

## LAMPIRAN

### KUESIONER MOODBOOSTER

Berikut ini adalah kuesioner yang meneliti tentang “ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA USAHA COLD PRESSED JUICE “MOODBOOSTER”. Oleh karena itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu, Saudara/Saudari untuk dapat mengisi kuesioner di bawah ini. Segala data yang terkumpul akan bersifat umum sebagai hasil analisis yang dijamin kerahasiaannya. Atas partisipasi dalam pengisian kuesioner dari Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, saya ucapkan terimakasih.

### IDENTITAS RESPONDEN:

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat Email :

### PETUNJUK PENGISIAN:

- Bapak/Ibu, Saudara/Saudari silahkan dapat mengisi kuesioner sesuai dengan instruksi, pada **pertanyaan bagian 1** silahkan mengisi dengan memberi tanda (V) pada kolom SS/S/N/TS/STS yang dianggap paling tepat.
- Pada **pertanyaan bagian 2** silahkan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari menjawab pertanyaan pada kolom jawaban yang telah tersedia.
- Mohon Bapak/Ibu, Saudara/Saudari untuk menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan.
- Atas partisipasi dalam melancarkan penelitian ini saya ucapkan banyak terimakasih.

**PERTANYAAN:***Pertanyaan bagian 1***Tabel 22. Kuesioner**

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	<b>KEKUATAN:</b>					
1.	Komposisi setiap varian MoodBooster berbeda dengan produk pesaing					
2.	MoodBooster menggunakan bahan-bahan yang berkualitas					
3.	Harga produk masih terjangkau dari harga pesaing					
	<b>KELEMAHAN:</b>					
4.	Sistem pemasaran MoodBooster belum maksimal					
5.	Produk monoton					
6.	Produk MoodBooster masih belum dikenal masyarakat luas karena masih merupakan bisnis baru					
	<b>PELUANG:</b>					
7.	Konsumen semakin sadar untuk mengelola gaya hidup sehat dengan mengkonsumsi <i>cold pressed juice</i>					
8.	Dapat menjadi alternatif dalam mengkonsumsi buah dan sayur bagi yang tidak suka makan buah dan sayur					
9.	Pasarnya lebih luas dan terbuka					

	<b>ANCAMAN:</b>					
10.	Banyaknya kedai <i>cold pressed juice</i> yang bermunculan					
11.	Produk mudah di tiru oleh pesaing					
12.	Produk kalah dengan produk pesaing yang lebih unggul					

Sumber : data dikelola, 2021

### ***Pertanyaan bagian 2***

Menurut Kotler (2009:166) perilaku konsumen merupakan tindakan seseorang dalam memilih, membeli dan menggunakan barang untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. (jurnal penelitian, tahun 2012/2013).

#### Pertanyaan:

13. Mengapa anda tertarik dengan produk *cold pressed juice* MoodBooster?
14. Apakah ada produk *cold pressed juice* sejenis yang anda ketahui? (**Jika ada, sebutkan produknya**)
15. Menurut anda bagaimana produk *cold pressed juice* MoodBooster dapat mengatasi kelemahannya? (contoh jawaban: dengan memperbaiki sistem pemasaran, dengan membuat inovasi baru, **Jawaban minimal 3**)
16. Menurut anda apakah *cold pressed juice* MoodBooster merupakan produk yang layak di konsumsi? (**jika iya, apa alasan anda, minimal 2 alasan**)

Menurut Kotler (1997:93) Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dalam setiap unit bisnis guna mencapai target sasaran pemasaran.

#### Pertanyaan:

17. Menurut anda siapa sajakah target pasar yang dapat mengkonsumsi produk *cold pressed juice* MoodBooster? (contoh jawaban: semua orang dari semua kalangan, **jawaban minimal 3**)

18. Menurut anda apakah tepat bila produk *cold pressed juice* MoodBooster di pasarkan di tempat-tempat olahraga seperti tempat gym, fitness dan lain sebagainya? **(Jika iya, apa alasan anda, minimal 2 alasan)**
19. Sistem pemasaran seperti apa yang cocok untuk produk *cold pressed juice* MoodBooster? (contoh jawaban: *branding* melalui media sosial, menitipkan produk ke market atau sebagainya, **jawaban minimal 3**)
20. Menurut anda hal apa yang perlu di tingkatkan pada produk *cold pressed juice* MoodBooster? (contoh jawaban: sistem pemasarannya, pelayanannya, kualitasnya, **jawaban minimal 3**)

#### **KUESIONER MOODBOOSTER (Untuk Owner/Pemilik)**

1. Menurut anda apakah yang menjadi kekuatan dari produk *cold pressed juice* MoodBooster?  
Jawab:
  - Memiliki rasa yang yang konsisten, enak, dan berkhasiat
  - *Cold Pressed Juice* yang dibuat tanpa pengawet, tanpa gula dan air
  - Menggunakan bahan yang berkualitas
2. Menurut anda apakah yang menjadi kelemahan dari produk *cold pressed juice* MoodBooster?  
Jawab:
  - Harga premium, tidak punya outlet, PO
  - Produk tidak tahan lama, pasar belum luas
  - Belum di kenal banyak orang
3. Menurut anda apakah yang menjadi peluang atau kesempatan yang dimiliki oleh produk *cold pressed juice* moodBooster?  
Jawab:
  - Konsistensi rasa
  - Bisa menjadi bisnis di masa pandemi
  - Memiliki pasar yang luas jika di pasarkan dengan tepat
4. Menurut anda apakah yang menjadi ancaman yang dihadapi oleh produk *cold pressed juice* Moodbooster?

Jawab:

- Adanya pesaing
- Pesaing yang menciptakan produk serupa
- Persaingan, tidak adanya tambahan varian dalam produk

### **KUESIONER (Untuk Kompetitor)**

#### **- PARADISE JUICE**

1. Menurut anda apakah yang menjadi kelebihan dan keunggulan dari Paradise Juice?

Jawab:

- Punya stand, tempat strategis, instagramable, bisa order lewat gojek atau grab, menyediakan promo pada hari sabtu dan minggu
2. Menurut anda siapa sajakah target pasar dari Paradise Juice?

Jawab:

- Remaja, Orang tua
3. Menurut anda hal apakah yang membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan membeli produk dari Paradise Juice?

Jawab:

- Tempatnya nyaman, produknya enak
4. Menurut anda apakah yang menjadi keunggulan Paradise Juice dari produk pesaing?

