



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN




4.1 Produk atau Jasa yang Dihasilkan

Usaha *Makan Yuk* merupakan bisnis rumahan dengan metode offline dan juga online yang menawarkan aneka produk makanan yang inovatif dan umumnya cepat saji seperti pastel, makaroni scothel, dimsum, dan lain sebagainya. Usaha *Makan Yuk* menawarkan produk dalam berbagai kemasan dengan bahan aluminium foil maupun plastik mika yang terdiri dari berbagai ukuran yang bisa dikustomisasi sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam perkembangannya juga, usaha *Makan Yuk* akan mampu beradaptasi dengan inovasi serta trend terkini terkait perkembangan usaha *Food and Beverage* di Indonesia dan khususnya di DKI Jakarta.

Tabel 4.1 Produk – Produk Usaha *Makan Yuk*

No.	Nama Produk	Gambar	Penjelasan	Harga
	Pastel Sayur		<ul style="list-style-type: none"> - Dijual satuan ataupun per paket (1 paket isi 4) - Berbahan dasar utama adonan tepung terigu dicampur dengan telur dan mentega serta tambahan isian wortel dan kentang dan digoreng di minyak panas 	Rp 7.500/pcs Rp28.000/ paket



2. © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Pastel Ayam Suwir		<ul style="list-style-type: none">- Dijual satuan ataupun per paket (1 paket isi 4)- Berbahan dasar utama adonan tepung terigu dicampur dengan telur dan mentega serta tambahan isian ayam suwir dan kentang dan digoreng di minyak panas	Rp 8.000/pcs Rp30.000/ paket
	3. Pastel Daging Cincang		<ul style="list-style-type: none">- Dijual satuan ataupun per paket (1 paket isi 4)- Berbahan dasar utama adonan tepung terigu dicampur dengan telur dan mentega serta tambahan isian wortel dan daging cincang dan digoreng di minyak panas	Rp 9.000/pcs Rp34.000/ paket
	4.) Ayam Saus Barbeque		<ul style="list-style-type: none">- Dijual dalam bentuk styrofoam termasuk dengan nasi.- Berbahan dasar daging ayam yang telah dipotong – potong kemudian diolah dengan berbagai bahan rempah dan dimasak bersama dengan saus barbeque	Rp28.000/ Styrofoam

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.



5. Makaroni Scothel © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)		<ul style="list-style-type: none">- Dijual dalam bentuk aluminium foil.- Berbahan dasar makaroni diolah dengan susu UHT putih, telur, daging corned, keju lalu dikukus / dipanggang pada oven dengan waktu dan suhu tertentu	Rp 28.000/pcs (Aluminium Foil Ukuran > 250 MI)	
	6. Dimsum Ayam Mix Udang		<ul style="list-style-type: none">- Dijual dalam thinwal ukuran 250 MI dengan setiap wadah berisi 4 pcs dimsum- Berbahan dasar ayam dan udang yang telah dihaluskan kemudian dilapisi oleh kulit dimsum dan dikukus dalam waktu dan suhu tertentu	Rp 24.000/4 Pcs
	7. Kroket Singkong Keju (Original / Pedas)		<ul style="list-style-type: none">- Dijual dalam kemasan thinwal ukuran 250 MI dengan setiap wadah berisi 3 Pcs- Berbahan dasar singkong yang dihaluskan dan diolah bersama tepung roti dan keju batangan serta tambahan telur dan digoreng dalam minyak yang panas	Rp 18.000/3 Pcs

Sumber : Data *Makan Yuk* dan Google



4.2. Gambaran Pasar

Penulis akan menunjukkan hasil proyeksikan peramalan penjualan produk – produk *Makan Yuk* selama tahun 2023 - 2027. Berikut akan Penulis berikan peramalan penjualan produk – produk usaha *Makan Yuk* pada Tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2 Ramalan Penjualan Usaha *Makan Yuk* Tahun 2023

Bulan	Produk					Total Penjualan
	Paket Pastel	Paket Ayam Saus Barbeque	Makaroni Scotchel	Paket Dimsum	Paket Krokot	
	Rp 28.000	Rp 28.000	Rp 28.000	Rp 24.000	Rp 18.000	
Januari	300	230	210	210	175	Rp 28,910,000
Februari	345	220	225	245	160	Rp 30,880,000
Maret	325	250	240	265	190	Rp 32,600,000
April	350	220	250	195	195	Rp 31,150,000
Mei	295	210	195	275	225	Rp 30,250,000
Juni	335	225	180	255	165	Rp 29,810,000
Juli	290	240	200	185	185	Rp 28,210,000
Agustus	325	220	215	235	200	Rp 30,520,000
September	355	240	225	255	195	Rp 32,590,000
Oktober	360	250	245	260	160	Rp 33,060,000
November	320	240	255	245	185	Rp 32,030,000
Desember	375	220	275	255	225	Rp 34,530,000
Total	3975	2765	2715	2880	2260	Rp 374,540,000

