

## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

#### 4.1 Produk Yang Dihasilkan

Bakmie adalah salah satu jenis makanan mie yang dikenalkan oleh pedagang yang berasal dari China ke Indonesia. Arti dari bakmie sebenarnya adalah sebutan untuk makanan jenis mie dengan menggunakan daging.

Bahan baku utama yang paling umum dari mie adalah tepung terigu, minyak sayur, air dan telur. Dengan mencampurkan bahan dasar sampai merata serta tidak lengket, langkah selanjutnya adalah memipihkan adonan dengan menggunakan alat penggiling. Kemudian setelah itu memotong mie serta menambahkan tepung lagi agar mie tidak saling menempel. Langkah terakhir adalah didiamkan sekitar 25-30 menit sampai akhirnya bisa dimasak.

Berikut ini adalah logo dan produk yang dihasilkan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung.

- a. Logo perusahaan

Gambar 4.1  
Logo Perusahaan



Sumber : Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung, 2022





Logo dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung mempunyai simbol seperti mangkuk dan sumpit yang berarti adalah restoran Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung memang menyajikan khusus makanan jenis bakmie. Selain itu dipojok kanan atas juga ada sertifikasi halal yang berarti produk makanan dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung sudah bebas dari segala macam bahan yang diharamkan dan sudah mendapatkan sertifikasi halal secara resmi.

**b Produk yang dihasilkan**

**1) Bakmie Ayam Khas Bangka**

Bakmie yang satu ini yang paling memiliki khas dari Bangka. Bakmie ini juga mempunyai tekstur yang sangat lembut dan kenyal dan selain itu mempunyai rasa khas dari Bangka. Dan untuk harga terbilang cukup murah dibandingkan bakmie keping karena topping yang digunakan hanyalah daging cincang ayam namun rasa yang diberikan sangatlah enak.

**Gambar 4.2**  
**Bakmie Ayam Khas Bangka**



Sumber: Google, 2022

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.



## 2) Bakmie Spesial

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Bakmie special adalah bakmie hidangan khusus dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung yang menggunakan campuran daging udang, kepiting dan bakso ikan didalamnya. Bakmie special ini juga mempunyai cita rasa khas dari daerah Bangka dan tekstur yang kenyal.

**Gambar 4.3**  
**Bakmie Spesial**



Sumber: Google, 2022

## 3) Bakmie Komplit

Bakmie komplit adalah menu yang ditawarkan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung yang mempunyai campuran topping daging yang paling lengkap. Sesuai namanya, bakmie komplit menggunakan campuran topping daging kepiting, udang, ayam, dan bakso ikan didalamnya. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi lebih mahal dibandingkan menu yang lainnya, namun pembeli dapat merasakan bakmie yang menggunakan topping paling banyak dan berkualitas baik serta cita rasa khusus daerah khas Bangka.



**Gambar 4.4**  
**Bakmie Komplit**



Sumber: Google, 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 mengizinkan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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.

## 4.2 Gambaran Pasar

Sebuah perusahaan perlu untuk memperkirakan kondisi pasar untuk dapat melihat peluang yang lebih besar lagi. Dengan mengetahui kondisi dan permintaan pasar, perusahaan nantinya dapat melakukan proyeksi penjualan dalam suatu periode tertentu. Dalam hal ini, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan menjelaskan gambaran pasar yang akan menunjukkan proyeksi penjualan dan anggaran penjualan produk dalam 5 tahun kedepan. Dengan melihat kondisi penjualan pesaing, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung memproyeksi penjualan pada bulan pertama sebesar 810 porsi untuk Bakmie ayam khas Bangka, 570 porsi untuk bakmie spesial dan 420 porsi untuk bakmie komplit. Untuk peningkatan penjualan pada berikutnya, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan asumsi pribadi yang masuk akal dengan meningkatkan sebesar 0,7% untuk masing – masing varian menu. Proyeksi penjualan ini ditentukan berdasarkan jumlah penjualan yang dilakukan oleh pesaing.