Jawab:

- Di tempat juice lain hanya menyediakan juice saja kalau di paradise menyediakan juice, cold pressed juice, buah potong dan snack seperti french

### RESPONDEN MOODBOOSTER:

Dalam penelitian ini target responden yang dituju oleh MoodBooster adalah orang-orang yang sudah pernah mencoba produk *cold pressed juice* MoodBooster dengan responden sebanyak 30 responden. Berikut data responden yang telah mengisi kuesioner MoodBooster.

**Tabel 23. Responden**

No	Nama	Email	Umur	Jenis Kelamin
1	Elwin Kristiyan	<a href="mailto:elwinkristiyan19@gmail.com">elwinkristiyan19@gmail.com</a>	21	Perempuan
2	Agatha Silviana Putri	<a href="mailto:agathasilviana@gmail.com">agathasilviana@gmail.com</a>	22	Perempuan
3	Bobi	<a href="mailto:bobiaj123@gmail.com">bobiaj123@gmail.com</a>	22	Laki-Laki
4	Megumi Rachel L	<a href="mailto:rachellaticia@gmail.com">rachellaticia@gmail.com</a>	17	Perempuan
5	Gusvinanda Ellya R	<a href="mailto:gusvinandaellyaruswati@gmail.com">gusvinandaellyaruswati@gmail.com</a>	21	Perempuan
6	Ivan Toto Rifyantoro	<a href="mailto:ivantoto990@gmail.com">ivantoto990@gmail.com</a>	18	Laki-Laki
7	Wanda Swantini	<a href="mailto:wandaswantini9b32@gmail.com">wandaswantini9b32@gmail.com</a>	22	Perempuan
8	Bonifasius Diega	<a href="mailto:diegamigo27@gmail.com">diegamigo27@gmail.com</a>	21	Laki-laki
9	Dany Yusda Utama	<a href="mailto:yusdadany@gmail.com">yusdadany@gmail.com</a>	21	Laki-laki
10	Meita	<a href="mailto:hartitimeitasari@gmail.com">hartitimeitasari@gmail.com</a>	30	Perempuan
11	Nicholas Andrew	<a href="mailto:nicholasandrewsugiharto27@gmail.com">nicholasandrewsugiharto27@gmail.com</a>	23	Laki-laki
12	Reyhan Nuriman	<a href="mailto:reyhannuriman@gmail.com">reyhannuriman@gmail.com</a>	22	Laki-laki
13	Rully Nurardiansyah	<a href="mailto:rullynurardian1@gmail.com">rullynurardian1@gmail.com</a>	23	Laki-Laki
14	Abigail Ika	<a href="mailto:abigail.alh@gmail.com">abigail.alh@gmail.com</a>	28	Perempuan
15	Ignatius David	<a href="mailto:ignatiusdavid3567@gmail.com">ignatiusdavid3567@gmail.com</a>	27	Laki-laki
16	Dudung	<a href="mailto:ududu@gmail.com">ududu@gmail.com</a>	18	Laki-laki
17	Abraham Setiawan	<a href="mailto:abrahamsetiawan363@gmail.com">abrahamsetiawan363@gmail.com</a>	23	Laki-laki
18	Prastiwi Kurniasih	<a href="mailto:17d10101@student.unika.ac.id">17d10101@student.unika.ac.id</a>	22	Perempuan
19	Dynar Nirwana	<a href="mailto:dynarlovenia@gmail.com">dynarlovenia@gmail.com</a>	22	Perempuan
20	Khristyson	<a href="mailto:sfkbelajarpython@gmail.com">sfkbelajarpython@gmail.com</a>	17	Laki-laki
21	Karsejuma	<a href="mailto:karsejumakalteng01@gmail.com">karsejumakalteng01@gmail.com</a>	22	Laki-laki

22	Shafara Evelangelyn	<a href="mailto:17d10201@student.unika.ac.id">17d10201@student.unika.ac.id</a>	22	Perempuan
23	Meris	<a href="mailto:alfameris@gmail.com">alfameris@gmail.com</a>	25	Perempuan
24	Wahyu	<a href="mailto:wahyuamien25@gmail.com">wahyuamien25@gmail.com</a>	22	Laki-laki
25	Ratri	<a href="mailto:ratrilubringpangestu@gmail.com">ratrilubringpangestu@gmail.com</a>	21	Perempuan
26	Abil Brilliant	<a href="mailto:abilbriliant15@gmail.com">abilbriliant15@gmail.com</a>	21	Laki-laki
27	Welly	<a href="mailto:wellypcc@gmail.com">wellypcc@gmail.com</a>	25	Laki-laki
28	Febrian	<a href="mailto:mrweee17@gmail.com">mrweee17@gmail.com</a>	28	Laki-laki
29	Samuel	<a href="mailto:samuelfebriaryk@gmail.com">samuelfebriaryk@gmail.com</a>	35	Laki-laki
30	Nadia	<a href="mailto:nadianurwidanti1999@gmail.com">nadianurwidanti1999@gmail.com</a>	20	Perempuan

Sumber : data dikelola, 2021

### JAWABAN PARA RESPONDEN:

#### *Pertanyaan bagian 1*

**Tabel 24. Hasil Kuesioner**

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	<b>KEKUATAN:</b>					
1.	Komposisi setiap varian MoodBooster berbeda dengan produk pesaing	9	17	4	0	0
2.	MoodBooster menggunakan bahan-bahan yang berkualitas	13	16	0	0	1
3.	Harga produk masih terjangkau dari harga pesaing	12	6	11	0	1
	<b>KELEMAHAN:</b>					
4.	Sistem pemasaran MoodBooster belum maksimal	5	5	14	6	0
5.	Produk monoton	2	4	9	13	2
6.	Produk MoodBooster masih belum dikenal masyarakat luas karena masih	6	15	7	2	0

	merupakan bisnis baru					
	<b>PELUANG:</b>					
7.	Konsumen semakin sadar untuk mengelola gaya hidup sehat dengan mengkonsumsi <i>cold pressed juice</i> .	11	16	4	0	0
8.	Dapat menjadi alternatif dalam mengkonsumsi buah dan sayur bagi yang tidak suka makan buah dan sayur.	12	16	2	0	0
9.	Pasarnya lebih luas dan terbuka	13	13	3	0	1
	<b>ANCAMAN:</b>					
10.	Banyaknya kedai <i>cold pressed juice</i> yang bermunculan	11	8	7	3	1
11.	Produk mudah di tiru oleh pesaing	6	14	7	2	1
12.	Produk kalah dengan produk pesaing yang lebih unggul	6	10	10	3	1

Sumber : data dikelola, 2021

### ***Pertanyaan bagian 2***

Menurut Kotler (2009:166) perilaku konsumen merupakan tindakan seseorang dalam memilih, membeli dan menggunakan barang untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. (jurnal penelitian, tahun 2012/2013).

