



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4.1 Produk atau Jasa yang Dihasilkan

- a. Logo yang diciptakan :

Gambar 4.1
Logo Perusahaan



Ini mencerminkan usaha Blendeur Bowls merupakan buah-buahan yang segar dan sehat, terlihat dari warna pink yang menunjukkan kesegaran dan warna hijau yang memberikan unsur sehat.

- b. Produk yang dihasilkan yaitu *smoothie bowl* yang terdiri dari :

- 1.) Dragon Festival

Perpaduan antara buah naga dengan buah pisang ditambah dengan gandum dan juga susu segar yang membentuk rasa manis segar dominan pisang tanpa menghilangkan rasa dari buah naga itu sendiri. Dengan kalori sebesar 149 Kcal untuk ukuran small dan juga 299 Kcal untuk ukuran large. Pada varian dragon festival ini memiliki manfaat yaitu membantu proses detoksifikasi karena kaya akan antioksidan, membantu mengurangi berat badan, mencegah kanker, diabetes, darah tinggi, dan meningkatkan kekebalan tubuh.

- 2.) Sunny Flamingo

Perpaduan antara buah stroberi dengan buah pisang ditambah dengan gandum dan juga susu segar yang menyatu menjadi rasa asam yang khas dari stroberi dan

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



rasa kenyang dari buah pisang. Varian ini memiliki banyak manfaat, diantara menjaga kesehatan jantung, mencegah penuaan dini, mengurangi peradangan, dan pastinya juga memperkuat daya tahan tubuh.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.) Choco Alligator

Perpaduan antara buah alpukat dengan pisang dengan tambahan gandum, coklat premium rendah kalori, serta susu segar yang menjadikan varian ini lebih dominan rasa alpukat dan coklat. Pada variant ini terdapat beberapa manfaat yaitu memperlancar pembuluh darah, menyehatkan mata, kaya akan lemak baik, membantu menurunkan berat badan, dan turunkan risiko depresi.

4.) Broccoli Bay

Perpaduan antara buah nanas dengan brokoli dengan tambahan susu dan gandum yang menjadikan warna pada varian ini kehijauan serta rasa dominan manis dari nanas itu sendiri. Manfaat dari varian ini yaitu tinggi serat sehingga memperlancar pencernaan, pembangkit tenaga, anti inflamasi, dan melindungi dari penyakit kardiovaskular.

5.) Choco Boost

Perpaduan antara buah pisang dengan cokelat premium rendah kalori ditambah dengan gandum serta susu segar yang membuat varian ini menjadi enak dan *mood-booster* sekali untuk para pecinta cokelat. Manfaat yang diberikan dari varian ini yaitu sumber karbohidrat dan vitamin A, meningkatkan kekebalan tubuh, membantu mengatasi hipertensi, dan menurunkan berat badan.

6.) Mangoholic

Perpaduan antara buah mangga dan buah nanas yang rasa manisnya lebih dominan dari buah mangga itu sendiri serta gandum dan susu yang membuat jenis ini menjadi lebih *creamy*. Manfaat yang didapatkan adalah mempercantik kulit,

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.

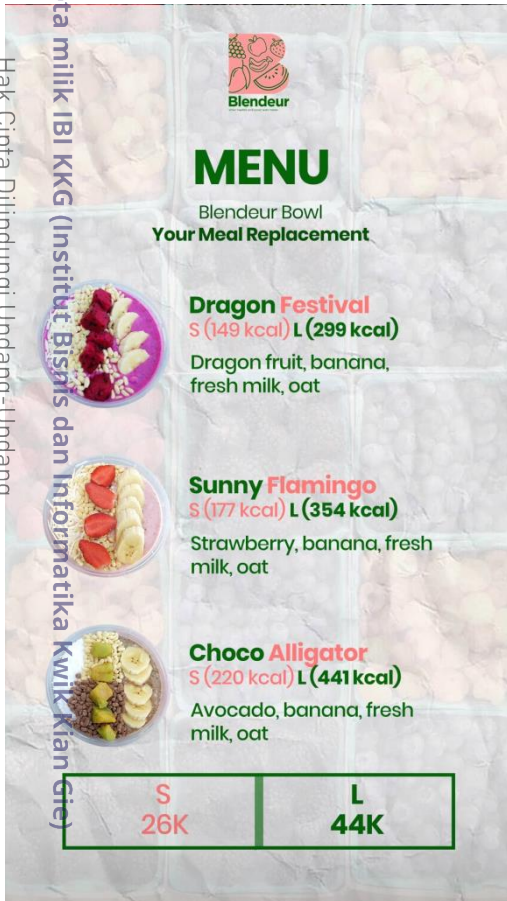
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

mencegah kanker, menurunkan kolestrol, mencegah anemia, dan menyehatkan pencernaan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Gambar 4.2
Menu



