



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

A. Produk yang Dihasilkan

Produk menurut Kotler & Amstrong (2018), “Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Produk yang Bola Ubi NomNom hasilkan adalah produk makanan. Bola Ubi NomNom mengelola seluruh produknya sendiri dari bahan baku mentah sehingga produk yang di hasilkan dapat terjamin kualitasnya.



Bola Ubi NomNom adalah usaha di bidang kuliner yang menawarkan cemilan yang enak dan menyehatkan. Terdapat beberapa varian menu yang tersedia di Bola Ubi NomNom seperti bola ubi original, bola ubi Red Velvet, bola ubi gula halus, dan bola ubi pandan. Bola Ubi NomNom menggunakan paper bag sebagai kemasan sehingga lebih praktis. Pengemasan yang praktis membuat bola ubi mudah dibawa dan dapat di makan kapan saja dan dimana saja. Berikut adalah varian menu dari Bola Ubi NomNom:

Tabel 4.1
Varian Menu Bola Ubi NomNom

No	Varian menu	Gambar
1	Bola Ubi Original	

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.



<p>2</p> <p>Bola Ubi Red Velvet</p>	
<p>Bola Ubi Gula Halus</p>	
<p>Bola Ubi Pandan</p>	

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

Sumber: Bola Ubi NomNom, 2023

Dalam menjalankan sebuah bisnis salah satu hal yang harus diperhatikan adalah logo. Logo bermanfaat sebagai identitas sebuah perusahaan dan juga dapat memberikan kesan terhadap perusahaan tersebut. Dengan adanya logo juga

membuat perusahaan tersebut dapat mudah dikenal sehingga berdampak langsung terhadap perusahaan. Berikut merupakan logo dari Bola Ubi NomNom :

Gambar 4.1
Logo Perusahaan



Sumber : Bola Ubi NomNom, 2023

Logo dari Bola Ubi NomNom memiliki simbol wajah bulat berwarna kuning dan mata yang sedang melihat. Wajah bulat berwarna kuning melambangkan bentuk dan warna produk yang ditawarkan yaitu bola ubi. Mata yang sedang melihat mengartikan bahwa usaha ini akan selalu menjadi perhatian konsumen dan akan menjadi brand yang akan dikenal banyak orang. Bola Ubi NomNom menggunakan logo yang sederhana agar logo Bola Ubi NomNom dapat mudah diingat.

B. Gambaran Pasar

Perusahaan harus menilai situasi pasar untuk mengidentifikasi peluang yang lebih besar. Apabila perusahaan mengetahui kondisi dan permintaan pasar, perusahaan dapat membuat ramalan penjualan pada waktu tertentu. Tujuan dari ramalan tersebut adalah untuk dapat mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi.



Tabel 4.2
Proyeksi Penjualan Bola Ubi NomNom Tahun 2024 -2028 (Dalam Porsi)

Bulan	Tahun 2024				Tahun 2025				Tahun 2026				Tahun 2027				Tahun 2028			
	Bola Ubi Original	Bola Ubi Red Velvet	Bola Ubi Gula Halus	Bola Ubi Pandan	Bola Ubi Original	Bola Ubi Red Velvet	Bola Ubi Gula Halus	Bola Ubi Pandan	Bola Ubi Original	Bola Ubi Red Velvet	Bola Ubi Gula Halus	Bola Ubi Pandan	Bola Ubi Original	Bola Ubi Red Velvet	Bola Ubi Gula Halus	Bola Ubi Pandan	Bola Ubi Original	Bola Ubi Red Velvet	Bola Ubi Gula Halus	Bola Ubi Pandan
	Januari	370	365	370	385	420	383	389	404	441	402	408	424	463	423	428	446	486	444	450
Februari	380	373	377	394	452	392	396	414	474	411	416	434	498	432	436	456	523	453	458	479
Maret	465	403	390	410	488	423	410	431	513	444	430	452	538	467	451	475	565	490	474	498
April	380	335	342	354	399	352	359	372	419	369	377	390	440	388	396	410	462	407	416	430
Mei	454	396	402	415	456	416	422	436	478	437	443	458	502	458	465	480	528	481	489	504
Juni	474	412	418	430	464	433	439	452	487	454	461	474	512	477	484	498	537	501	508	523
Juli	454	423	435	456	480	444	457	479	504	466	480	503	529	490	504	528	555	514	529	554
Agustus	475	442	457	478	499	464	480	502	524	487	504	527	550	512	529	553	577	537	555	581
September	485	456	477	489	509	479	501	513	535	503	526	539	561	528	532	566	590	554	580	594
Oktober	492	473	480	495	517	497	504	520	542	521	529	546	570	548	556	573	598	575	583	602
November	498	485	491	493	523	509	516	518	549	535	541	544	576	561	568	571	605	590	597	599
Desember	485	473	468	481	509	497	491	505	535	521	516	530	561	548	542	557	590	575	569	585
Total	5443	5036	5107	5280	5715	5288	5362	5544	6001	5552	5630	5821	6301	5830	5912	6112	6616	6121	6208	6418