#### Pertanyaan:

13. Mengapa anda tertarik dengan produk *cold pressed juice* MoodBooster?

Jawaban para responden:

25 dari 30 responden menjawab bahwa mereka tertarik dengan produk *cold pressed juice* MoodBooster karena memiliki rasa yang enak, terbuat dari buah dan sayur asli tanpa pengawet dan dapat menyegarkan serta menyehatkan tubuh.



- Karena terbuat dari bahan-bahan alami (buah dan sayur), tanpa bahan pengawet
- Karena menyegarkan tubuh
- Enak, murah, bermanfaat
- Minuman kesehatan
- Karena produk yang berbeda dengan produk lain yang ada di pasaran
- Karena terbuat dari buah asli,tanpa gula dan air,mengandung banyak vitamin baik untuk tubuh
- Sehat segar
- Menyehatkan
- Manfaatnya bagi kesehatan tubuh saya
- Ingin mencoba hal baru
- Harga yang terjangkau, rasa bervariasi
- Suka dengan sari buah asli
- Minuman sehat untuk tubuh
- Rasanya enak
- Healthy lifestyle
- Berbeda
- Karena saya suka minuman buah yang sehat
- Bahan-bahan segar dan sehat, salah satu yang dibutuhkan untuk kondisi saat ini (pandemic)
- Karena berguna bagi tubuh dan sangat menyegarkan ketika di konsumsi
- Menarik untuk di coba karna dari buah jus murni
- Ingin mencoba
- Cold pressed juice merupakan teknik/ cara untuk mendapatkan nutrisi dari sayur buah dengan perasan bertekanan tinggi (pressed) dan sangat minimal menghasilkan panas seperti blender atau metode jus lainnya sehingga vitamin dan mineral yang dihasilkan tetap terjaga, hal ini membuat saya tertarik untuk mencoba merasakan kualitas vitamin dan nutrisi yang masih terjaga ini.
- Menurutku, mungkin lebih sehat untuk di konsumsi

- Merupakan suatu perkembangan dunia gizi terutama untuk menghasilkan suatu produk minuman dengan menjaga kualitas kadar vitamin beserta nutrisi didalamnya. Rasa ketertarikan untuk mencoba menjadi dasar merasakan sensasi kesegaran dari vitamin dan nutrisi murni dari buah atau sayur yang masih terjaga.
- Ingin mencoba minuman dengan varian campuran buah yang menyegarkan. Ketika mencoba ternyata memang segar seperti sari buah murni dan nyaman bagi tubuh.
- Karena penamaan varian rasa yang unik
- Baru pertama menemukan *cold pressed juice* yg memiliki kombinasi buah di tiap variannya
- Karena minuman ini berbeda dari yang lainnya
- MoodBooster merupakan salah satu produk baru

14. Apakah ada produk *cold pressed juice* sejenis yang anda ketahui? (**Jika ada, sebutkan produknya**)

Jawaban para responden:

19 dari 30 responden menjawab bahwa terdapat produk sejenis yang di pasarkan, tetapi 11 dari 30 responden menjawab belum ada produk sejenis dan beberapa responden menjawab nama kompetitor yang sama yang berada di luar Semarang. Maka peneliti menyimpulkan bahwa produk *cold pressed juice* MoodBooster memiliki beberapa kompetitor tetapi tidak terlalu banyak kompetitor dalam persaingan produknya.

- Ada, Re.juve, Maple
- Tidak
- Belum ada
- Ada, Moodboster
- Rejuve
- Rejuve
- Sejauh ini tidak ada
- Sejauh ini belum
- Maybe tidak

- Buavita
- Sejauh ini belum ada
- Ada, healthy
- Ada, seperti jus<sup>2</sup> buah pada lainnya. Namun untuk packing produknya lebih berkreatif
- Ada, buavita
- Tidak ada
- Smooly
- Ada (homjuice, fruters station, dll)
- Untuk saat ini belum
- Tidak
- Ada, belum ada nama pasarnya karena milik pribadi
- Sejatinya banyak minuman produk dari *cold pressed juice*, akan tetapi khusus untuk sayur dan buah memang masih belum banyak segmen pasar yang meminati. Namun demikian seiring dengan perubahan pola hidup masyarakat Indonesia saat ini, menyadari akan pentingnya kesehatan dan menjaga kondisi tubuh maka mulai banyak produk *cold pressed juice*. contoh produknya adalah Frutamix. (Buah yg digunakan jeruk, kunyit, nanas)
- Ya ada, smooly
- Tentunya sudah ada dipasaran tentang produk sejenis, karena pengadaan alat dari *cold pressed juice* sebagai media produksinya cukup mudah dan banyak ditemukan di pasar era saat ini. Contoh produk lain seperti Ragawi (dengan komposisi sayur dan tanaman herbal) memiliki segmentasi untuk pengiat jamu.
- Sebelumnya tidak ada / belum tau tentang produk jenis ini merk lainnya. Apakah produk ini sama seperti juice, ternyata berbeda lebih segar dan menyehatkan tentunya.
- Tidak ada
- Smooly Juice
- Home juice : Orange series

15. Menurut anda bagaimana produk *cold pressed juice* MoodBooster dapat mengatasi kelemahannya? (contoh jawaban: dengan memperbaiki sistem pemasaran, dengan membuat inovasi baru, **Jawaban minimal 3**)

Jawaban para responden:

29 dari 30 responden menjawab bahwa untuk mengatasi kelemahan yang ada pada produk *cold pressed juice* MoodBooster adalah dengan memperbaiki sistem pemasarannya dengan mempromosikan di sosial media, memberikan promosi, berinovasi dan memperbaiki kemasan.

