

## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta Milik BIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Produk yang Dihasilkan

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:256), “Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan ataupun kebutuhan”. Namakhu Bento dalam menjalankan usahanya menawarkan masakan khas Jepang, berupa *beef teriyaki*, *tempura*, *shrimp roll*, *egg roll*, *katsu*, Berikut adalah contoh produk Namakhu Bento

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 4.1

Produk Namakhu Bento

Nama Produk	Contoh Produk
Beef Teriyaki	
Tempura	
Shrimp Roll	
Egg Chicken Roll	
Katsu	

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

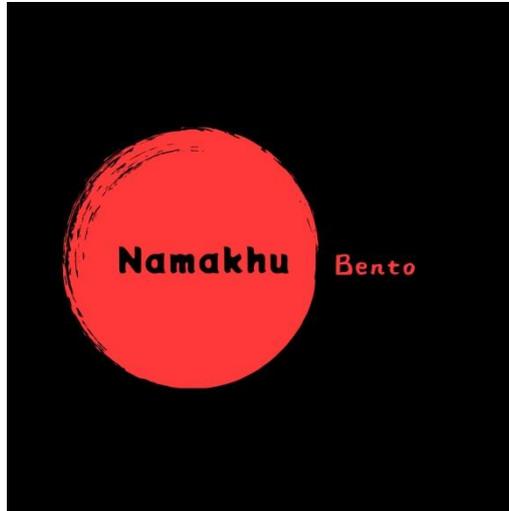
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Sumber: [www.google.com](http://www.google.com)

Dalam menjalankan suatu bisnis, perusahaan tentunya akan membuat sebuah logo. Tujuan adanya logo tersebut tidak lain adalah untuk menjadi pembeda antara perusahaan yang lainnya serta sebagai identitas perusahaan oleh karena itu logo merupakan faktor penting dalam menjalankan bisnis. Berikut adalah logo dari Namakhu Bento:

Gambar 4.1

Logo Namakhu Bento



Sumber: Namakhu Bento, 2020.

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa logo Namakhu Bento memiliki dua warna yaitu merah dan hitam, pada warna merah memiliki bentuk bulat yang melambangkan matahari Jepang karena Namakhu Bento memproduksi makanan khas Jepang dan memiliki latar warna hitam. Serta dalam logo Namakhu Bento juga terdapat tulisan warna yang berbeda untuk melambangkan yin dan yang, yang merupakan kata filosofis Jepang yang baik untuk diterapkan didalam bisnis ini.

**B. Gambaran Pasar**

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan tentunya harus melakukan kegiatan yang disebut peramalan terlebih dahulu mengenai penjualan produknya yang dihasilkan dalam kurun waktu 5 tahun kedepan. Berikut ramalan penjualan Namakhu Bento tahun 2022

© 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.



**Tabel 4.2**

**Ramalan Penjualan Namakhu Bento Tahun 2022**

Bulan	Varian Produk					Total
	Beef Teriyaki	Tempura	Shrimp roll	Egg Roll	Katsu	
Januari	580	550	630	600	650	3010
Februari	588	520	570	632	560	2870
Maret	600	555	650	579	500	2884
April	590	498	610	572	512	2782
Mei	600	600	577	615	600	2992
Juni	605	650	612	632	610	3109
Juli	550	520	632	641	511	2854
Agustus	544	541	642	618	590	2935
September	580	500	587	589	612	2868
Oktober	600	550	553	571	589	2863
November	600	677	532	623	601	3033
Desember	620	580	589	688	645	3122
Total Per Tahun 2022						35322

**Tabel 4.3**

**Ramalan Penjualan Namakhu Bento Tahun 2022-2026**

TAHUN	PENJUALAN(KENAIKAN 10%)
2022	35,322
2023	38,854
2024	42,740
2025	47,014
2026	51,715

**© 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.



**Tabel 4.4**

**Anggaran Penjualan Namakhu Bento Tahun 2022-2026**

TAHUN	PENJUALAN(KENAIKAN 10%)	HARGA JUAL	TOTAL PENDAPATAN
2022	35,322	Rp 25,000	Rp 883,050,000
2023	38,854	Rp 25,000	Rp 971,355,000
2024	42,740	Rp 25,000	Rp 1,068,490,500
2025	47,014	Rp 25,000	Rp 1,175,339,550
2026	51,715	Rp 25,000	Rp 1,292,873,505