Sumber : *Makan Yuk*

Tabel 4.3 Ramalan Penjualan Usaha *Makan Yuk* Tahun 2023 -2027

Tahun	Total
2023	Rp 374,540,000
2024	Rp 393,267,000
2025	Rp 412,930,350
2026	Rp 433,576,868
2027	Rp 455,255,711

Sumber : *Makan Yuk*

Total penjualan pada tabel 4.2 yang berjumlah Rp 28.910.000 berasal dari (Produk 1 yang berhasil terjual x Harga produk 1) + (Produk 2 yang berhasil terjual x Harga produk 2) + (Produk 3 yang berhasil terjual x Harga produk 3) + (Produk 4 yang berhasil terjual x Harga produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Jikalau ada yang melanggar hak cipta ini akan dikenakan sanksi hukum yang berat. Untuk lebih jelasnya, hubungi pihak yang bersangkutan. Penjualan menyebutkan sumber: 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4) + (Produk 5 yang berhasil terjual x Harga produk 5) maka akan didapat Total Penjualan sebesar Rp 28.910.000 dan ini berlaku mulai dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2023.

Penulis juga memproyeksikan adanya kenaikan penjualan setiap tahunnya selama lima (5) tahun sebesar 5% dikarenakan penjualan yang dilakukan oleh *Makan Yuk* menggunakan layanan offline dan online (melalui Grab, Gojek, dan *Shopee Food*) sehingga mampu untuk memenuhi target peramalan yang ditetapkan.

4.3. Target Pasar yang dituju

Target pasar Penulis menurut Segmentasi Pasar untuk konsumen dari usaha *Makan Yuk* adalah sebagai berikut. Untuk Segmentasi Geografik, Penulis menargetkan wilayah di sekitar domisili / kediaman Penulis atau bertujuan pada konsumen yang tinggal di daerah kota khususnya di Jakarta Pusat. Untuk Segmentasi Demografik rentang usia 14 – 30 tahun dengan sasaran utama adalah konsumen yang menyukai makanan camilan atau *snack* yang inovatif dan lezat. Untuk Segmentasi Psikografik, Penulis menargetkan konsumen yang memiliki gaya hidup praktis atau konsumen yang menyukai makanan cepat saji. Target pasar dari usaha atau bisnis *Makan Yuk* adalah sebagai berikut : Masyarakat yang gemar mengkonsumsi makanan cepat saji, orang dewasa, remaja, masyarakat sekitar lokasi usaha, pegawai kantoran, dan konsumen luas lainnya terutama berdomisili di DKI Jakarta.

4.4. Strategi Pemasaran

1) Differensiasi

Usaha atau bisnis *Makan Yuk* memiliki differensiasi pada produk – produknya dimana produk tersebut merupakan produk asli orisinal dari keluarga



Penulis atau juga merupakan produk yang dimodifikasi dengan menggunakan inovasi dan kreativitas sehingga menghasilkan rasa maupun bentuk yang cukup berbeda dari produk asalnya. Salah satu contoh produk yang Penulis angkat dari ide orisinal keluarga penulis adalah *Ayam Saus Barbeque* dimana produk tersebut merupakan resep asli dari adik Penulis dan sangat berbeda dari menu lain yang disajikan oleh pengusaha *Food and Beverage* dengan nama produk yang sama. Dan untuk produk – produk lainnya merupakan hasil dari modifikasi menu atau resep oleh keluarga Penulis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2) Positioning

Penempatan positioning dari usaha *Makan Yuk* adalah sebagai berikut :

a) Positioning menurut Atribut Produk

Usaha *Makan Yuk* memposisikan dirinya dengan menampilkan banner berisi tulisan nama merek *Makan Yuk* di depan lokasi usaha agar masyarakat mengetahui merek dan produk apa saja yang kami tawarkan. Usaha *Makan Yuk* juga berencana untuk membangun stand untuk meningkatkan penjualan offline dengan melakukan renovasi semi permanen untuk menciptakan lokasi fisik usaha *Makan Yuk*.

b) Positioning menurut Harga/Kualitas

Kami memposisikan usaha *Makan Yuk* dengan kualitas terbaik namun dengan harga yang terjangkau oleh konsumen. Inovasi produk kami diutamakan khususnya dalam variasi produk dan kualitas rasa serta strategi promosi yang Penulis terapkan pada usaha *Makan Yuk* tersebut. Kami berfokus untuk menghasilkan produk – produk yang memiliki kualitas yang tinggi atau baik