- Dengan memperbaiki sistem pemasarannya agar masyarakat lebih mengenal, tetap menjaga kualitas produk, harga tetap terjangkau, di tambah varian rasanya (mix buah dan sayur)
- Membuat desain model pasaran yang menarik, varian inovasi baru, pengemasan atau diskon beli 2 gratis 1
- Berinovasi, memasarkan lebih luas, media sosial yang banyak
- dengan mengevaluasi kelemahan yg dimiliki, memperbanyak promosi, menambah kualitas produk
- Membuat inovasi rasa baru, Update sistem pemasaran, Tingkatkan efisiensi produksi
- Menambah varian produk -Memperluas pemasaran -Sering open po/ready
- Endorse
- Membuat inovasi baru
- Harganya lebih terjangkau lagi, rasanya bisa ditambah, kemasan bisa dibuat unik
- Membuat inovasi baru, lebih awet dan lebih menarik
- 1. Produk bisa lebih dikomersialkan dibanyak media massa/event tertentu 2. Saran inovasi lebih ke desain produk yang perlu ditingkatkan terlebih ada rencana menjadikan produk ini sebagai hampers 3. Sediakan waktu/periode tertentu untuk promosi harga
- Pemasaran lebih meluas bisa memaksimalkan sosmed, konsen ke produk, menggali manfaat lebih dalam dari komposisi produk

- Mungkin hanya dengan di bagian pemasarannya saja yang harus diperbaiki
- Membuat inovasi baru, memperbaiki inovasi baru, memaksimalkan sasaran produk ingin mengarah ke siapa
- Memperluas jaringan
- Memperluas pemasaran, kemasan/tampilan diperbaharui, promosi
- Menambah inovasi atau varian rasa baru
- Membuat inovasi menu lain, memperbaiki sistem pemasaran, dan template pengiklanan yang lebih menarik
- Inovasi varian makin di perbanyak, pengiklanan makin di perluasan
- Memperbaiki sistem pemasaran online nya dan menambah varian nya
- Membuat inovasi baru, tentukan target pemasaran, lebih variatif dalam mempromosikan produk
- Karena produk ini mengangkat tentang pentingnya kandungan nutrisi dalam sebuah minuman siap saji, maka diharapkan penjelasan tentang nutrisi yang terkandung perlu untuk di highlight. Dalam pemasaran pengetahuan konsumen akan produk yang akan dibeli sangat menentukan seberapa laku nantinya produk tersebut jika dipasarkan pada dunia industri skala mikro atau makro. Sehingga diharapkan dengan sistem pemasaran yang seperti itu dapat meningkatkan minat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan nutrisi dalam tubuhnya dalam rangka menjaga kesehatan tubuhnya.
- Pemasarannya lebih luas, membuat inovasi baru, mempromosikan dengan lebih kreatif lagi
- Dengan memberikan kemudahan konsumen dalam membaca atau mengetahui informasi yang dapat menjadi acuan perbandingan. Sehingga diharapkan membuat konsumen tertarik untuk mencoba produk *cold pressed juice* MoodBooster.
- Sudah baik dalam hal pemasarannya, jika perlu ada inovasi baru mungkin campuran buah yang menyegarkan akan semakin banyak yang meminati.

- Dengan mengembangkan sistem pemasaran, dengan mempromosikan dikalangan yang menjadi target pemasaran, dengan membuat inovasi baru dalam sebuah minuman jus, contohnya : menambah varian rasa dengan membuat survei dikalangan masyarakat, yaitu varian rasa seperti apa yang diminati oleh masyarakat.
- Menurunkan harga pasar, melakukan promosi, dibuat awet
- Menambah inovasi rasa , mengupgrade desain / botol , meluaskan sistem pemasaran
- Dengan mengembangkan teknik marketing di ranah digital, mengembangkan produk agar dapat tanah lebih lama (1-2 day) ketika tidak disimpan di luar ruangan dan bangun relasi dengan memberikan apa yang dibutuhkan konsumen dengan edukasi melalui media sosial.

16. Menurut anda apakah *cold pressed juice* MoodBooster merupakan produk yang layak di konsumsi? **(jika iya, apa alasan anda, minimal 2 alasan)**

Jawaban para responden:

29 dari 30 responden menjawab bahwa produk *cold pressed juice* MoodBooster layak untuk di konsumsi, karena produk ini sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh

- Iya, karena *cold pressed juice* MoodBooster terbuat dari buah dan sayuran pilihan tanpa bahan pengawet sehingga bisa di konsumsi mulai dari anak-anak hingga org dewasa, mengandung berbagai manfaat dalam setiap varian rasanya yg di butuhkan tubuh, harga yg masih terjangkau
- Iya, karena menyehatkan, dan menyegarkan Tubuh
- Karena memiliki manfaat bagi kesehatan
- Minuman kesehatan, memiliki berbagai manfaat
- Moodbooster layak dikonsumsi karena menyehatkan dan enak
- Iya -karena terbuat dari buah asli tanpa air dan gula(cocok sekali untuk org diet/yang sedang mengurangi gula) -banyak vitamin baik untuk imunitas tubuh
- Sangat layak, karena menyehatkan
- Iya. Menyehatkan dan bermanfaat

- Layak. Jus buah yang enak dan sehat
- Layak, karena semua butuh mencoba hal baru untuk tau rasanya
- 1. Bahan-bahan alami 2. Tidak mengandung bahan berbahaya
- Ya, alami, enak
- Iya layak. Sehat untuk kesegaran tubuh keperluan nutrisi akan tubuh
- Layak, karena enak dan juga sehat
- Iya, saya butuh yg healthy, dan praktis
- Iya, usaha yg menjanjikan dan bermanfaat bagi kesehatan tubuh
- Ya layak.. karena minumannya enak dan segar.. serta memang terbuat dr buah asli tanpa pemanis atau bahan pengawet.. jafi tidak hanya menyegarkan tetapi juga menyehatkan
- Layak dikonsumsi, rasanya enak, dan aman
- Iya, karena ketika saya mengkonsumsinya mengembalikan performa tubuh, mengembalikan tubuh dr rasa lelah.
- Layak, bergizi dan enak
- Layak, produk aman untuk dikonsumsi
- Sesuai dengan definisi di awal, minuman ini sangat layak untuk dikonsumsi oleh tubuh. Kandungan nutrisi dan vitamin pada buah yang terjaga kesegarannya perlu untuk mengisi bagian dari tubuh kita. Yang menjadi titik perhatian adalah dalam konsumsi tersebut juga memperhitungkan masa waktu produksinya ( baik digunakan sebelum, proses pembuatannya yg higienis, dsb) . Seperti contoh misalnya kebutuhan vitamin C pada Tubuh kita, perlu diketahui kapasitas waktu vitamin C terbaik dalam cold pressed juice adalah berapa hari dalam kemasan. Kemudian waktu tekstur atau serat terbaik dalam cold pressed juice , dsb,.
- Menurut saya YA, karena sehat untuk di konsumsi tubuh dan bergizi
- Ya tentu layak, Sayur dan Buah merupakan suatu unsur yang sangat diperlukan tubuh. Dari beberapa kandungan dalam tubuh, vitamin dan nutrisi sangat diperlukan untuk menjaga metabolisme tubuh. Menjaga kesehatan dengan cara meminum suatu produk atau memakan dengan

cara yang enak dan sehat merupakan opsi yang paling banyak diminati oleh orang-orang.

