Membuka satu cabang di tempat lain di kota Surabaya dalam bentuk outlet di pusat perbelanjaan yaitu di Galaxy Mall atau Plaza Surabaya.

## 6.2 STRATEGI PEMASARAN

### 6.2.1 Segmentation

➤ *Demographic*

Secara demographic segmen Fruit's Café adalah pria maupun wanita dari semua golongan usia tidak terbatas pada jenis kelamin, untuk pendapatan segmen Fruit's Café adalah konsumen yang pendapatannya Rp 1.000.000,- keatas perbulan tetapi Fruit's Café tidak tertuju kepada kalangan itu saja, yang penting asalkan konsumen mampu membayar apa yang dikonsumsi di Fruit's Café karena mengingat Fruit's Café adalah tempat dimana masyarakat menginginkan makanan sehat untuk hidup sehat.

➤ *Geographic*

Secara geographic dilihat dari lokasi Fruit's Café menjangkau khususnya Surabaya Pusat tetapi tidak menutup kemungkinan untuk dapat menjangkau seluruh Surabaya.

➤ *Psychographic*

Dari segi psychographic segmen Fruit's Café adalah seseorang yang mempunyai *life style* yang pasti sangat suka mengkonsumsi buah-buahan dan makanan sehat juga bagi mereka yang banyak membutuhkan serat (diet).

### 6.2.2 Targeting

Dari segmentation ini yang menjadi target market Fruit's Café adalah:

➤ *Demographic*

Secara demographic yang menjadi *target market* Fruit's Café adalah pria maupun wanita dari kalangan menengah keatas yang mempunyai rata-rata pendapatan Rp 1.000.000,- keatas.

➤ *Psycographic*

Secara psycographic yang menjadi *target market* Fruit's Café adalah orang yang menyukai hidup sehat.

### 6.2.3 Positioning

Fruit's Café sebagai *Be Health Food Center* menyajikan makanan dengan bahan baku alami yang benar-benar masih segar. Karena target Fruit's Café adalah kalangan menengah keatas terutama konsumen yang menyukai buah-buahan maka Fruit's Café berusaha menyajikan hidangan yang bernuansa natural di mana hidangan tersebut mengandung banyak vitamin yang diperlukan oleh tubuh.

Bahan baku yang digunakan oleh Fruit's Café adalah bahan baku lokal dan bahan baku impor. Oleh karena itu Fruit's Café menetapkan harga sesuai dengan apa yang disajikan.

## 6.3 BAURAN PEMASARAN

### 6.3.1 Produk

Produk yang tersedia di Fruit's Café dibagi menjadi dua jenis yaitu makanan dan minuman.

#### a. Makanan

- Jenis cakes and breads, yaitu :
  - *Banana, nut and choc chip cake*
  - *Blue berry layers cakes*
  - *Rich marbled orange cake*
  - *Apricot sacher cake*
  - *Orange chocolate mud cake*
  - *Swiss roll strawberry*
  - *Fruit sacher cake*
  - *Strawberry yoghurt cake*
  - *Slicer banana*
- Jenis salad, yaitu :
  - *Fruity tropis salad*
  - *Exclusive fruity salad*
  - *Cheese fruity salad*
- Jenis desert, yaitu :
  - *Strawberry basket with honey comb*

- *Dark chocolate pudding with lemon sauce*
- *Chocolate vanilla mousse*
- *Frozen blackberry chequerboard parfait*
- *Decaden white chocolate marquis mousse*
- *Banana pancake*
- *Jenis soup, yaitu :*
  - *Macaroni soup*
  - *Tomato soup*

#### **b. Minuman**

1. *Hot drinks, yaitu :*
  - *Choc-buttered rhum*
  - *White heat*
  - *Mochalatte*
  - *Hot lemon*
  - *Ultimate hot chocolate*
  - *Vanilla- buttered*
2. *Cold drinks, yaitu :*
  - *Java fizz*
  - *Fruity juice*
  - *Strawberry choc milk*
  - *Berry smoothie*

