



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. 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 akan dihasilkan oleh Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus:

1. Logo Perusahaan

Gambar 4.1
Logo Bakmie Bangka Ayam Kampus



Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus, 2023

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.



2. Produk yang dihasilkan

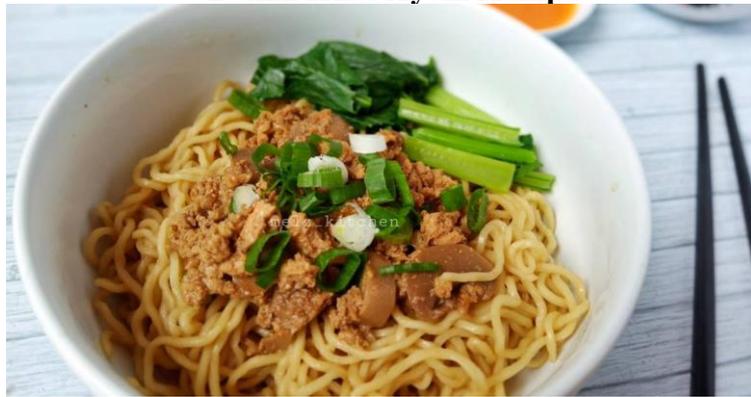
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Bakmie ayam bangka khas ayam kampus

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 murah dibandingkan bakmie keping karena topping yang digunakan hanyalah daging cincang ayam namun rasa yang diberikan sangatlah enak enak gurih.

Gambar 4.2
Bakmi Khas Ayam Kampus



Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus, 2023

b. Bakmie Ayam Spesial

Bakmie ayam menggunakan bakso atau pangsit ini merupakan varian menu yang berada di Kedai Bakmie Ayam Kampus ini yang menggunakan tambahan bakso atau pangsit di mangkuk bakmie nya. Bakmie ini juga mempunyai cita rasa khas bangka dengan tekstur yang kenyal dan rasa yang gurih.

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.

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.

Gambar 4.3
Bakmi Ayam Spesial



Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus, 2023

c. Bakmie Ayam Komplit

Bakmie komplit adalah menu yang ditawarkan oleh Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus yang mempunyai campuran topping daging. Sesuai namanya, bakmie komplit menggunakan campuran topping bakso, pangsit, dan ayam di dalamnya. 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 Ayam Komplit



Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus, 2023



B. 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 Ayam Kampus 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 Ayam Kampus memproyeksi penjualan pada bulan pertama sebesar 900 porsi untuk Bakmie ayam khas Bangka, 600 porsi untuk bakmie spesial dan 450 porsi untuk bakmie komplit. Untuk peningkatan penjualan pada bulan berikutnya, Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus menggunakan asumsi pribadi yang masuk akal dengan meningkatkan sebesar 0,5% untuk masing – masing varian menu. Proyeksi penjualan ini ditentukan berdasarkan jumlah penjualan yang dilakukan oleh pesaing.

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

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 4.1
Ramalan Penjualan Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus Tahun 2024 - 2028

bulan	2024			2025			2026			2027			2028		
	Khas ayam kampus	spesial	komplit												
Jan	1,500	900	750	1,593	956	796	1,691	1,014	845	1,795	1,077	898	1,906	1,195	953
Feb	1,508	905	754	1,600	960	800	1,699	1,020	850	1,804	1,082	902	1,915	1,201	958
Mar	1,515	909	758	1,608	965	804	1,708	1,025	854	1,813	1,088	907	1,925	1,207	962
Apr	1,523	914	761	1,617	970	808	1,716	1,030	858	1,822	1,093	911	1,934	1,213	967
Mei	1,530	918	765	1,625	975	812	1,725	1,035	862	1,831	1,099	916	1,944	1,219	972
Jun	1,538	923	769	1,633	980	816	1,733	1,040	867	1,840	1,104	920	1,954	1,225	977
Jul	1,546	927	773	1,641	985	820	1,742	1,045	871	1,850	1,110	925	1,964	1,231	982
Aug	1,553	932	777	1,649	989	825	1,751	1,050	875	1,859	1,115	929	1,973	1,237	987
Sept	1,561	937	781	1,657	994	829	1,760	1,056	880	1,868	1,121	934	1,983	1,243	992
Oktr	1,569	941	784	1,666	999	833	1,768	1,061	884	1,877	1,126	939	1,993	1,249	997
Nov	1,577	946	788	1,674	1,004	837	1,777	1,066	889	1,887	1,132	943	2,003	1,256	1,002
Des	1,585	951	792	1,682	1,009	841	1,786	1,072	893	1,896	1,138	948	2,013	1,262	1,007
total	18,503	11,102	9,252	19,645	11,787	9,822	20,856	12,514	10,428	22,143	13,286	11,071	23,508	14,737	11,754

Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus, 2023

Tabel 4.2
Anggaran Penjualan Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus Tahun 2024 - 2028