- Ya tentu layak, karena menyegarkan dan berasal dari buah yang fresh , proses produksi tanpa pengawet, jadi memang benar-benar memiliki waktu tunggu sebelum minum yang terbatas.
- Iya, karena sehat, dan merupakan produk yang dapat diterima dikalangan apa saja
- Layak, karena terbuat dari bahan alami dan aman bagi kesehatan
- Iyaa, karena ini minuman sehat serta layak dikonsumsi tidak menimbulkan efek samping .
- Ya, karena selain sebagai minuman penghilang dahaga, MoodBooster juga memiliki beberapa manfaat disetiap varian nya. komposisi yang dipakai juga sudah pasti terjamin.

Menurut Kotler (1997:93) Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dalam setiap unit bisnis guna mencapai target sasaran pemasaran.

Pertanyaan:

17. Menurut anda siapa sajakah target pasar yang dapat mengkonsumsi produk *cold pressed juice* MoodBooster? (contoh jawaban: semua orang dari semua kalangan, **jawaban minimal 3**)

Jawaban para responden:

30 responden menjawab bahwa target pasar yang dapat mengkonsumsi produk *cold pressed juice* MoodBooster adalah semua orang dari anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua dan orang-orang yang bekerja di bidang apapun itu dan masyarakat yang *aware* terhadap kesehatan tubuhnya.

- Anak-anak, orang dewasa yang terlalu sibuk sehingga susah menjaga pola makannya mungkin bisa mengkonsumsi juice moodbooster ini yang praktis di bawa kemana-mana, orang-orang yang tidak suka makan buah ataupun sayur mungkin dengan varian rasa yang bisa di kreasi lagi bisa membuat mereka tertarik untuk mencoba mengkonsumsi juice moodbooster tersebut.



- Semua kalangan , anak muda, karyawan kantoran
- Semua kalangan, anak anak hingga dewasa
- Semua kalangan dari berbagai latar belakang
- *Cold pressed juice* ini cocok untuk anak anak, remaja dan orang tua
- Anak-anak,remaja,orang tua
- Orang dewasa, remaja, lansia
- Semua kalangan , anak anak dewasa lansia
- Anak anak, kaum muda, orang tua
- Pelaku olahraga, orang tua
- Karena bisa dijadikan sebagai minuman kesehatan saya rasa bisa dipasarkan ke segala usia
- Pegawai kantoran, orang dengan program healthy, pekerja lapangan, konten creator
- Semua kalangan
- Semua kalangan baik anak-anak, mahasiswa, orang tua
- Pekerja, mahasiswa, fresh graduate
- Anak-anak, remaja, dewasa
- Mahasiswa/pelajar, Ibu rumah tangga, Orang2 yang sedang melakukan program diet
- Semua orang dari berbagai kalangan
- Semua kalangan, orang2 yg malas dgn ribetnya dgn memakan buah.
- Semua kalangan
- Anak diatas 2th, remaja, lansia
- Target pasar merupakan sasaran untuk produk ini nantinya dapat diterima. Tentunya seseorang akan mencoba minuman cold pressed juice berarti ingin hidup sehat, menjaga kondisi tubuhnya dalam kondisi sehat atau prima, dan dalam misi diet atau detox. Sehingga semua orang dari kalangan anak-anak (kecuali balita) sampai dengan dewasa bisa menjadi target pasar dari produk ini.
- Orang tua, anak-anak,remaja,pemuda,semuanya

- Rekomendasi minuman menyehatkan ini cocok untuk orang-orang yang memiliki keinginan menjaga tubuh agar tetap dalam kondisi sehat. Melalui cara pemasaran, pengemasan dari produk *cold pressed juice* MoodBooster tepat untuk anak-anak muda, atau orang-orang yang menjaga konsumsi sehariannya dengan asupan gizi yang ideal.
- Produk minuman ini sangat cocok untuk orang-orang pada masa pertumbuhan artinya pada masa remaja dan produktif sangat cocok. Selain itu untuk orang-orang yang tidak mempunyai sakit bawaan terhadap gula / diabetes , asam lambung , dapat mencobanya dengan memperhatikan tingkat kadar kemanisan atau keasaman dari produk cold pressed juice MoodBooster yang dipilih.
- Kalangan anak-anak remaja, kalangan pemuda, dan kalangan orang tua juga dapat menjadi target pasar
  - Mahasiswa, Anak2, lanjut usia
  - Anakanak muda , orang tua , anak kecil yg sudah berusia 10 tahun
  - MoodBooster dapat dikonsumsi di semua kalangan usia > 1 tahun, tapi dengan varian dan manfaat yang terkandung didalamnya, produk ini lebih cocok untuk orang tua yang mulai mengeluhkan sakit. dan produk ini juga dapat dipasarkan di kalangan anak-anak muda.

18. Menurut anda apakah tepat bila produk *cold pressed juice* MoodBooster di pasarkan di tempat-tempat olahraga seperti tempat gym, fitness dan lain sebagainya? **(Jika iya, apa alasan anda, minimal 2 alasan)**

Jawaban para responden:

Para responden menjawab bahwa produk *cold pressed juice* MoodBooster sangat tepat dan cocok untuk di pasarkan di tempat gym, fitness dan tempat olahraga lain sebagainya.

- Iya, buat orang2 yang suka berolahraga pasti mereka menjaga pola makan untuk kesehatan tubuhnya produk *cold pressed juice* Moodbooster ini cocok untuk di konsumsi terlebih untuk orang2 yg sedang diet, setelah berolahraga banyak orang yg memilih untuk minum

jus buah dan sayur selain air putih ketimbang mereka meminum kopi, teh, soda, atau minuman lainnya.

