



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Produk / Jasa yang Dihasilkan



Produk yang ditawarkan oleh Bakmi Ayam Resep Mamamerupakan barang fisik yang berwujud dan hanya bisa dikonsumsi sekali. Produk yang dijual oleh Bakmi Ayam Resep Mamaberupa bakmi yang memiliki tiga pilihan warna dan dua macam kuah.

Bakmi Ayam Resep Mamamenyediakan bakmi yang berbeda dari usaha bakmi lainnya yaitu dengan menggabungkan inspirasi yang berasal dari penulis maka terwujudlah bakmi kuah herbal dan bakmi kuah kecap dimana sebelumnya bakmi yang disajikan memiliki tekstur lembut dan kenyal, serta memiliki tiga warna yang dapat dipilih yaitu warna merah yang berasal dari buahnaga dan warna hijau yang berasal dari sayur caisim. Setelah itu tersedia dua macam kuah yaitu kuah herbal, namun kuah ini bukan untuk mengobati penyakit karena kuah ini terdiri dari berbagai rempah seperti *goji berry* kering, *kam cho*, *tong sim* serta akar ginseng. Sedangkan untuk kuah kecap, rasa yang dimiliki kuah tidak hanya manis namun memiliki rasa gurih dengan memanfaatkan daun bawang, ayam dan jamur kancing yang sudah tersedia dalam kuahnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.1
Produk yang Dihasilkan

No	Nama	Keterangan
<p>1. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Bakmi Ayam Kuah Herbal</p> 	<p>Bakmi Ayam yang dinikmati dengan kuah obat atau herbal (<i>goji berry</i> kering, <i>kam cho</i>, <i>tong sim</i>, dan akar ginseng) serta bakmi ayam juga dapat dinikmati dengan 3 macam pilihan warna yaitu merah dari buahnaga, hijau dari <i>caisim</i> dan warna <i>original</i> atau kuning.</p>
<p>2. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Bakmi Ayam Kuah Kecap</p> 	<p>Bakmi yang dinikmati dengan kuah kecap (ayam , jamur kancing, daun bawang) serta bakmi ayam juga dapat dinikmati dengan 3 macam pilihan warna yaitu merah dari buahnaga, hijau dari <i>caisim</i> dan warna <i>original</i> atau kuning.</p>

Sumber: Bakmi Ayam Resep Mama, 2021

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Gambaran Pasar

1. Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan menggambarkan potensi penjualan dalam bentuk kuantitas atau jumlah bakmi kuah obat dan bakmi kuah kecap yang dapat dijual setiap periode harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Dalam gambaran pasar, dibutuhkan ramalan penjualan yang berguna untuk mengetahui asumsi tingkat penjualan suatu usaha dan dari ramalan tersebut dapat diketahui strategi-strategi berikutnya untuk meningkatkan penjualan. Penentuan ramalan penjualan harian disusun berdasarkan asumsi pemilik Bakmi Ayam Resep Mama dan ramalan penjualan pesaing Bakmi Ayam Resep Mama. Bakmi Gocit diasumsikan menjual kurang lebih 175 mangkuk mie ayam per harinya, sehingga pemilik Bakmi Ayam Resep Mama mengasumsikan bahwa Bakmi Ayam Resep Mama mampu menjual 50% dari penjualan Bakmi Gocit per harinya yaitu sebanyak 88 mangkuk mie ayam dengan varian jenis diurutkan dari Bakmi Kuah Herbal *Original* sebesar 40%, Bakmi Merah Kuah Herbal sebesar 15%, Bakmi Hijau Kuah Herbal sebesar 5%, Bakmi Kuah Kecap *Original* sebesar 10%, Bakmi Kuah Kecap Merah sebesar 10%, dan Bakmi Kuah Kecap Hijau sebesar 20%.

Tabel 4.2
Ramalan Penjualan Bakmi Ayam Resep Mama (dalam unit)

	Bakmi Kuah Herbal			Bakmi Kuah Kecap		
	Original	Merah	Hijau	Original	Merah	Hijau
Harian	35	13	4	9	9	18
Bulanan	1050	390	120	270	270	540

Sumber: Bakmi Ayam Resep Mama, 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ramalan penjualan setiap tahun disusun berdasarkan ramalan penjualan bulanan yang merupakan total penjualan setiap bulan mulai dari Januari sampai dengan Desember setiap tahunnya. Untuk ramalan penjualan tahun 2022 disajikan pada Tabel 4.3 sementara untuk ramalan penjualan tahun 2023 sampai dengan tahun 2026 dapat dilihat dalam lampiran yang disediakan. Tabel 4.3, penjualan bakmi ayam setiap jenisnya mengalami kenaikan sebesar 5-10 mangkuk dikarenakan Bakmi Ayam Resep Mama mulai dikenal oleh masyarakat, namun pada bulan April- Mei, penjualan bakmi ayam mengalami penurunan dikarenakan bulan puasa.