Gambar 4.3
Menu

4.2 Gambaran Pasar

Dalam menjalankan suatu usaha, tentu wajib untuk menganalisa atau memproyeksikan usaha kita kedepannya dan melihat adanya peluang di masa mendatang. Dengan mengetahui kondisi dan situasi pasar yang serupa, perusahaan dapat membuat rencana dan persiapan lebih dini sehingga dapat menangkap peluang yang berdatangan. Untuk itu Blendeur Bowls akan menjelaskan gambaran penjualan dalam 5 tahun kedepan.

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.



Blendeur Bowls memproyeksikan pada tahun 2023 akan menjual sebanyak 10.000 mangkuk kecil dan 5.000 mangkuk besar (masing-masing dengan total nominal Rp. 260.000.000 dan Rp. 220.000.000). Harga untuk ukuran kecil mulai dari Rp. 26.000 dan besar seharga Rp. 44.000. Penjualan diasumsikan naik sebesar 10% setiap tahunnya. Berikut proyeksi penjualan Blendeur Bowls dari tahun 2023 sampai dengan tahun 2027.

Tabel 4.1
Proyeksi Penjualan Bulanan Blendeur Bowls (dalam rupiah)

Bulan	Small			Large		
	Unit	Harga	Revenue (Rp)	Unit	Harga	Revenue (Rp)
Januari	500	26.000	13.000.000	200	44.000	8.800.000
Febuari	700	26.000	18.200.000	200	44.000	8.800.000
Maret	800	26.000	20.800.000	350	44.000	15.400.000
April	800	26.000	20.800.000	350	44.000	15.400.000
Mei	800	26.000	20.800.000	450	44.000	19.800.000
Juni	800	26.000	20.800.000	450	44.000	19.800.000
Juli	800	26.000	20.800.000	450	44.000	19.800.000
Agustus	800	26.000	20.800.000	450	44.000	19.800.000
September	900	26.000	23.400.000	450	44.000	19.800.000
Oktober	1000	26.000	26.000.000	450	44.000	19.800.000
November	1000	26.000	26.000.000	600	44.000	26.400.000
Desember	1100	26.000	28.600.000	600	44.000	26.400.000
Total	10000		260.000.000	5000		220.000.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tabel 4.2

Proyeksi Penjualan Blendeur Bowls tahun 2023 – 2027 (dalam rupiah)

Tahun	Small (Unit)	Harga	Jumlah	Large (Unit)	Harga	Jumlah	Total
2023	10000	26.000	260.000.000	5000	44.000	220.000.000	480.000.000
2024	11000	28.080	308.880.000	5500	47.520	261.360.000	570.240.000
2025	12100	30.326	366.944.600	6050	51.321	310.492.050	677.436.650
2026	13310	32.752	435.929.120	6655	55.426	368.860.030	804.789.150
2027	14641	35.372	517.881.452	7320	59.860	438.175.200	956.056.652

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.3

Harga Pokok Penjualan Blendeur Bowls (dalam rupiah)

No	Keterangan	Harga (Small)	Harga (Large)
1	Buah	4.000	8.000
2	Susu	1.500	3.000
3	Gandum	500	1.000
4	Granola	1.700	3.400
5	topping buah	1.500	3.000
6	Plastik	180	180
7	Mangkuk	180	360
8	Sticker	500	500
9	Paper Bag	500	500
Total per pcs		10.560	19.940
Total per tahun		105.600.000	99.700.000
TOTAL		205.300.000	

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

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



berbagai segmen dan memutuskan berapa banyak dan segmen mana yang harus diberikan pelayanan terbaik.

Blendeur Bowls mempunyai target pasar yang dimana rata-rata usia di sekitar 20-35 tahun dan berada di kelas menengah keatas serta orang dengan gaya hidup sehat.

a. Jenis Kelamin

Produk Blendeur Bowls dapat dibeli baik oleh perempuan maupun laki-laki. Jika dilihat dari peminatnya, pembeli Blendeur Bowls yang berjenis kelamin wanita berada di sekitar 80-85% dan pria berada di sekitar 15-20%.

b. Umur

Blendeur Bowls memiliki segmentasi konsumen yang berada di rentang umur 20-30 tahun. Saat umur-umur tersebut, konsumen sedang memperhatikan dirinya dan bentuk ideal dari tubuhnya.

c. Kelas Sosial

Untuk pembeli Blendeur Bowls berada di kelas menengah atas dikarenakan harga yang ditawarkan tidak begitu murah.

d. Gaya Hidup

Dengan adanya pandemi covid-19 yang melanda Indonesia 2020 silam, gaya hidup masyarakat pun berubah, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat.