- Iya, karena dapat mengembalikan ion tubuh yang hilang, memberikan nutrisi dengan cepat setelah vitamin dalam tubuh digunakan
- Karena moodbooster merupakan minuman kesehatan
- karena dapat menjadi alternatif minuman kesehatan saat berolahraga.
- Iyaaa karena ditempat tempat tersebut memiliki pangsa pasar dan sesuai dengan tema moodbooster
- iyaaa -karna disana pasti banyak orang yang sedang menjaga pola makan jadi cocok -karna di tempat seperti itu kebanyakan orang mrrngonsumsi buah atau menghindari gula,jadi moodbooster sangat cocok
- Iya, karena orang- orang ditempat olahraga sadar akan pentingnya kesehatan, dan produk tersebut sangat cocok.
- Iya. Menambah stamina dan kebugaran
- Tepat. Untuk memberikan manfaat ekstra lagi bagi tubuh terutama dalam hal vitamin
- Iyaa karena cocok
- Sangat tepat.. potensinya juga bisa dari tempat-tempat tersebut
- Yap, meningkatkan gaya hidup sehat, kembali ke produk asli
- Olahraga fitness
- Tepat, karena bisa mengatasi rasa haus setelah olahraga, dan juga sehat untuk tubuh
- Iya, cocok untuk ditaruh ditempat seperti itu
- tepat, karena 1. memiliki kandungan vit. yg banyak 2. merupakan amunisi bagi tubuh
- Ya, karena ini minuman sehat, mungkin akan lebih banyak peminat jika dijual pada tempat yg tepat namun tidak menutup kemungkinan jika ingin dijual kepada masyarakat umum
- iya, karena merupakan minuman sehat dan tempat-tempat tersebut tepat
- Iya, karena mempermudah di konsumsi kala berolahraga.

- Iya, karna minuman sehat untuk orang yang berperilaku sehat
- Iya, untuk menghilangkan dahaga dan mensupport progam kesehatan yg dijalani
- Tepat, sesuai dengan unsur yang terkandung pada produk cold pressed juice, kandungan vitamin dan nutrisi dapat menjadi pengganti ion tubuh dan memberikan energi tambahan, mengontrol proses metabolisme tubuh. Sehingga diharapkan dapat mudah terserap tubuh, kandungan hormon-hormon dalam tubuh dapat menjadi seimbang. Namun demikian juga perlu dicobakan seperti minuman sampel ke tempat-tempat yang belum pernah megetahui tentang produk ini.
- Tepat saja, karena minuman yang baik untuk di konsumsi dan bergizi
- Ya cocok, selain cepat mengganti cairan tubuh, sehingga tidak terasa dehidrasi. Produk ini ternyata menyehatkan dan tidak terdapat efek samping setelah diminum.
- Tepat , sebagai penghilang haus sementara itu vitamin dan kandungan pada produk cold pressed juice MoodBooster cocok diminum dingin sehingga cukup pas.
- kurang tepat, karena biasanya tempat gym dan fitness memiliki tempat penjualan produk minuman sendiri
- Layak, karena stlh or saya juga minum jus
- Mungkin bisa , karena ini juga minuman buah akan tetapi jika di jual di gym / fitnes harus memperhatikan kandungan , komposisi dan sudah halah / bpom
- ya, karena dibalik kemasannya yang praktis sehingga dapat dibawa kemana pun serta pengolahan nya yang memakai alah khusus membuat nutrisi, vitamin, mineral, dan enzim yang ada di dalamnya tetap terjaga dapat sehingga membantu metabolisme tubuh setelah melakukan aktivitas terutama di tempat2 gym dan fitnes.

19. Sistem pemasaran seperti apa yang cocok untuk produk *cold pressed juice* MoodBooster? (contoh jawaban: *branding* melalui media sosial, menitipkan produk ke market atau sebagainya, **jawaban minimal 3**)

Jawaban para responden:

30 responden menyatakan bahwa sosial media sangat cocok untuk menjadi media promosi dari produk *cold pressed juice* MoodBooster, selain itu memitipkan di tempat olahraga juga dapat menjadi target promosi produk *cold pressed juice* MoodBooster.

- Melalui media sosial (WA, IG, FB), menitipkan ke tempat-tempat yang biasa buat tongkrong anak2 muda (cafe, kedai, rumah mkn yg mrka tdk memproduksi minuman tersebut / menjadi mitra kerja), jika ada event2 kuliner mungkin bisa membuka lapak untuk cold pressed juice moodbooster.
- Branding sosmed, disediakan sampel/ promosi, di titipkan di kantin
- Branding, buka stand
- melalui medsos, membuka outlet
- Titipkan produk Buka stand di tempat fitnes dll Expand pemasaran melalui medsos
- sosial media -ke market -membuka kios kecil
- Endorse, jangan dititipin karna produk tidak tahan lama karena tidak mengandung pengawet, jadi jika ingin menitipkan ke market sebaiknya open PO terlebih dahulu
- Promosi medsos, bazar
- Titip di tempat gym, sosial media, buka toko sendiri
- Kemasan lebih menarik
- 1. Iklan ke media sosial 2. Online 3. Bisa di titipkan ke toko-toko
- Sering posting sosmed, promosi di gym dll, bisa kerjasama dgn hotel ato minimarket
- Branding. Penitipan produk ke market
- Branding melalui sosmed, menitipkan di market seperti tempat jual snack atau market lainnya, dan melakukan open PO untuk organisasi kampus yang sedang danusan
- Online to offline
- 1. Promosi/iklan 2. melalui teman 3. sosial media