Berikut adalah proyeksi penjualan Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dari tahun 2023 – 2027 dan anggaran penjualan produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dari tahun 2023 – 2027:

**Tabel 4.1 Proyeksi Penjualan Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung Tahun 2023 - 2027**

BULAN	2023			2024			2025			2026			2027		
	Bakmie Ayam khas Bangka	Bakmie Spesial	Bakmie Komplit	Bakmie Ayam khas Bangka	Bakmie Spesial	Bakmie Komplit	Bakmie Ayam khas Bangka	Bakmie Spesial	Bakmie Komplit	Bakmie Ayam khas Bangka	Bakmie Spesial	Bakmie Komplit	Bakmie Ayam khas Bangka	Bakmie Spesial	Bakmie Komplit
Januari	810	570	420	960	620	530	1010	700	610	1108	789	696	1198	813	720
Februari	834	587	433	979	632	541	1030	714	622	1130	805	710	1222	829	734
Maret	843	593	437	986	637	544	1037	719	627	1138	810	715	1231	835	740
April	851	599	441	993	641	548	1045	724	631	1146	816	720	1239	841	745
Mei	860	605	446	1000	646	552	1052	729	635	1154	822	725	1248	847	750
Juni	855	602	443	995	643	549	1047	725	632	1148	818	721	1242	843	746
Juli	851	599	441	990	639	547	1041	722	629	1143	814	718	1235	838	742
Agustus	847	596	439	985	636	544	1036	718	626	1137	810	714	1229	834	739
September	843	593	437	980	633	541	1031	715	623	1131	805	711	1223	830	735
Oktober	859	605	446	995	642	549	1047	725	632	1148	818	721	1241	842	746
November	877	617	455	1010	652	557	1062	736	642	1165	830	732	1260	855	757
Desember	898	632	466	1030	665	569	1084	751	654	1189	846	747	1285	872	772
<b>TOTAL</b>	<b>10.228</b>	<b>7.197</b>	<b>5.303</b>	<b>11.902</b>	<b>7.687</b>	<b>6.571</b>	<b>12.522</b>	<b>8.679</b>	<b>7.563</b>	<b>13.737</b>	<b>9.782</b>	<b>8.629</b>	<b>14.853</b>	<b>10.080</b>	<b>8.927</b>

Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung, 2022

**Tabel 4.2 Anggaran penjualan Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung Tahun 2023 – 2027**

TAHUN	Bakmie ayam khas Bangka	Harga jual / porsi	total pendapatan	Bakmie Spesial	Harga Jual / porsi	total pendapatan	Bakmie Komplit	Harga jual / porsi	total pendapatan	Total penjualan
2023	10.228	Rp29.000,00	Rp296.598.633,23	7.197	Rp48.000,00	Rp345.463.542,15	5.303	Rp60.000,00	Rp318.190.104,61	<b>Rp960.252.280,00</b>
2024	11.902	Rp29.000,00	Rp345.167.223,65	7.687	Rp48.000,00	Rp368.971.859,76	6.571	Rp60.000,00	Rp394.264.285,63	<b>Rp1.108.403.369,03</b>
2025	12.522	Rp29.000,00	Rp363.144.683,21	8.679	Rp48.000,00	Rp416.581.131,99	7.563	Rp60.000,00	Rp453.775.875,91	<b>Rp1.233.501.691,11</b>
2026	13.737	Rp29.000,00	Rp398.380.503,96	9.782	Rp48.000,00	Rp469.546.447,34	8.629	Rp60.000,00	Rp517.750.835,47	<b>Rp1.385.677.786,76</b>
2027	14.853	Rp29.000,00	Rp430.739.931,17	10.080	Rp48.000,00	Rp483.829.229,01	8.927	Rp60.000,00	Rp535.604.312,55	<b>Rp1.450.173.472,73</b>

Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung, 2022

### 4.3 Target Pasar Yang Dituju

Menurut Kotler dan Armstrong (2020 : 213) segmentasi pasar dapat mengungkapkan peluang segmen dari pasar perusahaan. Kemudian, perusahaan dapat mengevaluasi berbagai segmen dan memutuskan berapa banyak dan segmen mana yang harus diberikan pelayanan terbaik.



Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung sudah melakukan analisis mengenai segmentasi pasar yang dapat berguna untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif. Analisis segmentasi pasar ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu jenis kelamin, umur, kelas sosial dan gaya hidup. Setelah melakukan analisis segmentasi pasar ini, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Berikut adalah penjelasannya:

a. Produk yang dijual

Produk yang Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung tawarkan disini adalah berupa makanan yaitu bakmie. Konsumen bisa membeli dengan cara online melalui aplikasi grab / gojek dan juga bisa dengan cara offline dengan cara datang langsung ke kedai Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung, bisa dibawa pulang bisa juga makan di tempat.

b. Jenis kelamin

Produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung bisa dibeli oleh baik perempuan maupun laki-laki karena makanan bakmie tidak terkhususkan bagi suatu jenis kelamin.

c. Umur

Produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung baik dikonsumsi oleh semua konsumen serta tidak memandang umur. Konsumen tidak perlu khawatir dengan ancaman penyakit kolestrol karena produk bakmie Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan minyak berkualitas tinggi yaitu minyak kelapa atau disebut “Virgin Coconut Oil” (VCO)

d. Kelas sosial

Untuk kelas social juga tidak ada yang khusus, semua kalangan dapat membeli produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung, karena harga yang Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung tawarkan cukup terjangkau, mulai dari 29 ribu rupiah sampai dengan 60 ribu rupiah.



e. Gaya hidup

Bagi para calon pelanggan yang ingin membeli produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung biasanya adalah mereka yang mempunyai gaya hidup yang biasa saja dan tidak terlalu mewah, karena Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung hanya mengedepankan rasa bukan kemewahan seperti restoran besar atau restoran mewah. Jadi untuk mereka yang mempunyai gaya hidup sangat mewah apalagi untuk dijadikan ajang gengsi disosial media, tempat Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung bukanlah tempat yang cocok untuk mereka yang mempunyai gaya hidup seperti itu.

#### 4.4 Strategi Pemasaran

Melakukan pemasaran adalah sebuah hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Menurut Saida (2020:3) Pemasaran adalah salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dan mengembangkan perusahaan serta untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Strategi pemasaran yang baik dapat membuat bisnis dapat meningkatkan penjualan serta membuat citra produk yang baik. Berikut adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung untuk meningkatkan penjualannya:

a. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 393) Diferensiasi produk adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dengan produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diingankan. Perusahaan dapat melakukan diferensiasi dengan membedakan ciri khas dari produk yang mereka tawarkan.

Produk bakmie yang Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung tawarkan mempunyai kualitas yang sangat berbeda dengan kedai bakmi lainnya yaitu memiliki tekstur yang kenyal dan lembut, mungkin ada beberapa pesaing yang mempunyai kualitas tinggi seperti ini juga, namun yang paling menjadi pembeda produk Kedai Bakmie Bangka



Ko Hiung dengan para pesaing adalah Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan resep rahasia khas dari Bangka yang tidak banyak diketahui oleh pebisnis bakmie di Bekasi. Selain itu, mie mentah yang Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung gunakan adalah hasil produksi sendiri, jadi bisa dipastikan kualitas serta kebersihan yang ada pada produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah sangat baik. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung juga tidak pernah menjual mie yang sudah kadaluarsa. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung juga menggunakan minyak kelapa atau biasa disebut Virgin Coconut Oil (VCO). Dengan menggunakan minyak kelapa berkualitas tinggi ini, bakmie yang Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung produksi mempunyai kemungkinan terkena penyakit kolesterol yang lebih kecil.

#### b. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2020 : 70), positioning adalah mengatur suatu produk untuk dapat menempati tempat yang jelas, khas dan relatif diinginkan oleh produk pesaing dibenak para konsumen.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung memposisikan diri sebagai sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner yang menawarkan makanan dengan jenis bakmie yang mempunyai rasa khas Bangka. Produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dikhususkan bagi mereka pencinta mie namun belum pernah mencoba rasa yang sangat khas dari Bangka. Apalagi, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan minyak kelapa yang berkualitas tinggi. Begitu mereka mencobanya dan mereka menyukainya, produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan mempunyai sebuah posisi di hati para konsumen dan akan selalu diingat apabila mereka ingin memakan mie yang enak dan sehat.