4.4 Strategi Pemasaran

a. Diferensiasi

Produk yang ditawarkan di desain unik dengan tercantum kandungan nutrisi pada kemasannya dan juga dibuat konsep khusus, dimana *smoothie bowl* ini bisa



menggantikan satu kali makanan seseorang serta harga yang bersaing dan kualitas yang tidak kalah dengan kompetitor.

b. *Positioning*

Menempatkan diri sebagai *brand* yang dapat dibilang makanan alternatif atau pengganti satu kali makan seseorang.

c. *Penetapan Harga*

Harga berada di Rp. 26.000 untuk ukuran kecil dan Rp. 44.000 untuk yang ukuran besar. Harga ditetapkan seakan belum menyentuh harga Rp. 30.000 (yang kecil) serta belum menyentuh Rp. 45.000 (yang besar) karena agar menarik perhatian pelanggan dan seakan-akan harga terlihat jauh lebih murah dari biasanya dan lebih murah dari kompetitor yang menaruh harga di Rp. 35.000 (yang kecil) dan Rp. 60.000 (yang besar).

d. *Saluran Distribusi*

Saluran distribusi menggunakan saluran distribusi langsung karena ketika pelanggan pesan / *order*, paket mereka akan segera dikirim ke alamat tujuan mereka menggunakan GrabFood, GoFood, ShopeeFood, dan AirasiaFood.

4.5 Strategi Promosi

a. *Advertising*

Iklan yang sering digunakan pastinya iklan di digital seperti *FB Ads*, *Instagram Ads*, *endorse* atau kolaborasi dengan *influencer health & fitness*.

Tabel 4.4

Timeline Media Sosial April 2023

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
Video	Promosi	Informasi	Edukasi	Testimonial	Hiburan	Hiburan



Contoh konten :

Gambar 4.4



Caption :

"Perlu untuk kita selalu tahu apa yang kita makan, dan peduli apa yang masuk ke dalam tubuh"

Agar kita bisa jaga nih friends kesehatan kita, mulai dari sejak muda / dini

Gamau kan ya belum sampai 'usia' nya, kamu udah gampang pegel" dan sakit leher



Pastiin nutrisi dan vitamin kamu terpenuhi

Pencernaan mu juga terjaga dengan baik 😊

Konsumsi Dragon Festival di pagi hari bisa membantu terpenuhnya nutrisi dan vitamin dalam tubuh kamu 🍷

Kamu pun juga udah gaperlu makan pagi lagi,

Buat yang diet juga sangat baik untuk breakfast dengan blendeur bowls ☺

Order now!

Available on Go-food, Grab Food, Shopee Food 🙌

Sumber: Instagram Blendeur Bowls

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.



b. *Sales Promotion*

Ⓢ Sering mengadakan *giveaway* untuk mereka yang mengikuti akun instagram perusahaan dan juga promo-promo menarik seperti *buy2 get1* atau berbagai diskon lainnya.

c. *Personal Selling*

Melakukan demo produk dan memberikan sampel gratis di tempat-tempat kebugaran seperti tempat *fitness*, gor untuk berlari, dan sebagainya.

d. *Public Relation*

Untuk menyampaikan dan menyambungkan kemauan perusahaan kepada publik diperlukan seseorang yang cukup berkompeten dalam berkomunikasi dan menunjukkan bahwa dirinya mencerminkan citra dari perusahaan itu sendiri. Di zaman sekarang, sudah sangat mudah untuk membangun relasi dan menyampaikan apa yang jadi tujuan perusahaan ke publik. Contohnya, melakukan kerjasama dengan para *influencer* yang terbilang cukup memiliki pengaruh di bidang *health & fitness*. Dengan begitu, mereka yang sudah terbiasa dan paham ilmu nya dengan *health* dan juga *fitness*, akan semakin lebih fasih atau lancar dalam menyampaikan ide-ide perusahaan serta membina relasi dengan publik tersebut.

e. *Direct Marketing*

Melalui sosial media, kita bisa dengan mudah menjangkau konsumen akhir untuk memasarkan produk yang kita buat. Bisa juga dengan *email marketing*, *chat whatsapp*, dan *direct selling*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie