



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Produk Yang Dihasilkan

Usaha minuman dari olahan sarang burung walet yang dijalankan berada di Kelapa Gading, Kota Jakarta Utara. Minuman sarang burung walet yang dihasilkan “*Healthy Nest*” memiliki varian rasa original variance healthy nest, signature variance healthy nest, honey variance healthy nest dengan harga Rp. 90.000,- per botol dan mix variance healthy nest dengan harga Rp. 110.000,- per botol. Melihat dari jenis produk dan kondisi, usaha ini memiliki potensi yaitu bahan baku yang mudah di dapat, karena orang tua bekerja pada usaha sarang burung walet. Selain itu dari produknya, sarang burung walet memiliki kandungan gizi yang bermanfaat bagi kesehatan.

Selama ini, sarang burung walet dikenal sebagai produk premium, yaitu harganya yang mahal, begitu pula dengan produk olahannya seperti minuman. Dibalik tujuannya untuk menambah pendapatan, “*Healthy Nest*” juga memiliki misi untuk membuat produk olahan sarang burung walet dengan harga terjangkau sehingga dapat juga dinikmati oleh masyarakat kalangan ekonomi menengah keatas. “*Healthy Nest*” memiliki kemampuan dalam membuat produk minuman sarang burung walet dan menjaga kualitas produknya dengan tidak menggunakan pemanis buatan maupun gula pasir, namun menggunakan gula batu organik.

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.



Tabel 4. 1

Daftar Harga Minuman Sarang Burung Walet

| Nama Produk  | Keterangan  | Harga              |
|--|---|--------------------|
| <br><a href="https://cms-dashboard.realfood.co.id/app/uploads/2022/12/Forever-Bright.png">https://cms-dashboard.realfood.co.id/app/uploads/2022/12/Forever-Bright.png</a>   | <i>Original Variance Healthy Nest</i> terbuat dari 100% sarang burung walet yang dimasak bersama dengan goji berry, longan kering, pandan dan gula batu organik.              | Rp. 90.000 / botol |
| <br><a href="https://cms-dashboard.realfood.co.id/app/uploads/2022/12/Forever-Young-1.png">https://cms-dashboard.realfood.co.id/app/uploads/2022/12/Forever-Young-1.png</a> | <i>Signature Variance Healthy Nest</i> terbuat dari 100% sarang burung walet yang dimasak bersama dengan goji berry, longan kering, kurma cina, pandan dan gula batu organik. | Rp. 90.000 / botol |
| <br><a href="https://cms-dashboard.realfood.co.id/app/uploads/2022/12/Hair-Power.png">https://cms-dashboard.realfood.co.id/app/uploads/2022/12/Hair-Power.png</a>         | <i>Honey Variance Healthy Nest</i> terbuat dari 100% sarang burung walet yang dimasak bersama dengan goji berry, longan kering, madu, pandan dan gula batu organik.           | Rp. 90.000 / botol |
| <br><a href="https://cms-dashboard.realfood.co.id/app/uploads/2022/12/Forever-Young.png">https://cms-dashboard.realfood.co.id/app/uploads/2022/12/Forever-Young.png</a>   | <i>Mix Variance Healthy Nest</i> terbuat dari 100% sarang burung walet yang dimasak bersama dengan goji berry, longan kering, kurma cina, madu, pandan dan gula batu organik. | Rp. 110.000/ botol |

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

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.

Sumber : *Healthy Nest*



**B. Gambaran Pasar**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam menentukan sebuah proyeksi permintaan konsumen dan juga penjualan minuman sarang burung walet, maka “*Healthy Nest*” telah melakukan observasi dan hasilnya adalah setiap bulan wajib mempunyai bahan baku sarang walet sebanyak 4kg, atau 133 gram per harinya. Penjualan juga dilakukan di tempat usaha langsung dan juga melalui *platform e-commerce* atau *media social*.

Berdasarkan penjualan Sarang burung wallet di tempat offline rata-rata sebanyak 10 botol per hari dan melalui media sosial sebanyak 30 per hari. Maka proyeksi penawaran yang diambil “*Healthy Nest*” sebesar 50% setiap harinya adalah sebanyak 15 botol.