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.



dengan menempatkan harga yang wajar dan terjangkau.

c) Penetapan Harga

Harga yang ditetapkan oleh usaha *Makan Yuk* beragam mulai dari Rp 7.500,- sampai Rp 45.000,- tergantung pada produk yang dipilih dan diinginkan oleh konsumen. Produk – produk tersebut adalah pastel, dimsum, makaroni scothel, ayam saus barbeque, dan produk – produk lainnya dan akan bertambah seiring dengan perkembangan inovasi dan kreativitas Penulis serta harga akan menyesuaikan dengan pengeluaran dan pengolahan yang dilakukan oleh Penulis.

d) Saluran Distribusi

Penulis menerapkan saluran distribusi sederhana dimana menggunakan metode *Business to Consumer* (B2C) yang mana kami melakukan penjualan langsung kepada konsumen atau pengguna akhir. Metode ini kami terapkan karena Penulis memiliki pandangan bahwa usaha *Makan Yuk* akan berorientasi pada konsumen untuk konsumsi pribadi. Kami juga melakukan *indirect marketing channel* dimana konsumen akan mampu untuk menemukan kami pada aplikasi online seperti Grab, Gojek, dan *Shopee Food* tanpa harus datang langsung ke *outlet* kami.

4.5. Strategi Promosi

Berikut merupakan strategi promosi yang akan dijalankan atau diterapkan pada usaha *Makan Yuk* :

1) Advertising

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Penulis berencana untuk menggunakan iklan atau *Advertising* yang berfokus pada penggunaan sosial media yaitu Tiktok dan Instagram. Dengan menggunakan promosi melalui Instagram dan Tiktok maka Penulis dapat memperkirakan *feedback* bagi Penulis dan bagi *Viewers* pada akun Instagram Penulis akan menghasilkan hubungan yang baik. Dengan menggunakan Instagram *story* dan Tiktok *post* serta Tiktok *live* / Tiktok *shop* maka Penulis dapat meminimalkan pengeluaran untuk *Advertising* namun tidak mengurangi bobot yang dikandung oleh *platform* sosial media tersebut.

Tabel 4.4 Timeline Promosi pada Usaha Makan Yuk

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu	Minggu
Instagram Post Instagram Story	Tiktok Post Instagram Story	Instagram Live	Tiktok Live Shopee Live (Shopee Food)	Instagram Reels Instagram Story	Instagram Post Instagram Story	Instagram Live
Konten : Edukasi Merek Edukasi Produk	Konten : Promo by Influencer / Food Vlogger	Konten : QnA kepada konsumen	Konten: Unboxing Produk dan QnA terkait produk	Konten : Edukasi Makanan	Konten : Review by Influencer / Food Vlogger	Konten : Bebas

Sumber : *Makan Yuk*

2) Sales Promotion

Strategi untuk tahap ini kami akan berfokus kepada metode *Word of Mouth* dimana sembari kami melakukan penjualan *online* dan *offline* maka kami akan menawarkan promosi yang ada pada usaha kami pada hari tersebut. Selain karena kami masih merupakan UMKM dimana efisiensi biaya itu penting maka hal lain yang menjadi alasan Penulis adalah dengan metode *Word of Mouth* maka Penulis dengan konsumen akan memiliki hubungan yang lebih baik dan terkesan dekat.

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.



Dan untuk *sales promotion* untuk media online kami bekerja sama dengan platform - platform digital seperti Grab, Gojek, dan Shopee Food dimana kami akan menggunakan platform tersebut sebagai salah satu media untuk mempromosikan produk dan merek kami.

3) Public Relations

Usaha *Makan Yuk* menerima *Feedback* dalam bentuk apapun dari para konsumen yang telah mencoba pengalaman membeli dan menikmati produk di usaha *Makan Yuk* ini. Kami juga menyediakan kolom saran pada stand *offline* kami dan juga konsumen dapat mengirim kritik dan saran yang terdapat pada fitur *Direct Message* (DM) pada sosial media Instagram dan Tiktok untuk mengevaluasi kinerja pelayanan dan kualitas produk yang kami tawarkan dan sebagai media interaksi kami dengan konsumen. Semua itu ditujukan untuk membangun citra dan hubungan yang baik dengan konsumen kami.

4) Direct Marketing

Strategi ini kami berfokus pada dua metode yaitu *offline* dengan *Word of Mouth* dan *online* dengan menggunakan platform *Whatsapp* untuk menawarkan produk – produk inovatif dan terbaru kami serta untuk mengetahui selera konsumen kami. Kami juga berfokus kepada produk – produk yang memiliki tingkat penjualan yang baik untuk dipertahankan dan dikembangkan kedepannya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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