

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

4.1 Produk/Jasa yang dihasilkan

EatBowl merupakan sebuah unit usaha yang bergerak di bidang kuliner atau *food and beverages*. Berfokus dalam menyediakan makanan berat, berupa *ricebowl*. Produk yang ditawarkan oleh EatBowl adalah produk makanan dalam bentuk *ricebowl*. Produk *ricebowl* yang ditawarkan oleh EatBowl terdiri dari 3 jenis *ricebowl*, antara lain *Indonesian ricebowl*, *Japanese ricebowl*, dan *Chinese ricebowl*.

Untuk menu jenis *Indonesian ricebowl*, menu yang ditawarkan oleh EatBowl, antara lain: ayam bumbu rempah dan nasi liwet cumi asin cabe ijo. Untuk jenis *Japanese ricebowl*, EatBowl menawarkan dan menyediakan menu berupa *japanese beef bowl* dan *chicken katsu with japanese curry sauce*. Dan untuk menu jenis *Chinese ricebowl*, EatBowl menawarkan menu, antara lain: nasi hainam ayam pacamke dan *salted egg chicken bowl*.

Dalam menawarkan produk-produknya, EatBowl menyajikan produk dalam kemasan mangkuk plastik thin wall yang memiliki ketahanan terhadap suhu panas, kemasan ini bertujuan mempermudah dan memberikan kepraktisan bagi para konsumen dalam menikmati produk EatBowl. Berikut adalah contoh gambaran dari produk *ricebowl* yang ditawarkan oleh

EatBowl



Gambar 4. 1

Ayam Bumbu Rempah, Indonesian ricebowl



Sumber: EatBowl

Gambar 4. 2

Nasi Liwet Cumi Asin Cabe Ijo, Indonesian ricebowl



Sumber: EatBowl

© 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.

Gambar 4. 3

Japanese Beef Bowl, Japanese ricebowl



Sumber: EatBowl

Gambar 4. 4

Chicken Katsu with Japanese Curry Sauce, Japanese ricebowl



Sumber: EatBowl

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Gambar 4. 5

Nasi Hainam Ayam Pacamke, *Chinese ricebowl*



Sumber: EatBowl

Gambar 4. 6

Salted Egg Chicken Bowl, *Chinese ricebowl*



Sumber: EatBowl

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Gambar 4. 7

Logo EatBowl



Sumber: EatBowl

Gambar mangkok yang berisi nasi pada logo EatBowl memiliki makna, yang dimana gambar mangkok yang berisi nasi mengisyaratkan bahwa EatBowl merupakan sebuah usaha yang menyajikan *ricebowl*, Selain itu warna kuning dalam logo EatBowl juga memiliki arti "Kehangatan, kecerahan, dan kebahagiaan". Sedangkan lingkaran hitam yang berada pada logo melambangkan usaha EatBowl dalam memberikan kebahagiaan kepada para konsumen dengan menyajikan ricebowl yang terbaik.

4.2 Gambaran Pasar

Gambaran pasar mampu memberikan proyeksi terkait dengan kondisi pasar, yang mencakup permintaan terhadap produk, perkiraan penjualan, dan lainnya. Melalui gambaran pasar, bisnis dapat memproyeksikan penjualannya pada periode tertentu di masa mendatang. Selain itu proyeksi ini juga dapat digunakan oleh bisnis untuk memperkirakan keberlangsungan bisnis kedepannya. Pada tahun 2023, Eatbowl memiliki ramalan penjualan tiap tahunnya mengalami peningkatan sebesar 2% per bulannya. Lebih lanjut, ramalan penjualan EatBowl untuk lima tahun mendatang memiliki peningkatan sebesar 4% per tahun. Hal ini juga didukung berdasarkan pertumbuhan perekonomian Indonesia menurut Gubernur Bank Indonesia, dimana diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi meningkat sebesar 5% di