- Medsos, lalu penjualan melalui gofood atau grab, menitipkan ke market
- medsos, menitipkan di market, cod
- Diiklankan di media sosial, di titipkan pd minimarket agar mudah di jangkau.
- Branding di sosial media dengan cara iklan dan endorse
- Melalui online shop, COD, tawarkan ke klinik kecacantikan
- Sejauh ini usaha yang dilakukan cukup baik, Branding pada media sosial dapat menaikkan elektabilitas suatu produk. Perlunya "tag name / logo / sesuatu yang khas" menjadi pembeda dapat menjadi daya tarik produk cold pressed juice MoodBooster. Dan karena minuman ini menunjukkan tingkat kandungan dan detail informasi vitamin serta dsb, maka perlu adanya data komposisi saji per 1 botolnya , kira-kira berapa kalori atau berapa nilai gizi yang di ada dalam 1 botol cold pressed juice MoodBooster.
- Di pasarkan melalu sosial media seperti instagram atau bisa dengan membuat website, mempromosikan lewat Whatsaap
- Menawarkan secara individual, atau menitipkan di market jika perlu ada tanggapan / testimony dari orang-orang yang pernah mencoba bisa juga dari publik figure daerah atau dari sosmed (Instagrammers, dsb).
- Mengenalannya pada suatu komunitas secara langsung, menampilkan keunggulan produk melalui media sosial , sedikit berinovasi dengan varian buahnya yg diapakai selain enak dan menyehatkan bagi tubuh mungkin.
- branding melalui sosial media, mencari partner sebagai reseller, branding secara langsung ke masyarakat
- SMM, PO, B2B, Direct Selling
- Melalui socmed , di market" (ada, indomaret , alfa ), membuka store / ruko
- branding media sosial, karena konsumen perlu mengenal apa yang ingin kita tawarkan. berikan manfaat dan kebutuhan yang dimiliki konsumen

untuk menawarkan produk anda. dan berikan edukasi mengenai manfaat produk anda.

20. Menurut anda hal apa yang perlu di tingkatkan pada produk *cold pressed juice* MoodBooster? (contoh jawaban: sistem pemasarannya, pelayanannya, kualitasnya, **jawaban minimal 3**)

Jawaban para responden:

Menurut 30 responden hal yang perlu ditingkatkan dalam produk *cold pressed juice* MoodBooster adalah sistem pemasarannya, inovasi produk, dan ketahanan produk.

- Sistem pemasarannya, varian rasanya, kualitasnya, harganya tetap terjangkau
- pelayanan, inovasi produk, pemasarannya
- Pemasaran, produksi, kualitas
- memperbaiki kualitasnya, memperbaiki promosi
- Sistem pemasaran Kualitas Harga
- pemasarannya, jadwal open po, perbanyak varian
- Pemasaran, dan varian rasanya ditambah yang banyak hehe
- Inovasi lebih kreatif
- Varian rasa, kemasan, sistem pemasaran
- Pelayanan harus lebih baik
- 1. Kualitas kemasan sudah baik dengan disegel rapi 2. Sistem pemasaran harus digiatkan kembali dengan cara-cara yang sudah disebutkan 3. Perlu diperbanyak lagi untuk variasi rasanya
- Desain, kualitas produk, komposisi untuk keawetan produk tp tetap tanpa pengawet
- Pelayanan
- Kualitas maybe em gatau lah
- Daya tahan produknya, pemasarannya, dan juga packaging seperti gambaran produk yang menarik
- Pemasarannya
- 1. pemasaran 2. masa konsumsi 3. ide baru

- Pemasaran, Variasi atau inovasi produk, kualitas
- kualitas dijaga, sistem pemasaran lebih dimatangkan, varian menu lebih banyak
- Sistem pemasaran makin di buat menarik, varian rasa dan ukuran bervariasi.
- Kemasan
- Kualitas, kuantitas, bukti keamanan produk,
- Tentunya segala bidang usaha tersebut (baik sistem pemasaran, pelayanan, kualitas, dan unsur-unsur yang lain) merupakan suatu strategi untuk mencapai target pasar yang di harapkan. Jika perlu ditingkatkan maka seluruh aspek perlu saling berkontribusi untuk meningkatkan target penjualan produk cold pressed juice MoodBooster. Misalnya dari segi pemasaran jika perlu dibuat Video produksi atau gamabran dari proses ke higienis-an produk tersebut, atau suatu uji pembanding dengan produk lain (produk x) dari segi kwaitas atau segi rasa , tekstur , dsb, dengan memperhatikan biaya produksinya tentunya.
- Lebih ke pemasaran nya di buat sekreatif mungkin agar bisa menarik pelanggan, kualitas juga perlu di tingkatkan,
- Tentunya jika kualitas produk sudah baik maka cara pemasarannya serta pelayanannya terhadap konsumen perlu didukung juga agar meningkatkan penjualan produk.
- Sudah cukup baik, tingkatkan dalam hal pelayanannya , dengan menjalin relasi dengan menanyakan perkembangan "before after" mengkonsumsi minuman ini dapat menjadi data masukan untuk berinovasi kedepannya.
- sistem pemasaran, fokus pada target audience/pasar yang ingin dijangkau, meningkatkan pelayanan, membuat sistem pre order bila perlu untuk sesekali supaya dapat dikenal oleh banyak orang.
- Pelayanan dan harga
- Rasaa yg disajikan , sistem preorder ,
- sistem pemasarannya yang masih belum menjangkau, serta ketahanan produk nya agar tidak cepat basi, dan sistem pemesanannya