Berikut ini merupakan tabel ramalan penjualan usaha “*Healthy Nest*” yang akan dimulaikan pada tahun 2024 hingga sampai dengan tahun 2028.

**Tabel 4. 2**

**Ramalan penjualan “Healthy Nest” tahun 2024 (Dalam botol).**

| Bulan     | PENJUALAN         |                    |                |              | TOTAL |
|-----------|-------------------|--------------------|----------------|--------------|-------|
|           | Original Variance | Signature Variance | Honey Variance | Mix Variance |       |
| Januari   | 90                | 87                 | 95             | 113          | 385   |
| Februari  | 89                | 85                 | 90             | 119          | 383   |
| Maret     | 90                | 97                 | 100            | 114          | 401   |
| April     | 85                | 101                | 106            | 121          | 413   |
| Mei       | 85                | 102                | 85             | 111          | 383   |
| Juni      | 101               | 99                 | 98             | 114          | 412   |
| Juli      | 86                | 91                 | 97             | 121          | 395   |
| Agustus   | 101               | 98                 | 103            | 114          | 416   |
| September | 94                | 102                | 105            | 110          | 411   |
| Oktober   | 99                | 97                 | 92             | 112          | 400   |
| November  | 90                | 94                 | 101            | 111          | 396   |
| Desember  | 92                | 92                 | 89             | 112          | 385   |

Sumber : Healthy Nest

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



Berikut ini adalah tabel anggaran penjualan “Minuman Sarang Walet” dari tahun 2024 hingga pada tahun 2028 dalam bentuk rupiah:

**Tabel 4. 3**

**Anggaran penjualan “Healthy Nest” tahun 2024 (Dalam Rupiah).**

| Bulan                                    | Original Variance Healthy Nest |        |               | Signature Variance Healthy Nest |        |               | Honey Variance Healthy Nest |        |               | Mix Variance Healthy Nest |         |               | Total      |
|--|--------------------------------|--------|---------------|---------------------------------|--------|---------------|-----------------------------|--------|---------------|---------------------------|---------|---------------|------------|
|  | Q                              | P      | Total Revenue | Q                               | P      | Total Revenue | Q                           | P      | Total Revenue | Q                         | P       | Total Revenue |            |
| Januari                                  | 90                             | 90,000 | 8,100,000     | 87                              | 90,000 | 7,830,000     | 95                          | 90,000 | 8,550,000     | 113                       | 110,000 | 12,430,000    | 36,910,000 |
| Februari                                 | 89                             | 90,000 | 8,010,000     | 85                              | 90,000 | 7,650,000     | 90                          | 90,000 | 8,100,000     | 119                       | 110,000 | 13,090,000    | 36,850,000 |
| Maret                                    | 90                             | 90,000 | 8,100,000     | 97                              | 90,000 | 8,730,000     | 100                         | 90,000 | 9,000,000     | 114                       | 110,000 | 12,540,000    | 38,370,000 |
| April                                    | 85                             | 90,000 | 7,650,000     | 101                             | 90,000 | 9,090,000     | 106                         | 90,000 | 9,540,000     | 121                       | 110,000 | 13,310,000    | 39,590,000 |
| Mei                                      | 85                             | 90,000 | 7,650,000     | 102                             | 90,000 | 9,180,000     | 85                          | 90,000 | 7,650,000     | 111                       | 110,000 | 12,210,000    | 36,690,000 |
| Juni                                     | 101                            | 90,000 | 9,090,000     | 99                              | 90,000 | 8,910,000     | 98                          | 90,000 | 8,820,000     | 114                       | 110,000 | 12,540,000    | 39,360,000 |
| Juli                                     | 86                             | 90,000 | 7,740,000     | 91                              | 90,000 | 8,190,000     | 97                          | 90,000 | 8,730,000     | 121                       | 110,000 | 13,310,000    | 37,970,000 |
| Agustus                                  | 101                            | 90,000 | 9,090,000     | 98                              | 90,000 | 8,820,000     | 103                         | 90,000 | 9,270,000     | 114                       | 110,000 | 12,540,000    | 39,720,000 |
| September                                | 94                             | 90,000 | 8,460,000     | 102                             | 90,000 | 9,180,000     | 105                         | 90,000 | 9,450,000     | 110                       | 110,000 | 12,100,000    | 39,190,000 |
| Oktober                                  | 99                             | 90,000 | 8,910,000     | 97                              | 90,000 | 8,730,000     | 92                          | 90,000 | 8,280,000     | 112                       | 110,000 | 12,320,000    | 38,240,000 |
| November                                 | 90                             | 90,000 | 8,100,000     | 94                              | 90,000 | 8,460,000     | 101                         | 90,000 | 9,090,000     | 111                       | 110,000 | 12,210,000    | 37,860,000 |
| Desember                                 | 92                             | 90,000 | 8,280,000     | 92                              | 90,000 | 8,280,000     | 89                          | 90,000 | 8,010,000     | 112                       | 110,000 | 12,320,000    | 36,890,000 |
| Total Pendapatan Healthy Nest Tahun 2024 |                                |        |               |                                 |        |               |                             |        |               |                           |         | 457,640,000   |            |