Tabel 4. 1

Anggaran Biaya Bahan Baku EatBowl Januari 2023

No.	Keterangan	Januari		Harga/unit (Rp)	Biaya Bulan Januari (Rp)
		Jumlah	Satuan		
1	Daging sapi	120	Kg	80.000	9.600.000
2	Daging ayam	465	Kg	20.000	9.300.000
3	Cumi asin	37.5	Kg	60.000	2.250.000
4	Telur	150	Kg	18.000	2.700.000
5	Telur asin	600	Butir	2.500	1.500.000
6	Bawang bombay	15	Kg	14.000	210.000
7	Bawang putih	45	Kg	27.000	1.215.000
8	Bawang merah	22.5	Kg	35.000	787.500
9	Cabai rawit	300	Gram	50	15.000
10	Cabai hijau	15	Kg	28.000	420.000
11	Jahe	3.000	Gram	25	900.000
12	Lengkuas	108.000	Gram	25	75.000
13	Ketumbar	1.500	Gram	60	90.000
14	Sereh	6.000	Gram	25	150.000
15	Kunyit	3.000	Gram	10	30.000
16	Daun salam	1.500	Gram	30	45.000
17	Daun jeruk	1.500	Gram	60	90.000
18	Daun kari	1.500	Gram	60	90.000
19	Wortel	7.5	Kg	10.000	75.000
20	Kentang	15	Kg	10.000	150.000
21	Tomat hijau	3.000	Gram	25	75.000
22	Tepung terigu	60	Kg	10.000	600.000
23	Tepung roti	30	Kg	10.000	300.000
24	Baking powder	750	Gram	120	90.000
25	Chicken powder	1.500	Gram	100	150.000
26	Margarin	1.500	Gram	20	30.000
27	Mirin Japanese sauce	18.000	ml	50	900.000
28	Japanese Curry Sauce	600	Buah	3000	1.800.000
29	Soy sauce	18.000	ml	50	900.000
30	Minyak wijen	9.000	ml	80	720.000
31	Kecap ikan	10.500	Kg	70	735.000
32	Kecap Inggris	9.000	ml	65	585.000
33	Garam	9.000	Gram	11	99.000
34	Gula	9.000	Gram	13	117.000
35	Lada	9000	Gram	200	1.800.000
36	Susu kental manis	6.000	Gram	25	150.000
37	Susu cair	22.500	ml	20	450.000
38	Minyak goreng	60	L	12.000	720.000
39	Beras	360	Kg	10.000	3.600.000
Total					43.513.500

Sumber: EatBowl

© Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang diperjualbelikan atau digunakan untuk kepentingan komersial tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penjiplakan dalam bentuk apapun.
- a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan 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. 2

Anggaran Biaya Bahan Baku EatBowl Tahun 2023

Bulan	Ramalan Biaya Bahan Baku
Januari	43.513.500
Febuari	44.383.770
Maret	45.271.445
April	46.176.873
Mei	47.100.410
Juni	48.042.418
Juli	49.003.266
Agustus	49.983.331
September	50.982.997
Oktober	52.002.656
November	53.042.709
Desember	54.103.563
Total	583.606.938

Sumber: EatBowl

Tabel 4. 3

Anggaran Biaya Bahan Baku EatBowl Tahun 2023-2027

Tahun	Ramalan Biaya Bahan Baku
2023	583.606.938
2024	606.951.215
2025	631.229.263
2026	656.478.433
2027	682.737.570

Sumber: EatBowl

© 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

Ramalan Penjualan EatBowl Tahun 2023 (dalam mangkuk)

Bulan	Ayam Bumbu Rempah	Nasi Liwet Cumi Asin Cabe Ijo	Japanese Beef Bowl	Chicken Katsu with Japanese Curry Sauce	Nasi Hainam Ayam Pacamke	Salted Egg Chicken Bowl	Total
Januari	450	450	450	450	450	450	2700
Febuari	459	459	459	459	459	459	2754
Maret	468	468	468	468	468	468	2809
April	478	478	478	478	478	478	2865
Mei	487	487	487	487	487	487	2923
Juni	497	497	497	497	497	497	2981
July	507	507	507	507	507	507	3041
Agustus	517	517	517	517	517	517	3101
September	527	527	527	527	527	527	3163
Oktober	538	538	538	538	538	538	3227
November	549	549	549	549	549	549	3291
Desember	560	560	560	560	560	560	3357
							36.213