**C. Target Pasar yang Dituju**

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:212), segmentasi pasar yang melibatkan pembeli di pasar mana pun berada dalam keinginan, sumber daya, lokasi, sikap pembelian, dan praktik pembelian. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar yang besar dan beragam menjadi segmen yang lebih kecil yang dapat dicapai secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan unik. Segmentasi pasar dikelompokkan berdasarkan segi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Dalam proses segmentasi, perusahaan dapat mengklarifikasi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang lebih sederhana, Berikut pembagian segmen pasar Namakhu Bento:

a. Segmentasi Geografi

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Dalam mendirikan sebuah usaha tentunya harus memperhatikan

© 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.



lokasi sekitar pasar, berdasarkan segmentasi geografisnya, Namakhu Bento memilih tempat di Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Pemilihan lokasi ini dipilih karena Jakarta merupakan Ibu Kota yang memiliki masyarakat yang cukup aktif dan perkembangan yang cukup cepat di Jakarta, sehingga dalam menjual produk akan lebih leluasa menemukan konsumen.

#### b. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografis mengelompokkan pasar berdasarkan beberapa variable seperti usia, jenis kelamin, pendapatan dan kelas sosial penting, karena seringkali diasosiasikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Sehingga Namakhu Bento menargetkan pasar pada masyarakat berpenghasilan menengah kebawah.

#### c. Segmentasi Psikografi

Segmentasi psikografi yaitu membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. Namakhu Bento memfokuskan produk pada konsumen yang memiliki status sosial menengah kebawah.

### D. Strategi Pemasaran

#### 1. Diferensiasi

Seorang pemilik usaha harus melakukan diferensiasi pada produk yang dijualnya. Hal ini perlu dilakukan, sehingga produk yang dijual memiliki keunggulan dan kejelasan dalam perbedaan antara produk yang satu dengan produk lainnya. Produk yang sudah terdiferensiasi dapat lebih mudah untuk dipasarkan sesuai dengan segmen pasar usaha tersebut. Keunggulan yang

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.



terdapat pada Namakhu Bento yaitu memiliki rasa yang enak serta rasa yang khas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### 2. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:213), Positioning adalah penempatan merk produk ke dalam pikiran konsumen. Positioning perlu dilakukan sebagai salah satu strategi pemasaran dalam suatu usaha. Namakhu Bento melakukan positioning sebagai merk pertama yang menjual masakan Jepang dengan rasa yang enak.

### 3. Penetapan Harga

Menentukan harga merupakan salah satu penentu kesuksesan sebuah perusahaan, selain itu juga bisa menjadi dasar dalam menentukan seberapa besar keuntungan perusahaan dari menjual produknya. Dalam menetapkan harganya, didasarkan atas biaya pembuatan produknya untuk satu porsi bento di tetapkan harga sebesar Rp. 25.000 untuk tahun pertamanya dan harga tersebut sudah termasuk nasi.

### 4. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:359), Saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Ada beberapa tipe saluran distribusi yaitu:

#### a. *Direct Marketing Channel*

Tipe distribusi ini yaitu antara produsen dan konsumen akhir tidak terdapat pedagang perantara, penyaluran langsung dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen.

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. *Indirect Marketing Channel*

Tipe distribusi ini yaitu penjualan melalui satu atau lebih perantara penjualan seperti pengecer.

Berdasarkan teori diatas maka diambil kesimpulan Namakhu Bento menggunakan saluran distribusi *Direct Marketing Channel* karena Namakhu Bento menjual langsung produknya kepada konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Strategi Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:424), Promosi adalah campuran spesifik alat promosi yang perusahaan gunakan untuk menyampaikan nilai secara persuasif dan juga membangun hubungan dengan konsumen. Berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi disebut bauran komunikasi, yang antara lain:

1. *Advertising*

Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.

2. *Sales Promotion*

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

3. *Personal Selling*

Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.