Tabel 4.3
Ramalan Penjualan Bakmi Ayam Resep Mama Tahun 2022 (dalam unit)

Bulan	Bakmi Kuah Herbal			Bakmi Kuah Kecap			Total per Bulan
	Original	Merah	Hijau	Original	Merah	Hijau	
Januari	1050	390	120	270	270	540	2640
Februari	1055	395	125	275	275	545	2670
Maret	1060	400	130	280	280	550	2700
April	1050	390	120	270	270	540	2640
Mei	1050	390	120	270	270	540	2640
Juni	1055	395	125	275	275	545	2670
Juli	1060	400	130	280	280	550	2700
Agustus	1065	405	135	285	285	555	2730
September	1070	410	140	290	290	560	2760
Oktober	1080	420	150	300	300	570	2820
November	1090	430	160	310	310	580	2880
Desember	1100	440	170	320	320	590	2940
	12785	4865	1625	3425	3425	6665	32790

Sumber: Tabel 4.2

2. Anggaran Penjualan (Anggaran Penjualan Bulanan dan Anggaran Penjualan Tahunan)

Anggaran penjualan menggambarkan total penerimaan usaha Bakmi Ayam Resep Mama yang merupakan hasil perkalian antara jumlah bakmi yang dijual dengan harga bakmi. Penyusunan anggaran penjualan didasarkan atas asumsi-asumsi berikut ini:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 1) Untuk anggaran penjualan bulanan, total yang didapatkan berdasarkan penjualan bakmi ayam 6 varian setiap bulannya yang didapatkan dari ramalan penjualan pada Tabel 4.3
- 2) Untuk anggaran penjualan tahunan, jumlah didapatkan berdasarkan total varian yang terjual dari bulan Januari-Desember.
- 3) Harga mengalami kenaikan setiap tahunnya sebesar 4,5%.

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.4
Anggaran Penjualan Bulanan Bakmi Ayam Resep MamaTahun 2022

Bulan	Bakmi Ayam Kuah Herbal Original			Bakmi Ayam Kuah Herbal Merah			Bakmi Ayam Kuah Herbal Hijau			Total Penjualan Kuah Herbal	Bakmi Ayam Kuah Kecap Original			Bakmi Ayam Kuah Kecap Merah			Bakmi Ayam Kuah Kecap Hijau			Total Penjualan Kuah Kecap	Total Penjualan
	Jumlah	Harga	Penerimaan	Jumlah	Harga	Penerimaan	Jumlah	Harga	Penerimaan		Jumlah	Harga	Penerimaan	Jumlah	Harga	Penerimaan	Jumlah	Harga	Penerimaan		
Januari	1050	26.000	27.300.000	390	26.000	10.140.000	120	26.000	3.120.000	40.560.000	270	26.000	7.020.000	270	26.000	7.020.000	540	26.000	14.040.000	28.080.000	68.640.000
Februari	1055	26.000	27.430.000	395	26.000	10.270.000	125	26.000	3.250.000	40.950.000	275	26.000	7.150.000	275	26.000	7.150.000	545	26.000	14.170.000	28.470.000	69.420.000
Maret	1060	26.000	27.560.000	400	26.000	10.400.000	130	26.000	3.380.000	41.340.000	280	26.000	7.280.000	280	26.000	7.280.000	550	26.000	14.300.000	28.860.000	70.200.000
April	1050	26.000	27.300.000	390	26.000	10.140.000	120	26.000	3.120.000	40.560.000	270	26.000	7.020.000	270	26.000	7.020.000	540	26.000	14.040.000	28.080.000	68.640.000
Mei	1050	26.000	27.300.000	390	26.000	10.140.000	120	26.000	3.120.000	40.560.000	270	26.000	7.020.000	270	26.000	7.020.000	540	26.000	14.040.000	28.080.000	68.640.000
Juni	1055	26.000	27.430.000	395	26.000	10.270.000	125	26.000	3.250.000	40.950.000	275	26.000	7.150.000	275	26.000	7.150.000	545	26.000	14.170.000	28.470.000	69.420.000
Juli	1060	26.000	27.560.000	400	26.000	10.400.000	130	26.000	3.380.000	41.340.000	280	26.000	7.280.000	280	26.000	7.280.000	550	26.000	14.300.000	28.860.000	70.200.000
Agustus	1065	26.000	27.690.000	405	26.000	10.530.000	135	26.000	3.510.000	41.730.000	285	26.000	7.410.000	285	26.000	7.410.000	555	26.000	14.430.000	29.250.000	70.980.000
September	1070	26.000	27.820.000	410	26.000	10.660.000	140	26.000	3.640.000	42.120.000	290	26.000	7.540.000	290	26.000	7.540.000	560	26.000	14.560.000	29.640.000	71.760.000
Oktober	1080	26.000	28.080.000	420	26.000	10.920.000	150	26.000	3.900.000	42.900.000	300	26.000	7.800.000	300	26.000	7.800.000	570	26.000	14.820.000	30.420.000	73.320.000
November	1090	26.000	28.340.000	430	26.000	11.180.000	160	26.000	4.160.000	43.680.000	310	26.000	8.060.000	310	26.000	8.060.000	580	26.000	15.080.000	31.200.000	74.880.000
Desember	1100	26.000	28.600.000	440	26.000	11.440.000	170	26.000	4.420.000	44.460.000	320	26.000	8.320.000	320	26.000	8.320.000	590	26.000	15.340.000	31.980.000	76.440.000
TOTAL	12785		332.410.000	4865		116.350.000	1625		42.250.000	491.010.000	3425		89.050.000	3425		89.050.000	6665		159.250.000	337.350.000	828.360.000