Sumber: EatBowl

Tabel 4. 5

Ramalan Penjualan EatBowl Tahun 2023-2027 (dalam mangkuk)

Tahun	Total Mangkuk
2023	36.213
2024	37.662
2025	39.168
2026	40.735
2027	42.364

Sumber: EatBowl



1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi laporan ini untuk keperluan akademik, penelitian, atau publikasi tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4. 6

Ramalan Penjualan Produk EatBowl Tahun 2023-2027

Tahun	Ramalan Penjualan EatBowl	Harga jual/mangkuk	Total Penjualan
2023	36.213	35.000	Rp 1.267.442.479
2024	37.662	35.000	Rp 1.318.140.178
2025	39.168	35.000	Rp 1.370.865.785
2026	40.735	35.000	Rp 1.425.700.417
2027	42.364	35.000	Rp 1.482.728.433

Sumber: EatBowl

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa ramalan penjualan EatBowl dari tahun 2023-2027 meningkat sebesar 4% per tahunnya. Sehingga didapatkan angka total penjualan EatBowl dengan mengalikan jumlah mangkuk yang terjual dengan harga jual sebesar Rp 35.000. Total penjualan EatBowl pada tahun 2023 adalah sebesar Rp 1.267.442.479 dan pada 2027 sebesar Rp 1.482.728.433.

4.3 Target Pasar yang dituju

a. Segmentasi Geografi

Segmentasi geografi merupakan pembagian pasar berdasarkan pada wilayah ataupun daerah tertentu. Dengan melakukan segmentasi terhadap kondisi geografis atau wilayah tertentu, bisnis dapat mengetahui wilayah-wilayah potensial yang dapat menjadi target yang dituju untuk menjalankan bisnis. EatBowl menjalankan bisnisnya di wilayah Boulevard Raya Kelapa Gading, Kota Jakarta Utara. Diketahui bahwa Kelapa Gading merupakan daerah yang sangat strategis mengingat wilayah ini selalu ramai lalu lintas, banyaknya perkantoran, serta

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber. Hak cipta dilindungi undang-undang.
 a. Penulisan 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.

pemukiman penduduk. Lebih lanjut, toko yang dibuka EatBowl terletak di ruko Boulevard Kelapa Gading yang menjadi wisata kuliner yang ramai didatangi penduduk sekitar ataupun

di luar Kelapa Gading.

b. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografi merupakan pembagian pasar berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, kebangsaan, pendapatan, dan lainnya. Melalui latar belakang seseorang, hal ini mempengaruhi perilaku yang dilakukan. Dilihat dari usia, EatBowl menargetkan pasar pada rentang usia 13-60 tahun. Hal ini dapat diketahui bahwa segala jenis usia tetap dapat mengonsumsi EatBowl yang memiliki banyak varian menu sesuai selera masing-masing. Terkait pendapatan, EatBowl dapat dikonsumsi oleh masyarakat berpendapatan menengah keatas. EatBowl juga menargetkan segmentasi pekerja dari berbagai profesi yang ingin mengonsumsi makanan secara praktis dan mudah.

c. Segmentasi Psikografi

Segmentasi psikografi merupakan pembagian pasar berdasarkan kepribadian, gaya hidup atau lifestyle, serta kelas sosial seseorang. EatBowl menargetkan masyarakat dengan gaya hidup yang praktis dan serba cepat. Selain itu juga, EatBowl menyajikan makanan yang sehat dengan cara konsumsi yang mudah, tentunya hal ini menjadi suatu daya tarik bagi masyarakat di tengah pandemi yang lebih aware terhadap kesehatan dan pola makan yang sehat. Melalui kemudahan dalam mengonsumsi EatBowl, pembeli dapat memesan EatBowl secara online delivery maupun take away dengan kemasan yang praktis mengingat masyarakat juga lebih banyak memilih untuk mengonsumsi makanan dari rumah.





