

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA NA'NGETE
PEKANBARU**

**SKRIPSI NON REGULER JALUR ENTREPRENEUR
BUSINESS PLAN**



Disusun oleh:

Nurdiansyah

17.92.0039

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA NA'NGETE
PEKANBARU**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Disusun oleh:

Nurdiansyah

17.92.0039

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA NA'NGETE PEKANBARU

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nurdiansyah

17.92.0039

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 3 Agustus 2023

Dosen Pembimbing



Laksmindra Saptyawati, S.E., M.BA.

NIK. 190302334

PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA NA'NGETE PEKANBARU

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nurdiansyah

17.92.0041

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 3 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM

NIK. 190302308



Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI

NIK. 190302303



Reza Widhar Pahlevi, S.E. M.M

NIK. 190302334



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk

memperoleh gelar Sarjana Bisnis

Tanggal 3 Agustus 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T. M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang lain telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Juni 2023



Nurdiansyah

17.920039

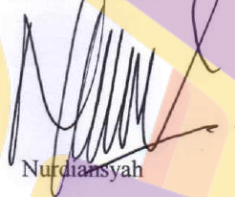
KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEG PEMASARAN USAHA NA’NGETEHE PEKANBARU “ yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) program studi kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusunan telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusunan mendapatkan banyak bantuan, dukungan, bimbingan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. m. Suyatno, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq luthfi, S.T., M. Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Suyatmi, S.E., M.M selaku Kaprodi S1 Kewirausahaan, Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan pelajaran yang sangat berguna bagi saya dan teman-teman lainnya.
4. Laksmindra Saptyawati, SE., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan serta pengarahan untuk proses penyusunan skripsi ini.
5. Unit NA’NGETEHE PEKANBARU selaku objek penelitian, terima kasih atas ketersediaan dan bantuannya sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

6. Kedua Orang tua tercinta dan adik saya serta keluarga besar yang selalu support dan selalu mendoakan untuk penyusunan skripsi ini sehingga saya selalu semangat dalam mengerjakan.
7. Teman – teman saya Kewirausahaan 2017-2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih karena selalu memberi doa, semangat, saling mendukung dan membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini.
8. Seluruh responden yang rela meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, terima kasih atas kerja samanya
9. Terakhir saya ingin mengucapkan terima kasih untuk diri saya sendiri, terima kasih banyak sudah bertahan dan berjuang untuk mendapatkan gelar sarjana.

