

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

A. Produk yang dihasilkan

Huta membuat inovasi terhadap produk-produk wedang tahu yang sudah ada. Wedang tahu ini dimodifikasi bahannya dengan menggunakan bahan alami, serta diinovasikan dengan seunik mungkin agar menarik bagi semua kalangan orang untuk mencobanya. Inovasi ini berupa penambahan susu segar pada sirup jahe pada wedang tahu dan juga penambahan *topping – topping* kekinian seperti ager-ager, jelly-jely, dll dengan menggunakan bahan alami.

Gambar 4.1

Logo Huta



Sumber : Huta

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.



Gambar 4.2

Produk yang dihasilkan Huta



Sumber : Huta

© 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.

B. Gambaran Pasar

Ramalan terhadap penjualan per bulan, per tahun, serta ramalan terhadap pendapatannya pula. Berikut table – table ramalan penjualan dan pendapatan baik per bulan dan per tahun.

Tabel ada di halaman berikutnya



Tabel 4.1

Ramalan penjualan Huta per bulan selama 1 tahun

© Hak cipta milik IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2022	BULAN	TOTAL PENJUALAN (PACK)
	Januari	2.900
Ferbuari	3.200	
Maret	3.800	
April	3.900	
Mei	4.300	
Juni	3.800	
Juli	4.400	
Agustus	3.900	
September	3.900	
Oktober	4.900	
November	5.200	
Desember	5.800	
TOTAL PER TAHUN	50.000	

Sumber : huta

Tabel 4.2

Anggaran Penjualan Huta per bulan selama 1 tahun

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2022	BULAN	TOTAL PENJUALAN (PACK)	HARGA (Rp)	TOTAL (Rp)
	Januari	2.900	12.000	34.800.000
Ferbuari	3.200	38.400.000		
Maret	3.800	45.600.000		
April	3.900	46.800.000		
Mei	4.300	51.600.000		
Juni	3.800	45.600.000		
Juli	4.400	52.800.000		
Agustus	3.900	46.800.000		
September	3.900	46.800.000		
Oktober	4.900	58.800.000		
November	5.200	62.400.000		
Desember	5.800	69.600.000		
TOTAL PER TAHUN	50.000	600.000.000		

Sumber : huta

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 4.3

Ramalan pendapatan Huta selama 5 tahun kedepan

TAHUN	TOTAL (Rp)
2022	600.000.000
2023	630.000.000
2024	661.500.000
2025	694.575.000
2026	729.303.750

Sumber : huta

© 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.

C. Target Pasar yang dituju

Target pasar untuk usahha ini dapat dibilang sangat luas, hal ini dilihat dari 2

jenis target pasar yang dapat dijangkau, yaitu:

1. Demografis
 - a. Usia

Huta menargetkan segala usia dapat mengonsumsi produknya karena terbuat dari bahan alami, produk yang dibuat aman bagi segala ukuran usia, karena merupakan minuman tradisional dengan inovasi yang dapat diminati oleh segala usia.

- b. Jenis Kelamin

Usaha bidang *food & beverage* memiliki pangsa pasar nya sangat luas, dan tidak memandang jenis kelamin, produk yang dihasilkan merupakan minuman tradisional yang tidak mengharuskan jenis kelamin tertentu untuk meminumnya seperti contohnya jamu yang khusus diminum oleh pria/wanita.



c. Tingkat Ekonomi

Untuk ukuran 1 cup wedang tahu berisi 400ml dijual dengan harga berkisar dari Rp 12.000, sehingga dapat dibilang harga yang terjangkau bagi masyarakat dari tingkatan ekonomi mana pun.

d. Tingkat Pendidikan

Dalam usaha bidang *food & beverage* seperti huta tentunya tidak memiliki target pada tingkat pendidikan tertentu. Karena pangsa pasar yang luas sehingga semua tingkat pendidikan pun masuk dalam target pasar Huta.

2. *Psikografis*

Usaha minuman tradisional menurut sisi *psikografis* nya pastilah hanya diminati oleh kaum orang dewasa atau orang tua saja, berbeda dengan Huta yang menghadirkan inovasi yang sangat kreatif dengan penambahan topping dan susu tanpa mengurangi cita rasa sesungguhnya dari minuman ini. Huta pun menargetkan pasar kepada kaum milenial yang pada zaman sekarang masih sangat suka berkumpul dengan rekan-rekannya yang mungkin hanya untuk berbagi cerita. Maka Huta muncul menawarkan tempat nongkrong yang nyaman serta dengan menu sehat dan murah.

D. Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Produk yang dihasilkan oleh Huta dibuat dengan bahan – bahan alami dengan kreatifitas dan inovasi sehingga menjadikannya lebih menarik untuk dicoba. Selama ini wedang tahu yang kita ketahui hanyalah wedang tahu biasa dengan sari kedelai yang diberi sirup atau kuah jahe. Bagi Huta, diferensiasi produk sangatlah penting mengingat jenis usaha ini merupakan usaha yang ATM (amati-

© 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.



tiru-modifikasi). Karena hal tersebut Huta memiliki ide dengan menambahkan topping-toping kekinian dengan kuah yang dicampur dengan susu segar, yang akan membuat tampilan serta rasanya menjadi lebih menarik lagi.

2. Penentuan Harga

Dalam penentuan harga Huta sendiri menetapkan harga yang terjangkau mengingat target pasar dari usaha ini adalah semua orang dari semua tingkatan ekonomi, sehingga Huta menetapkan harga jual sebesar Rp 12.000. Hal ini juga dipengaruhi oleh harga – harga kembang tahu yang dijual dipasaran berkisar pada harga itu, sehingga memungkinkan Huta untuk dapat bersaing.

3. Saluran Distribusi

Dalam saluran distribusi pada bisnis Huta ini dapat dibilang sederhana, karena alur yang ada langsung dari penjual ke pembeli, mengingat Huta menjual produknya di *offline store* tersendiri, sehingga membuat proses distribusi dan transaksinya lebih sederhana dan mudah. Huta juga akan berkerja sama dengan aplikasi-aplikasi layanan *online* seperti Gofood / Grabfood sehingga pelanggan dapat dengan mudah membeli produk Huta tanpa harus datang langsung ke *offline store*. Berdasarkan informasi yang didapat dari *website* www.help.grab.com dapat diketahui bagaimana cara mendaftarkan toko atau usaha kita serta berapa lama waktu yang dibutuhkan, untuk grab sendiri membutuhkan waktu selama 5-8 hari kerja untuk proses verifikasi, dan akan dikirim melalui email. Sedangkan dengan Gofood sendiri proses pendaftarannya tidak lebih dari 2 (dua) hari, dan dapat dengan mudah dilakukan dengan mengunduh aplikasi GoBiz, untuk informasi lebih lanjut dapat dilihat melalui *website* resmi gojek pada www.gojek.com.

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



E. Strategi Promosi

Advertising

Strategi pengiklanan Huta sangat memanfaatkan ketersediaan sarana yang ada. Pada era digital sekarang ini, sangat mudah untuk membuat iklan yang bahkan tidak membutuhkan biaya, seperti melalui *social media* instagram, mulai dari iklan yang gratis hingga iklan yang berbayar. Salah satu iklan yang berbayar adalah dengan berkerja sama dengan selebgram untuk mereview produk kita, karena sifat konsumtif masyarakat sekarang sangat didukung oleh peran *social media*. Dalam membeli sebuah produk masyarakat akan menjadikan para *selebgram* sebagai patokan mereka.

2. Berkerjasama dengan Aplikasi-Aplikasi / Layanan *online*

Era digital yang semakin berkembang seperti sekarang ini, menyediakan banyak layanan *online* yang dapat menunjang proses bisnis, salah satunya *e-commerce*. Menjadi bagian dari *e-commerce* adalah satu jalan untuk menjangkau pasar yang luas. Model *e-commerce* yang saat ini bermunculan pun beragam ada yang menjual produk milik mitra, bahkan menawarkan promo, diskon dan voucher mitranya. bagi pelaku usaha yang bergabung bisa dibantu dalam hal mengiklankan promosi Anda kepada konsumen yang lebih tertarget. Sehingga dapat menunjang penjualan terbaik dari platform tersebut. Dengan bekerjasama dengan aplikasi/layanan *online* maka akan menjadi peluang yang sangat besar untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak karena bagi para pengusaha karena usahanya langsung dipromosikan ke khalayak yang lebih luas. Untuk para pengusaha sangat perlu memanfaatkan layanan *online* tersebut dengan maksimal, mulai dari meningkatkan pelayanan usaha hingga kualitas produk yang dijual.

 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.



3. *Loyalty Card*

Pasti kita sudah tidak asing lagi dengan strategi promosi yang satu ini. Daya beli konsumen semakin hari kian meningkat, maka para pelaku usaha harus sangat memanfaatkan hal ini, begitu juga dengan Huta. Strategi promosi yang digunakan oleh Huta ini memang cukup populer di kalangan pelaku usaha. *Loyalty card* sendiri dapat membantu para pengusaha untuk memperkuat loyalitas pelanggannya. Untuk Huta sendiri *loyalty card* akan mencatat setiap transaksi yang ada, dan jika sudah mencapai 10 kali transaksi maka pelanggan akan mendapat *free* 1 mangkuk *classic* wedang tahu.

© 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.