4.4 Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aspek yang penting pada saat menjalankan atau membangun suatu bisnis. Strategi pemasaran dapat membantu bisnis dalam menciptakan brand image terhadap produk/jasa yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Berikut adalah strategi pemasaran yang dilakukan EatBowl dalam menawarkan produknya kepada masyarakat.

a. Diferensiasi

Menurut Kotler et al. (2017) diferensiasi produk merupakan salah satu upaya perusahaan dalam membedakan produknya terhadap produk pesaing. Diferensiasi merupakan hal yang penting untuk dilakukan dalam menghadapi sebuah persaingan dengan produk sejenis. Diferensiasi dapat dilakukan dengan memberikan perbedaan dalam hal bentuk, desain, fitur, dan kualitas pada suatu produk.

Diferensiasi pada produk ricebowl yang ditawarkan oleh EatBowl terletak pada varian jenis menu makanan ricebowl yang beragam dalam menawarkan produk ricebowl, EatBowl tidak hanya menawarkan satu varian menu makanan ricebowl, dalam hal ini EatBowl menawarkan tiga jenis varian menu ricebowl, antarlain: Indonesian ricebowl, Japanese ricebowl, dan Chinese ricebowl.

Selain melakukan diferensiasi terhadap varian jenis menu, EatBowl juga menyajikan produknya dengan kemasan yang berbeda dengan para pesaingnya. Dalam hal packaging, EatBowl menggunakan plastik mangkok plastik khusus jenis thin wall, yang dimana plastik dari mangkok tersebut memiliki ketahanan terhadap suhu tinggi atau panas. Hal ini dilakukan EatBowl untuk mempermudah konsumen dalam menghangatkan makanannya sebelum dinikmati.

b. Positioning

Positioning merupakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan citra atau image, persepsi, terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen. Positioning EatBowl terletak pada varian jenis menu yang beragam dan harga yang terjangkau. Hal tersebut dapat dijadikan sebuah keunggulan dalam berkompetitif dengan para pesaing.

c. Penetapan Harga

Penetapan harga dalam menjalankan suatu bisnis merupakan hal yang sangat penting. Hal ini dikarenakan penetapan harga merupakan salah satu kunci penentu keberhasilan dari suatu bisnis. Penetapan harga dalam suatu bisnis memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan atau laba, mendapatkan serta mempertahankan pasar, dan menjaga kelangsungan dari bisnis.

Dalam penetapan harga, EatBowl menggunakan metode penetapan harga berdasarkan harga pesaing (Competitor Based Pricing) dalam menentukan harga jual dari produk ricebowl. EatBowl menetapkan harga yang lebih murah dari para pesaing yang memiliki produk sejenis.



Tabel 4. 7

Harga produk EatBowl berdasarkan strategi penetapan harga pesaing

Nama Restoran	Range Harga Produk
EatBowl	Rp 35.000
Jinae	Rp 40.000 - Rp 50.000
Siguurih	Rp 40.000 - Rp 55.000
SecBowl	Rp 45.000 - Rp 55.000
Mangkokku	Rp 40.000 - Rp 60.000

Sumber: EatBowl

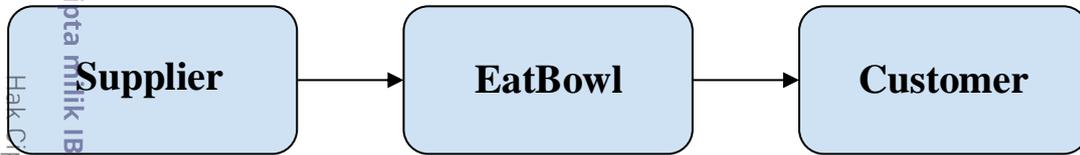
d. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah kegiatan dalam menyalurkan produk dari penjual kepada pembeli. Barang yang dijual tidak akan sampai ke tangan pembeli atau konsumen apabila tidak menentukan saluran distribusi yang akan digunakan. Penetapan strategi terkait saluran distribusi juga penting untuk dilakukan mengingat saluran distribusi menjadi penentu sampainya barang kepada konsumen. EatBowl menggunakan saluran distribusi secara langsung yaitu EatBowl menyalurkan produknya kepada konsumen tanpa melalui perantara atau distributor. Saluran distribusi yang digunakan EatBowl adalah melalui penjualan secara langsung di resto EatBowl dan pemesanan secara online melalui aplikasi pesan antara seperti Gofood, Grab Food, Shopee Food, serta pemesanan melalui WhatsApp & Instagram.