Sumber : Healthy Nest

Berikut tabel diatas adalah rincian ramalan penjualan tahun 2024 yang diasumsikan bahwa penjualan setiap bulan tidak ada peningkatan yang signifikan dengan total revenue secara keseluruhan adalah sebesar Rp. 457.640.000 Untuk tahun 2025 hingga 2028 dapat dilihat dalam lampiran 3 : Anggaran Penjualan “Healthy Nest” Dalam Rupiah.

**C. Target pasar yang dituju**

Pengertian Segmentasi Pasar, menurut Kotler dan Amstrong (2020:69), “

Segmentasi Pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda pembeli yang memiliki kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku dan siapa mungkin memerlukan pemasaran terpisah strategi atau campuran”. “Healthy Nest” membagi segmentasi pasar menjadi empat bagian yang akan dijelaskan dibawah ini.

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

Hak Cipta Dilindungi

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.



## 1. Segmentasi Demografi

Kategori pasar sarang burung walet menurut usia, bagi usia 7 tahun keatas, Sarang burung walet merupakan makanan yang sehat namun cenderung mahal dikantong anak remaja. Namun bagi usia dewasa atau orang tua sangat cocok dikantong dan juga seimbang dengan manfaat yang didapatkan. Menentukan pengelompokan segment pasar dengan usia tersebut cukup susah karena banyak anak remaja sekarang yang sudah berkecukupan lebih dan sadar akan kesehatan maka memilih untuk mengkonsumsi sarang walet apalagi dimasa pandemi seperti ini.

## 2. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit geografis seperti negara, wilayah, kabupaten, kota dan lingkungan. Masing-masing wilayah tentu mempunyai kebutuhan pasar yang berbeda-beda. Dalam segmentasi ini, “*Healthy Nest*” berlokasi di Jakarta Utara tepatnya pada daerah Kelapa Gading. “*Healthy Nest*” menjual melalui offline yang dimana jangkauan radius “*Healthy Nest*” dalam menjual sekitar 20km dari lokasi usaha dan online yang memiliki jangkauan lebih luas dari lokasi usaha. memasarkan produk kepada seluruh konsumen di Indonesia melalui e-commerce , juga melayani konsumen di Kelapa gading khusus untuk penjualan secara pribadi.

## 3. Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis, dikelompokan berdasarkan status sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Berdasarkan segmentasi ini, “*Healthy Nest*” menargetkan para konsumen yang ingin produk sehat namun juga memiliki harga yang kompetitif dan juga produk yang berkualitas.

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.



## D. Strategi Pemasaran

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Untuk menjalankan suatu usaha, salah satu strategi yang penting untuk keberlangsungan penjualan yaitu strategi pemasaran. Pemasaran, menurut W Stanton (2019: 1), “Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial”. Pemasaran sendiri menjadi alat mediasi dalam memasarkan suatu produk yang bertujuan untuk menaikkan tingkat penjualan hingga pada target yang dituju. Strategi-strategi pemasaran yang dipakai “*Healthy Nest*” adalah sebagai berikut:

### 1. Diferensiasi

“*Healthy Nest*” menggunakan hasil panen sarang burung wallet sendiri yang di ambil dari Gedung wallet sehingga kualitas yang dihasilkan dan tekstur yang pas untuk konsumen minum.