Sumber: Tabel 4.3

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis



C. Target Pasar yang dituju

Sebelum menentukan target pasar, Bakmi Ayam Resep Mama akan menentukan terlebih dahulu segmentasi pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 191), Segmen Pasar terdiri dari kelompok pelanggan yang memiliki seperangkat kebutuhan dan keinginan yang serupa. Berikut merupakan pembagian segmen pasar konsumen :

a. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis menggambarkan tempat tinggal atau lokasi calon pelanggan Bakmi Ayam Resep Mama oleh karena Bakmi Ayam Resep Mama berlokasi di daerah Jakarta Barat maka Bakmi Ayam Resep Mama memilih daerah Jakarta Barat sebagai target pasar yang dituju dalam jangka pendek. Namun, dalam jangka panjang, Bakmi Ayam Resep Mama menjangkau target pasar yang lebih luas yaitu di seluruh Indonesia.

b. Segmentasi Demografis

Segmentasi dimana pasar dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan usia dan pendapatan. Pasar yang dituju oleh Bakmi Ayam Resep Mama dapat dikonsumsi oleh anak-anak dari umur 5 tahun hingga dewasa, serta dapat dinikmati oleh masyarakat dengan pendapatan berapapun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Strategi Pemasaran

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bakmi Ayam Resep Mama menggunakan konsep metode yang ditetapkan oleh Kotler dan Armstrong yaitu:

1 Diferensiasi

Bakmi Ayam Resep Mamamendiferensiasikan produknya dengan menciptakan bakmi yang kreatif, inovatif serta memiliki citra rasa yang gurih, dengan tersedianya 3 warna bakmi dan 2 macam kuah (kuah herbal dan kuah kecap) yang menjadikan usaha ini berbeda dengan usaha bakmi lainnya sehingga Bakmi Ayam Resep Mamamemiliki nilai yang mampu bersaing.

2 Positioning

Dalam rangka meluaskan jaringan pemasaran maka Bakmi Ayam Resep Mamamemosisikan diri sebagai usaha bakmi rumahan yang menawarkan mie ayam sehat dengan adanya kuah herbal yang baik untuk tubuh serta penggunaan pembuatan mie ayam dengan bahan yang segar dan berkualitas.

3 Penetapan Harga

Bedasarkan observasi lapangan, Bakmi Ayam Resep Mama melakukan penetapan harga berdasarkan persaingan. Metode ini dipilih agar Bakmi Ayam Resep Mamamampu bersaing dan bertahan untuk menghadapi kompetitor. Harga produk yang ditawarkan oleh Bakmi Ayam Resep Mamayaitu Rp 26.000,00 untuk 1 mangkuk mie ayam. Dengan penggunaan metode penetapan harga berdasarkan pesaing maka, Bakmi Ayam Resep Mama menetapkan harga jual bakmi ayam 22% lebih rendah dibanding pesaing.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4 Saluran Distribusi

Bakmi Ayam Resep Mamamenggunakan saluran distribusi *Channel Oartinya*

Bakmi Ayam Resep Mamamemasarkan langsung produknya sampai ke tangan konsumen

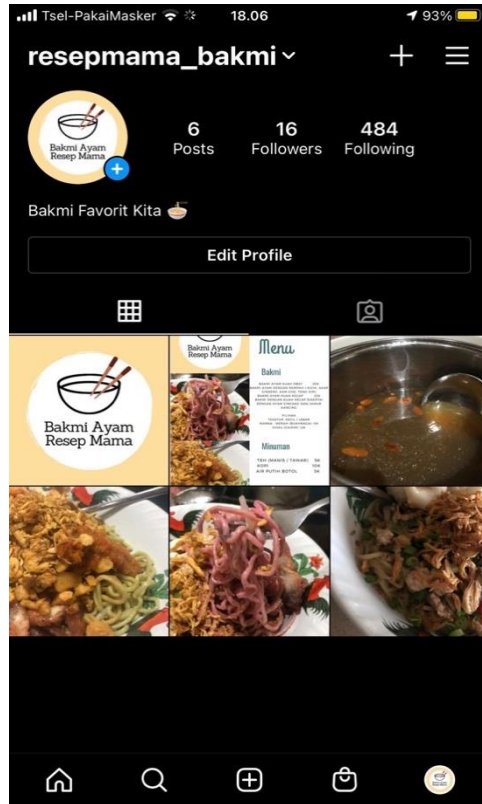
E. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dijalankan oleh Bakmi Ayam Resep Mama yaitu adanya penggunaan media sosial seperti *Instagram*, penggunaan *business card*, spanduk dan brosur yang berguna untuk mengenalkan Bakmi Ayam Resep Mama ke publik. Perincian mengenai penggunaan strategi promosi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1 Media Sosial

Dengan memanfaatkan *platform* media sosial terutama *Instagram*, maka Bakmi Ayam Resep Mamadapat menjangkau pelanggan lebih luas, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, serta dapat memberikan informasi dan promosi menarik mengenai Bakmi Ayam Resep Mama. Kemudian, Bakmi Ayam Resep Mamajuga akan membuat akun *Google Business* guna agar konsumen dapat mengetahui alamat lokasi, menu, jam operasional, kontak yang dapat dihubungi, produk yang dijual serta dapat melihat *rating* dan *review* dari pelanggan lain.

Gambar 4.1
Instagram Bakmi Ayam Resep Mama



Sumber: Bakmi Ayam Resep Mama,2021

2 Business Card

Kartu bisnis yang berisi tentang kontak, alamat, dan *e-mail* dari Bakmi Ayam Resep Mamayang bisa dibawa oleh pelanggan dan merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Bakmi Ayam Resep Mama.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 4.2
Business Card Bakmi Ayam Resep Mama



Sumber: Bakmi Ayam Resep Mama, 2021

3 Spanduk

Untuk mempromosikan Bakmi Ayam Resep Mama lebih baik dan lebih rinci lagi maka, Bakmi Ayam Resep Mama membuat spanduk berguna agar setiap masyarakat dapat diberi gambaran mengenai produk apa yang Bakmi Ayam Resep Mama tawarkan atau jual. Spanduk yang digunakan berukuran 2x1 m dimana spanduk akan dipajang di depan tempat usaha supaya masyarakat dapat melihat adanya keberadaan penjualan bakmi ayam yang baru.

Gambar 4.3
Spanduk Bakmi Ayam Resep Mama



Sumber: Bakmi Ayam Resep Mama, 2021

4 Brosur

Untuk mengenalkan Bakmi Ayam Resep Mama ke publik maka, pemilik memutuskan menggunakan brosur sebagai pendekatan awal dimana brosur dapat menghubungkan calon konsumen ke Bakmi Ayam Resep Mama. Ukuran brosur yang digunakan yaitu A6 (14,8 x 10,5 cm) dimana brosur digunakan untuk mengenalkan Bakmi Ayam Resep Mama kepada publik atau target pasar, brosur akan disebarakan di sekitar jalanan tempat dimana Bakmi Ayam Resep Mama beroperasi berupaya untuk menarik perhatian target pasar yang dituju.

Gambar 4.4
Brosur Bakmi Ayam Resep Mama



Sumber: Bakmi Ayam Resep Mama,2021

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.