(dalam rupiah)

tahun	Khas ayam kampus	Harga jual/porsi	Pendapatan	spesial	Harga jual/porsi	pendapatan	komplit	Harga jual/porsi	pendapatan	total
2024	18,503	Rp 15.000	277,545,000.00	11,102	Rp18.000	199,836,000	9,252.00	Rp 20.000	185,040,000	662,421,000
2025	19,645	Rp 15.000	294,675,000.00	11,787	Rp18.000	212,166,000	9,822.00	Rp 20.000	196,440,000	703,281,000
2026	20,856	Rp 15.000	312,840,000.00	12,514	Rp18.000	225,252,000	10,428.00	Rp 20.000	208,560,000	746,652,000
2027	22,143	Rp 15.000	332,145,000.00	13,286	Rp18.000	239,148,000	11,071.00	Rp 20.000	221,420,000	792,713,000
2028	23,508	Rp 15.000	352,620,000.00	14,737	Rp18.000	265,266,000	11,754.00	Rp 20.000	235,080,000	852,966,000

Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus, 2023



C. 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 Ayam Kampus 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 Ayam Kampus diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Berikut adalah penjelasannya:

1. Produk yang dijual

Produk yang Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus tawarkan disini adalah berupa makanan yaitu bakmie. Konsumen bisa membeli dengan cara *online* melalui aplikasi *Grab*, *Gojek*, *Shoope* dan juga bisa dengan cara *offline* dengan cara datang langsung ke kedai Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus, bisa dibawa pulang bisa juga makan di tempat.

2. Jenis kelamin

Produk Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus bisa dibeli oleh baik perempuan maupun laki-laki karena makanan bakmie tidak dikhususkan bagi suatu jenis kelamin.

3. Umur

Produk Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus baik dikonsumsi oleh semua konsumen serta tidak memandang umur. Konsumen tidak perlu khawatir dengan ancaman penyakit kolesterol karena produk bakmie Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus menggunakan minyak dan mie berkualitas tinggi.



4. Kelas sosial

Untuk kelas sosial juga tidak ada yang khusus, semua kalangan dapat membeli produk Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus, karena harga yang Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus tawarkan murah dan terjangkau, mulai dari 15 ribu rupiah sampai dengan 20 ribu rupiah.

5. Gaya hidup

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

D. 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 Ayam Kampus untuk meningkatkan penjualannya:

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



1. 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 diinginkan. Perusahaan dapat melakukan diferensiasi dengan membedakan ciri khas dari produk yang mereka tawarkan.

Produk bakmie yang Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus tawarkan mempunyai kualitas yang sangat berbeda dengan kedai bakmi lainnya yaitu memiliki tekstur yang kenyal dan lembut dan rasa yang gurih, mungkin ada beberapa pesaing yang mempunyai kualitas tinggi seperti ini juga, namun yang paling menjadi pembeda produk Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus dengan para pesaing adalah Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus menggunakan resep rahasia khas dari Bangka yang tidak banyak diketahui oleh pebisnis mie di Bekasi. Selain itu, mie mentah yang Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus gunakan adalah hasil produksi sendiri, jadi bisa dipastikan kualitas, kebersihan, dan kesegaran yang ada pada produk Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus adalah sangat baik. Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus juga tidak pernah menjual mie yang sudah kadaluarsa. Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus jika produk yang dihasilkan sudah kadaluarsa akan dibuang dan tidak akan disajikan kepada pelanggan.

2. 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 di benak para konsumen

Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus memposisikan diri sebagai sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner yang menawarkan makanan dengan jenis bakmie yang mempunyai rasa khas Bangka. Produk Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus

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.



dikhususkan bagi mereka pencinta mie namun belum pernah mencoba rasa yang sangat khas dari Bangka. Begitu mereka mencobanya dan mereka menyukainya, produk Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus akan mempunyai sebuah posisi di hati para konsumen dan akan selalu diingat apabila mereka ingin memakan mie yang enak, murah, dan tempat yang bersih

3. Penetapan Harga

Setiap perusahaan yang menjual sebuah produk harus menetapkan harga untuk menjual produknya. Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus menggunakan metode penetapan harga yang berdasarkan harga pesaing atau biasa disebut “Competitor Based Pricing” untuk menjual produk bakmie nya. 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 Ayam Kampus menetapkan harga yang lebih murah apabila dibandingkan pesaing. Dengan mempertimbangkan harga pesaing, Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus memutuskan untuk menetapkan harga bagi Bakmie Ayam Khas Bangka yaitu Rp15.000/porsi, Bakmie Spesial sebesar Rp18.000/porsi dan Bakmie Komplit sebesar Rp20.000/porsi.

4. Saluran Distribusi

Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus menggunakan saluran distribusi yang memastikan produk yang dijual sampai langsung ke tangan konsumen tanpa melalui perantara. Bahan baku yang digunakan oleh Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus belum diolah oleh pemasok. Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus perlu memproses bahan baku menjadi makanan berupa bakmie dan siap disajikan langsung kepada konsumen.

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



E. 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 Ayam Kampus:

1. 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 Ayam Kampus menggunakan media *online* seperti *Instagram*, *Tiktok* dan *Facebook* untuk melakukan periklanan. Selain itu, Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus juga menggunakan aplikasi seperti *Shopee*, *Gojek*, dan *Grab* untuk dapat menjangkau lebih banyak pelanggan tetap.

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



2. Sales Promotion

© Pada saat Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus baru akan menjalankan kegiatan operasional, Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus 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 Ayam Kampus. 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.

3. Personal Selling

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

4. Direct Marketing

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

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.