Lalu “*Healthy Nest*” juga menawarkan minuman dengan tambahan bahan baku yang terdiri dari peach gum yang memiliki komposisi yang pas sehingga konsumen dapat menikmati minuman sarang wallet dengan rasa baru yang belum pernah ada.

### 2. Positioning

“*Healthy Nest*” merupakan sebuah usaha yang menempatkan dirinya dalam bidang usaha minuman yang menggunakan bahan dasar sarang burung wallet. Sarang burung wallet ini diproses tanpa adanya zat kimia ataupun pengawet sehingga sangat aman untuk dikonsumsi para konsumen. Positioning bisa digunakan untuk mengetahui apa saja keunggulan dibandingkan dengan pesaing.

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.



### 3. Penetapan harga

- © 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.
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Penetapan harga yang digunakan “*Healthy Nest*” untuk menjualkan produk minumannya yaitu dengan metode *competition-based pricing* yang dapat dikatakan adalah penetapan harga berdasarkan harga yang dikenakan pesaing yang menjual produk sejenis. Dengan metode ini, “*Healthy Nest*” menjual harga yang lebih murah sehingga diharapkan bisa mendapatkan penjualan yang tinggi. Harga yang ditawarkan “*Healthy Nest*” sendiri sebesar Rp 90.000 – Rp 110.000.

### 4. Saluran distribusi

Dalam saluran distribusi, “*Healthy Nest*” Penjualan suatu produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen tentunya disalurkan melalui perantara. Hal ini guna untuk mengurangi biaya untuk mencapai pasar yang lebih luas yang tidak mungkin dicapai produsen satu persatu. Dalam menyalurkan barang konsumsi “*Healthy Nest*” menggunakan saluran distribusi produsen – konsumen. Jenis saluran distribusi yang paling sederhana yakni saluran distribusi dari produsen langsung ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat langsung mendistribusikan produknya langsung mendatangi ke konsumen.

### E. Strategi Promosi

Promosi memiliki fungsi yang berguna untuk semua pelaku usaha yaitu media yang bertugas untuk menawarkan suatu produk kepada konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Tentunya promosi tersebut menimbulkan harapan kepada penjual agar penjualan mengalami kenaikan dari periode penjualan sebelumnya. Promosi tersebut terdiri dari strategi-strategi yang digunakan oleh “*Healthy Nest*” sebagai berikut:



## 1. Advertising

Strategi *advertising* menurut Kotler P & Armstrong G. (2018 : 457), *Advertising* merupakan strategi dari dua buah elemen yaitu pembuatan pesan iklan serta media iklan yang digunakan untuk mengiklankan produk”. Dengan adanya teknologi yang berkembang, tentunya kebutuhan internet menjadi media hal yang penting untuk mendapatkan berita terkait negara, informasi yang umum ataupun berfungsi untuk komunikasi jarak jauh. Hal ini juga berguna bagi “*Healthy Nest*” untuk memanfaatkan peluang dari internet untuk menggunakan platform sosial media seperti iklan Instagram, Tiktok dan Facebook.

## 2. Sales Promotion

pengertian *Sales promotion* menurut Kotler P & Amstrong G. (2018 : 496), “Promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa”. Dalam membangun nama merek dari “*Healthy Nest*” strategi yang digunakan adalah memberikan promosi agar dapat menarik calon pelanggan.

Promosi ini dilakukan melalui platform seperti Instagram dan Facebook. “*Healthy Nest*” akan diperkenalkan melalui dua platform tersebut yang dimana akan berupa seperti video-video proses pembersihan sarang burung wallet, proses pembuatan, dan membagikan postingan promo day dan sebagainya.

## 3. Personal Selling

Dalam personal selling “*Healthy Nest*” melakukan penjualan personal dengan *mouth to mouth* yang dimana sebagai pelaku usaha memberikan informasi adanya “*Healthy Nest*” ke kerabat keluarga, teman kuliah ataupun kenalan dari karyawan. Dengan adanya *personal selling* ini maka “*Healthy Nest*” diharapkan dapat menjangkau lebih luas 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.