Yogyakarta..... 8 Agustus 2023


Nurdiansyah

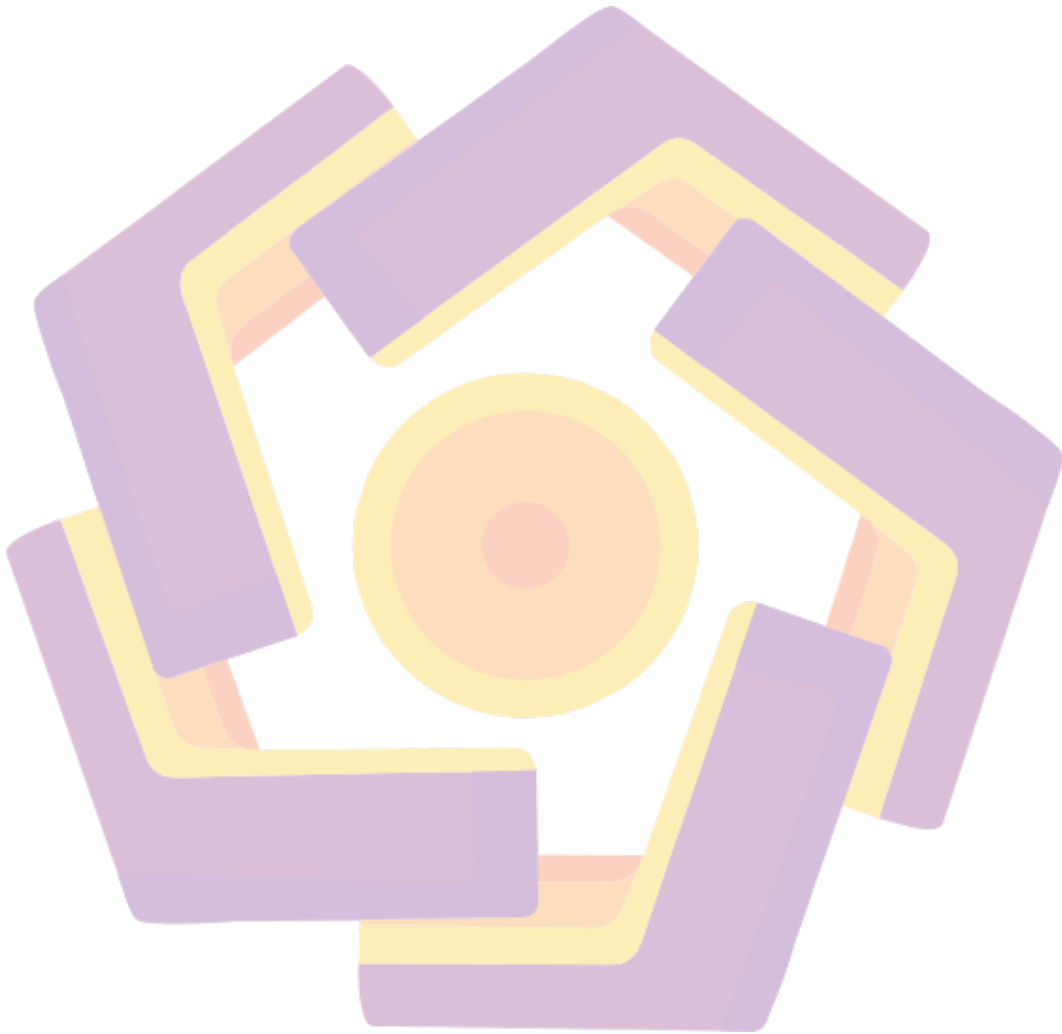
DAFTAR ISI

COVER	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
RINGKASAN	xii
BAB I	1
MASALAH, SOLUSI, DAN PRODUK/JASA	1
1.1 <i>Permasalahan</i>	1
1.2 <i>Solusi</i>	2
1.3 <i>Produk / Jasa</i>	3
BAB II	6
SUMBER DAYA	6
2.1 <i>Bahan Baku</i>	6
2.2 <i>Alat Bantu</i>	6
2.3 <i>Tim Bisnis</i>	8
BAB III	11
PESAING DAN KEUNGGULAN PESAING	11
3.1 <i>Pesaing Produk/Jasa</i>	11
3.2 <i>Keunggulan Produk/Jasa Pesaing</i>	13
BAB IV	14
TARGET PELANGGAN DAN KETERSEDIAAN PASAR	14
4.1 <i>Target Pelanggan</i>	14
4.2 <i>Ketersediaan Pasar</i>	14
BAB V	15

STATEGIPEMASARAN	15
5.1. Startegi Pemasaran	15
5.2. Akusisi Pelanggan	16
BAB VI	18
BUSINESS MODEL CANVAS	18
6.1 <i>Business Model Canvas</i>	18
6.2 <i>Milestone</i>	19
6.3 <i>Strategi Pencapaian Milestone</i>	19
BAB VII	20
RENCANA PENGEMBANGAN	20
7.1 <i>Rencana Pengembangan Bisnis 3 Bulan Kedepan</i>	20
7.2 <i>Rencana Pengembangan Bisnis 1 Tahun Kedepan</i>	20
BAB VIII	22
LAPORAN KEUANGAN, PROYEKSI KEUANGAN DAN KEBUTUHAN DANA PENGEMBANGAN	22
8.1 <i>Laporan Keuangan</i>	22
8.2 <i>Proyeksi Keuangan</i>	24
8.3 <i>Kebutuhan Dana Pengembangan</i>	26
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.3. 1 Produk Na'Ngeteh	3
Gambar 1.3. 2 Teh Hitam Kayu Aro.....	4
Gambar 1.3. 3 Produk Na'Ngeteh	5
Gambar 2.3. 1 Struktur Organisasi Na'Ngeteh	10



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. 1 Kebutuhan dan Bahan Baku.....	5
Tabel 2.2. 1 Alat Bantu Usaha	6
Tabel 2.2. 2 Alat Bantu Pemasaran.....	7
Tabel 2.3. 1 Tim Bisnis Na'Ngeteh	8
Tabel 3.1 1 Hasil Analisis SWOT pada Usaha Minuman Kekinian Na'Ngeteh.....	12
Tabel 3.2. 1 Keunggulan Produk/Jasa Pesaing	13
Tabel 6.1. 1 Business Model Canvas	18
Tabel 6.2. 1 Milestone Usaha Na'Ngeteh.....	19
Tabel 7.1. 1 Rencana Pengembangan 3 Bulan Kedepan.....	20
Tabel 7.2. 1 Rencana Pengembangan 1 Tahun Kedepan	20
Tabel 8.1. 1 Laporan Pemasukan	22
Tabel 8.1. 2 Laporan Pengeluaran	22
Tabel 8.1. 3 Neraca	23
Tabel 8.1. 4 Laporan Laba Rugi	23
Tabel 8.2. 1 Biaya Tetap	24
Tabel 8.2. 2 Biaya Variabel	24
Tabel 8.2. 3 Biaya Produksi	24
Tabel 8.2. 4 Target Penjualan	25
Tabel 8.2. 5 BEP & ROI	25
Tabel 8.2. 6 Proyeksi Keuangan	25
Tabel 8.3. 1 Kebutuhan Dana Pengembangan	26

RINGKASAN

Teh merupakan salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi di dunia. Di Indonesia, teh dapat dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat, baik itu kalangan ekonomi atas maupun kalangan ekonomi bawah. Hal ini menjadikan peluang berbisnis minuman teh menjadi sangat luar biasa menjanjikan, potensial dan akan sustainable, serta didukung oleh market share yang besar. Es teh merupakan salah satu jenis minuman dengan bahan baku air yang diseduh dengan teh ditambah gula dan es. Minuman es teh banyak digemari oleh konsumen karena harganya yang cukup murah, enak, mudah didapat diberbagai tempat. Minuman es teh cocok dikonsumsi pada kondisi udara yang panas seperti di Indonesia (Taufik, 2021).

Peminatnya dari es teh juga banyak seperti pada kalangan anak-anak, remaja, dan berbagai usia karena minuman ini sangat cocok di nikmati di setiap kegiatan apapun. Es teh yang biasanya dianggap minuman receh, kini mulai naik kelas melalui branding yang dihadirkan oleh sejumlah brand-brand es teh. Inovasi dalam es teh manis ini membuat minuman tersebut banyak diburu terutama oleh kelompok milenial.

Strategi Pemasaran Na'Ngeteh melalui offline dan online. Untuk offline dengan membuka kedai jualan agar bisa di jangkau oleh konsumen. Sedangkan untuk pemasaran online Na'Ngeteh memasarkan produk melalui promosi media sosial untuk konsumen update mengenai produk dan promo yang ada di Na'Ngeteh

Target pasar Na'Ngeteh semua kalangan masyarakat. Mulai dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa hingga ke masyarakat pencinta minuman teh. Produk Na'Ngeteh dibuat agar bisa menemani kegiatan konsumen baik saat bekerja, berkumpul dengan teman atau keluarga hingga menemani waktu santai di kala sendiri.

Tujuan rencana pengembangan Na'Ngeteh bukan hanya untuk menjual produk tetapi memberikan manfaat bagi masyarakat dengan adanyaketersediaan lapangan pekerjaan sehingga dapat meningkatkan penjualan serta menyalurkan SDM masyarakat agar berdaya guna dan berhasil guna. Disisi lain dengan adanya Na'Ngeteh diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap menopang pendapatan daerah terutama pendapatan masyarakat dari kalangan ekonomi menengah ke bawah.

Kata Kunci: Teh, Minuman, Produk, UMKM, Kewirausahaan

SUMMARY

Tea is one of the most widely consumed beverages in the world. In Indonesia, tea can be enjoyed by all circles of society, be it the upper economic class or the lower economic class. This makes the opportunity to do a tea beverage business very promising, potential and will be sustainable, and supported by a large market share. Iced tea is one type of drink with raw material water brewed with tea plus sugar and ice. Iced tea drinks are favored by consumers because the price is quite cheap, delicious, easily available in various places. Iced tea drinks are suitable for consumption in hot air conditions such as in Indonesia (Taufik, 2021).

The enthusiasts of iced tea are also many such as among children, teenagers, and various ages because this drink is very suitable to be enjoyed in any activity. Ice tea, which is usually considered a dime drink, is now starting to rise in class through the branding presented by a number of ice tea brands. Innovation in this sweet iced tea makes the drink much sought after, especially by millennial groups.

Na'Ngeteh Marketing Strategy through offline and online. For offline by opening a sales shop so that it can be reached by consumers. As for online marketing, Na'Ngeteh markets products through social media promotions for consumers to update about products and promos in Na'Ngeteh.

Na'Ngeteh's target market is all walks of life. Starting from children, teenagers, adults to the tea-loving community. Na'Ngeteh products are made so that they can accompany consumer activities both at work, gathering with friends or family to accompany leisure time on their own time.

The purpose of the Na'Ngeteh development plan is not only to sell products but to provide benefits to the community with the availability of employment opportunities so as to increase sales and channel community human resources to be efficient and effective. On the other hand, the existence of Na'Ngeteh is expected to contribute to sustaining regional income, especially the income of people from the lower middle economy.

Keywords: Tea, Beverages, Products, MSMEs, Entrepreneurship