#### 4. *Public Relation*

Membangun hubungan yang baik dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan juga menangani isu-isu, rumor, dan acara yang disampaikan melalui media masa.

#### 5. *Direct Marketing*

Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, *e-mail*, televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya ntuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan.

Beberapa cara yang digunakan oleh Namakhu Bento untuk mempromosikan bisnisnya yaitu:

##### a. *Advertising*

Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat membuat kehidupan manusia menjadi selalu membutuhkan koneksi internet dan sentuhan *gadget*, Oleh karenanya Namakhu Bento mengambil langkah untuk melakukan promosi terhadap produknya melalui media sosial dan melakukan *endorsement* kepada *influencer* di media sosial salah satu akun yang akan Namakhu Bento sebagai media untuk promosi adalah Gadinglyfe, akun ini menawarkan jasa untuk mempromosikan semua usaha yang berada di kelapa gading yang biaya untuk promosinya sekitar Rp 180.00 sampai Rp 200.000. Selain itu Namakhu Bento juga menggunakan brosur dan

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

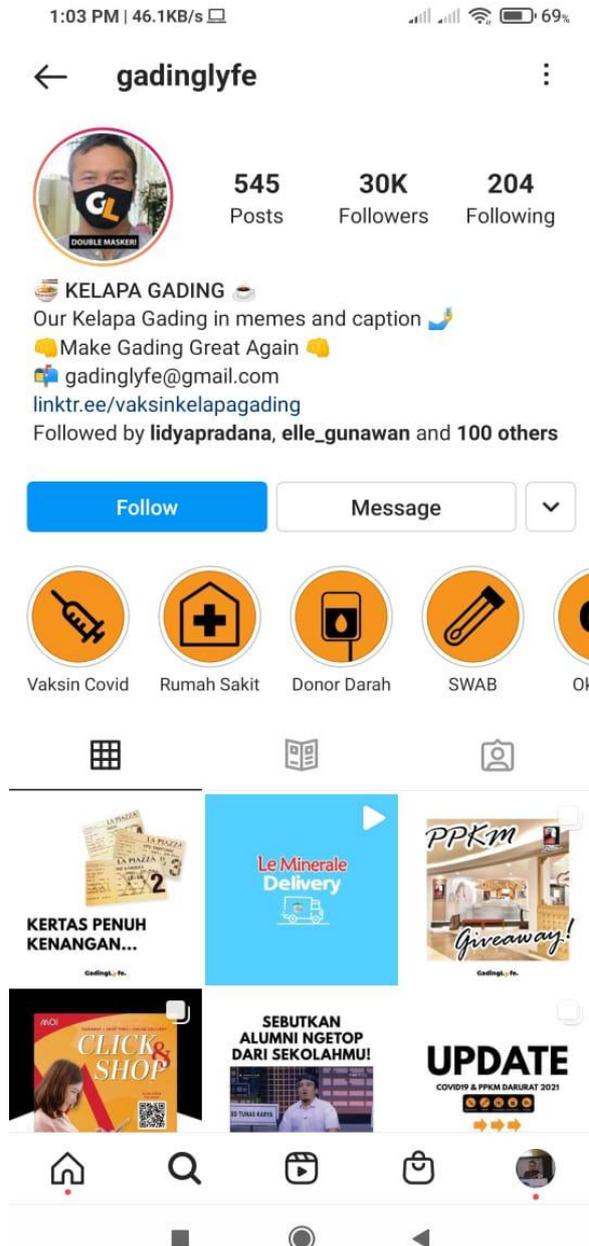
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

flyer sebagai sarana untuk promosi.

### Gadinglyfe



#### b. Sales Promotion

Kehadiran perusahaan seperti GoFood, Grab Food dan sejenisnya membuka peluang yang besar untuk Namakhu Bento mempromosikan produknya melalui aplikasi yang telah tersedia.

### © 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.

Sesaat setelah berpartisipasi tentunya Namakhu Bento akan memberikan promo khusus seperti potongan pembelian sebesar Rp 20.000 pada periode awal pembukaan sehingga dapat menarik minat konsumen dalam membeli produk Namakhu Bento.

**© 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.