- *Iced avocado*
- *Fruit chocolate shake*
- *Bubble fruity*

### 3. Ice Cream, yaitu :

- *Banana split*
- *Mooncherry cream*
- *Sundae coconut*
- *Fruity ice cream*
- *Macedonia chip*
- *Strawberry waffle*

#### 6.3.2 Penetapan Harga

Penetapan harga pada Fruit's Café adalah menggunakan metode cost plus pricing. Prinsip dari metode ini adalah menambahkan persentase tertentu yang diinginkan sebagai keuntungan atas harga pokoknya, yaitu sebesar 50% - 300% ( Indriyo, 1997 : 224 ). Harga yang ditetapkan oleh Fruit's Café cukup bersaing dengan café maupun bakery pesaing yang rata-rata juga mematok harga sekitar ini.

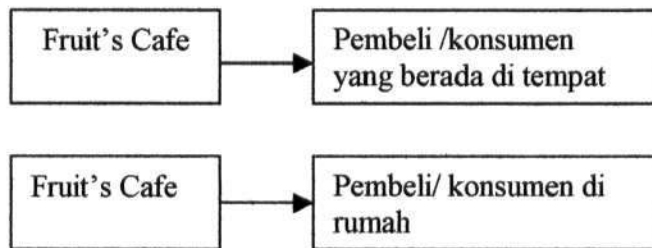
**Harga rata – rata makanan dan minuman Fruit’s Café adalah :**

Hot Drinks and Cold Drinks	Rp 5.940 – 9.450
Breads/ Cakes per potong	Rp 12.375 – 15.469
Breads/ Cakes per loyang	Rp 49.500 – 61.875
Salad ( menurut porsi )	Rp 13.500 – 20.250
Desert	Rp 16.875 – 28.125
Ice Cream	Rp 5.400 – 9.450
Soup	Rp 7.313 – 9.000

### 6.3.3 Saluran Distribusi

Saluran distribusi untuk produk yang dijual oleh Fruit’s Café termasuk saluran distribusi langsung. Dalam saluran distribusi ini pengusaha berusaha menyalurkan barang–barang yang dibeli oleh konsumen secara langsung (Indriyo, 1997 : 256). Konsumen dalam hal ini adalah konsumen yang mengkonsumsi secara langsung di tempat dan konsumen yang mengkonsumsi dengan membawa pulang ke rumah.

**Gambar 1**  
**Aliran Distribusi Produk**  
**Fruit's Café**



#### 6.3.4 Promosi

Promosi dilakukan dengan cara memasang iklan melalui koran nasional yaitu Jawa Pos seminggu dua kali pada hari jumat dan sabtu. Selain itu promosi juga dilakukan dengan memberikan voucher senilai Rp 5000,- sebagai potongan harga untuk pembelian tiap kelipatan Rp 50.000,- yang dapat digunakan pada pembelian berikutnya. Promosi tersebut dilakukan untuk 3 bulan pertama.

#### 6.4 LAYANAN KONSUMEN

Konsumen yang mengkonsumsi hidangan ditempat atau dibawa pulang, pembelian banyak maupun eceran dan juga pesanan-pesanan di berikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Pembelian dalam jumlah banyak

pada awal masa pembukaan dan event–event tertentu akan mendapatkan bonus.

## **6.5 METODE PENELITIAN**

Metode penelitian untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan serta melakukan tanya–jawab secara langsung kepada konsumen mengenai pilihan mereka terhadap Fruit’s Café baik dari sisi produk yang dijual, pelayanan, kenyamanan, maupun harga jual.

Fruit’s Café memberikan kupon diskon sebesar 5% bagi pengunjung yang mengisi kuesioner tersebut. Dari hasil kuesioner tersebut dan tanya jawab kepada konsumen tersebut akan diperoleh hasil apa yang menjadi harapan konsumen untuk membeli makanan dan minuman di Fruit’s Café .