## FOTO PRODUK *COLD PRESSED JUICE* “MOODBOOSTER”

### A) Varian Green Day



Gambar 3.3. Green Day

### B) Varian Dragon Fire

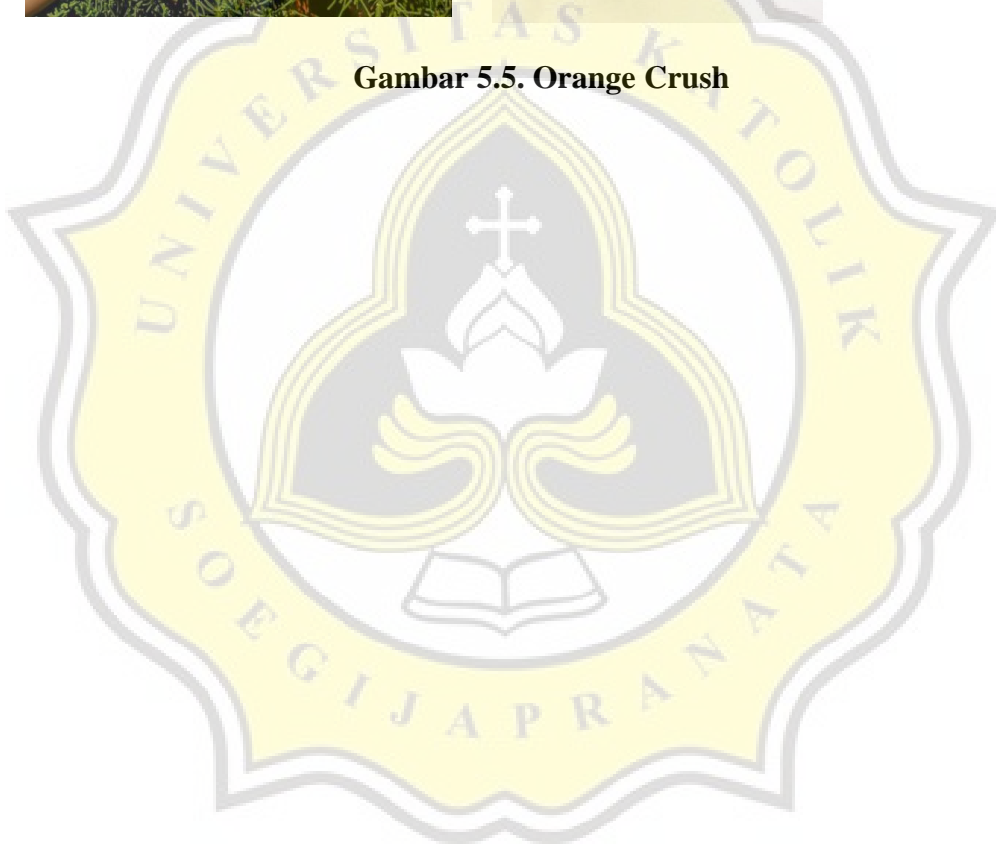


Gambar 4.4. Dragon Fire

### C) Varian Orange Crush



Gambar 5.5. Orange Crush

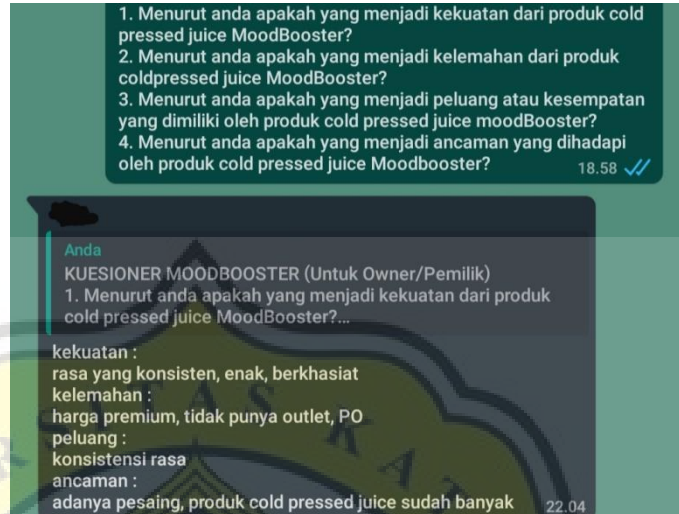




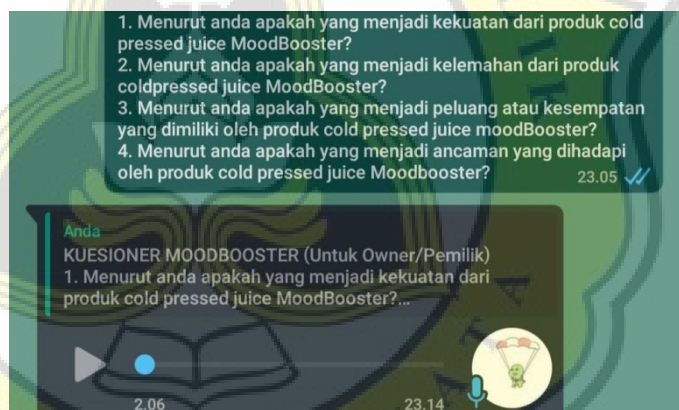
**Gambar 6.6. Dokumentasi Produk Terjual**

## LAMPIRAN BUKTI

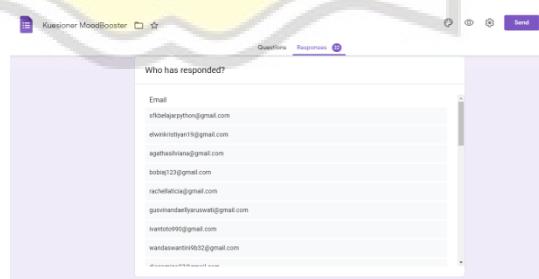
### 1. Gambar 7.7 bukti wawancara kepada pemilik melalui whatsapp



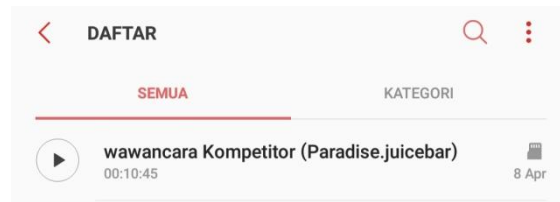
### 2. Gambar 8.8 bukti wawancara kepada pemilik melalui whatsapp



### 3. Gambar 9.9 bukti pengisian kuesioner



#### 4. Gambar 10.10 bukti rekaman wawancara dengan kompetitor



## PLAGIARISM


**PLAGIARISM CHECK.ORG**


**6.21%** PLAGIARISM APPROXIMATELY

**Report #14190753**

**BAB I PENDAHULUAN 1.1.** Latar Belakang Masalah MoodBooster merupakan salah satu usaha kecil yang sedang dirintis pada bulan November 2020 yang berada di Jalan Gedong Songo Timur IV no 11 Semarang yang memproduksi minuman cold pressed juice. Usaha ini dikelola oleh 3 orang mahasiswi Unika Soegijapranata yaitu Agatha, Elwin dan Yustikasari. Konsep produksi dari produk minuman yang dikeluarkan ini adalah minuman kesehatan yaitu cold pressed juice, dengan adanya minuman ini mendorong masyarakat agar dapat membangun hidup sehat dengan mengkonsumsi cold pressed juice. Penciptaan sebuah produk di sebuah bisnis tergolong memiliki peluang yang besar, khususnya pada produksi minuman dalam kemasan. Produksi minuman saat ini sedang menjadi trend didalam masyarakat. Banyak sekali kedai-kedai minuman yang dibuka untuk menjawab keinginan konsumen. Tetapi dengan mereka mengkonsumsi minuman cepat saji seperti kopi dan semacamnya membuat konsumen lupa akan kesehatannya. Apalagi dalam situasi saat ini mendorong masyarakat untuk hidup

---

REPORT	CHECKED	AUTHOR	PAGE
#141907536	DEC 2021, 7:45 PM	ANDRE KURNIAWAN	1 OF 69

**Gambar 11.11 Plagiarism**