Gambar 4. 8

Saluran Distribusi EatBowl



Sumber: EatBowl

4.5 Strategi Promosi

a. Advertising

Advertising atau periklanan merupakan salah satu aktivitas pemasaran dengan mengeluarkan sejumlah biaya untuk mengiklankan suatu produk. Iklan menjadi salah satu cara untuk meningkatkan awareness seseorang terhadap suatu produk. Terlebih lagi saat ini seiring perkembangan teknologi periklanan dilakukan secara digital yaitu melalui media sosial (IG Ads, FB Ads, Youtube Ads), website, Google Ads, dan lain sebagainya.

EatBowl menggunakan media digital advertising yaitu IG & FB Ads untuk meningkatkan penjualan. EatBowl juga akan menargetkan jangkauan IG & FB Ads untuk di wilayah DKI Jakarta terlebih dahulu, terkhususnya Jakarta Utara untuk target penonton ikhlannya. Melalui IG Ads, EatBowl juga lebih banyak memposting iklan di IG Story yang dapat menjangkau para pengguna IG dengan mudah mengingat masyarakat lebih sering untuk membuka story dan dapat di direct ke link pembelian.

b. Sales Promotion

Sales promotion merupakan salah satu bentuk promosi yang dapat mendorong serta meningkatkan efektivitas pembelian konsumen, sales promotion dapat berupa potongan harga





atau diskon pembelian produk. Dalam menerapkan sales promotion, EatBowl menawarkan berbagai jenis paket pembelian, seperti: paket hemat free minum, paket berdua, paket keluarga. Selain itu EatBowl juga akan menawarkan harga special pada event-event tertentu, seperti: event hari raya besar, anniversary restoran EatBowl.

c. Personal Selling

Personal selling adalah metode pemasaran yang dilakukan melalui interaksi kepada calon pembeli secara langsung agar mendorong pembeli untuk melakukan pembelian. Eatbowl akan membuka booth di beberapa event-event makanan/kuliner di mall dan tempat lain. Di booth tersebut EatBowl juga menempatkan 1-2 sales promotion girl/boy yang akan melakukan personal selling ke pengunjung yang datang untuk menawarkan EatBowl.

d. Public Relation

Public relation merupakan salah satu metode pemasaran yang memiliki tujuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik antara suatu perusahaan dengan publik. Menjalin serta menjaga hubungan baik dengan masyarakat dapat menciptakan citra perusahaan yang baik dan positif.

Citra dari suatu perusahaan dapat menjadi salah satu faktor penentu bagi calon konsumen ketika konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk atau jasa. Dalam menjaga hubungan dengan konsumen, EatBowl akan menyediakan layanan berupa chat dengan customer service, yang akan membantu para konsumen dalam menjelaskan produk, melakukan transaksi pembelian, serta menampung feedback dari para konsumen.

e. Direct Marketing

Direct marketing memiliki prinsip pendekatan kepada konsumen yang hampir sama dengan personal selling. Akan tetapi yang membedakan ialah direct marketing atau pemasaran secara langsung ini dilakukan menggunakan suatu platform atau media untuk berkomunikasi dengan pelanggannya tanpa membutuhkan perantara dari pihak ketiga. EatBowl menggunakan platform seperti Whatsapp & Email Blast untuk membagikan beberapa promo-promo menarik kepada pembeli. Selain untuk menarik pembeli agar kembali melakukan pembelian, langkah ini juga dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggan yang pada akhirnya juga akan meningkatkan penjualan EatBowl.

1. Dilang engkup selagi ntau sluruh 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.