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.





c. Penetapan harga

Setiap perusahaan yang menjual sebuah produk harus menetapkan harga untuk menjual produknya. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan metode penetapan harga yang berdasarkan harga pesaing atau biasa disebut “*Competitor-Based Pricing*” untuk menjual produk bakmiennya. penetapan harga yang berdasarkan harga pesaing atau biasa disebut “*Competitor-Based Pricing*” adalah metode penetapan harga dengan membandingkan harga yang ditetapkan oleh kompetitor atau pesaing. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menetapkan harga yang sedikit lebih murah apabila dibandingkan pesaing. Dengan mempertimbangkan harga pesaing, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung memutuskan untuk menetapkan harga bagi Bakmie Ayam Khas Bangka yaitu Rp29.000/porsi, Bakmie Spesial sebesar Rp48.000/porsi dan Bakmie Komplit sebesar Rp60.000/porsi.

d. Saluran distribusi

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan saluran distribusi yang memastikan produk yang dijual sampai langsung ketangan konsumen tanpa melalui perantara. Bahan baku yang digunakan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung sudah diolah oleh pemasok. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung hanya perlu memproses bahan baku menjadi makanan berupa bakmie dan siap disajikan langsung kepada konsumen.

**Gambar 4.5**  
**Saluran Distribusi Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung**



Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung, 2022



## 4.5 Strategi Promosi

Strategi promosi adalah perencanaan aktivitas untuk melakukan cara promosi yang baik dan tepat untuk perusahaan sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan dapat meningkatkan penjualan. Berikut ini adalah strategi promosi yang dijalankan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung:

### a. Advertising

Dengan adanya kemajuan teknologi pada saat ini, ada sangat banyak media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan periklanan. Jumlah pengguna aktif sosial media saat ini yang mencapai angka 191 juta orang pada Januari 2022, jumlah ini telah meningkat sebesar 12,35% apabila dibandingkan dengan tahun 2021 yang mencapai 170 juta orang. Dengan banyaknya pengguna aktif sosial media saat ini, melakukan periklanan melalui sosial media seperti Instagram, Facebook dan Tiktok akan sangat berpeluang besar. Oleh karena itu, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan media online seperti Instagram, Tiktok dan Facebook untuk melakukan periklanan. Selain itu, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung juga menggunakan aplikasi seperti Shopee, Gojek, dan Grab untuk dapat menjangkau lebih banyak pembeli.

Selain itu, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung juga akan membuat spanduk dengan desain menarik tentang promo dan diskon yang akan diberikan kepada para konsumen.

### b. Sales Promotion

Pada saat Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung baru akan menjalankan kegiatan operasional, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan memberikan diskon dan promo yang menarik kepada para konsumen agar dapat memikat mereka dengan cara memberikan harga yang sangat murah, misalnya untuk menu utama yaitu bakmie ayam khas Bangka akan ditetapkan seharga Rp. 10.000. dengan ini, diharapkan akan banyak konsumen yang tertarik untuk datang dan mencoba produk dari Kedai Bakmie Bangka



Ko Hiung. Dan juga, untuk tahun berikutnya akan diberikan harga diskon juga untuk bakmie ayam khas Bangka seharga Rp. 10.000. setiap perayaan imlek yang biasanya berlangsung selama 15 hari. Maka diskon harga Rp. 10.000. itu juga berlangsung selama 15 hari.

### Personal Selling

Dalam tahap ini, pelanggan bebas menanyakan kepada Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung apa yang menjadi kelebihan dari produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dan Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan dengan senang hati selalu menjawab pertanyaan mereka agar dapat terjalin hubungan 2 arah yang baik. Mereka dapat menghubungi Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung melalui E-mail ataupun WhatsApp.

### d. Direct Marketing

Bagi para pelanggan tetap ataupun yang baru apabila mereka berkenan. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan mengirimkan mereka SMS atau E-mail untuk memberikan penawaran yang menarik. Jadi, *direct marketing* ini Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung lakukan agar dapat berkomunikasi langsung dengan konsumen dan bisa menumbuhkan loyalitas pelanggan.

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.