Sumber: Bola Ubi NomNom, 2023

Tabel 4.3
Anggaran Penjualan Bola Ubi NomNom Tahun 2024 – 2028

Tahun	Bola Ubi Original	Harga	Total	Bola Ubi Red Velvet	Harga	Total	Bola Ubi Gula Halus	Harga	Total	Bola Ubi Pandan	Harga	Total	Total
			Pendapatan			Pendapatan			Pendapatan			Pendapatan	Pendapatan
2024	5443	25000	136,075,000	5036	25000	125,900,000	5107	25000	127,675,000	5280	25000	132,000,000	521,650,000
2025	5715	25000	142,878,750	5288	25000	132,195,000	5362	25000	134,058,750	5544	25000	138,600,000	547,732,500
2026	6001	26000	156,023,595	5552	26000	144,356,940	5630	26000	146,392,155	5821	26000	151,351,200	598,123,890
2027	6301	26000	163,824,775	5830	26000	151,574,787	5912	26000	153,711,763	6112	26000	158,918,760	628,030,085
2028	6616	27000	178,632,014	6121	27000	165,274,816	6208	27000	167,604,941	6418	27000	173,282,571	684,794,342

Sumber: Bola Ubi NomNom, 2023

Berdasarkan **Tabel 4.2** dan **Tabel 4.3**, keterangan mengenai proyeksi penjualan dan anggaran penjualan Bola Ubi NomNom sebagai berikut:

1. Penjualan unit setiap tahunnya diasumsikan mengalami kenaikan 5%
2. Data tersebut merupakan hasil dari asumsi pribadi yang masuk akal dan refrensi dari rata-rata penjualan pesaing serta melihat pada tujuan yang Bola Ubi NomNom ingin dicapai.



3. Pada bulan Februari dan bulan selanjutnya di perkirakan akan mengalami kenaikan karena Bola Ubi NomNom mempromosikan produk di berbagai media yang ada.
4. Penjualan pada bulan April mengalami sedikit penurunan dikarenakan pada bulan tersebut terdapat bulan Ramadhan.
5. Pada bulan Desember sedikit mengalami penurunan dikarenakan pada bulan tersebut merupakan *holiday season*.
6. Harga produk setiap 2 tahunnya mengalami kenaikan.

C. Target Pasar Yang Dituju

Segmentasi pasar adalah pengelompokan atau pemetaan konsumen menjadi beberapa kelompok berdasarkan karakteristik tertentu (Astuti & Matondang, 2020). Tujuan dari segmentasi pasar itu sendiri adalah untuk menjadikan produk yang ditawarkan menjadi lebih tepat sasaran dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada masing-masing segmen atau kelompok.

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis adalah suatu metode dalam pengelompokan pasar berdasarkan lokasi. Berdasarkan segmentasi geografis, Bola Ubi NomNom berlokasi di Modern Town Market, Tangerang. Di sekitar lokasi ini terdapat pesaing Bola Ubi NomNom salah satunya adalah Bobobi. Lokasi ini merupakan lokasi yang strategis karena terdapat perumahan, kost karyawan, dan mall. Hal ini dapat menjadi peluang bagi Bola Ubi NomNom untuk mendapatkan pasar pada wilayah tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi beberapa variabel seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan. Bola Ubi NomNom menargetkan konsumen dengan semua jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan dengan usia 7 – 65 tahun. Bola Ubi NomNom menargetkan konsumen dari semua tingkat pendidikan, pekerjaan dan semua tingkat penghasilan.

3. Segmen Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pasar berdasarkan gaya hidup, karakteristik kepribadian, dan kelas sosial. Bola Ubi NomNom menargetkan masyarakat dengan gaya hidup masyarakat yang konsumtif dan praktis. Bola Ubi termasuk makanan yang unik sehingga masyarakat yang mempunyai gaya modern akan menyukainya.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku membagi konsumen kedalam beberapa kelompok berdasarkan sikap, respon atas produk yang di tawarkan, dan pengetahuan. Masyarakat akan merespon dengan baik akan produk Bola Ubi NomNom karena bahan baku dari Bola Ubi NomNom merupakan ubi yang memiliki banyak manfaat untuk kesehatan.

D. Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang cukup penting dalam suatu bisnis. Pemasaran adalah upaya strategis mempertahankan dan mengembangkan keberadaan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan baik perusahaan yang bergerak di bidang jasa maupun barang (Sayyid, 2020). Hal ini dimaksudkan karena pemasaran adalah kegiatan utama yang dilakukan oleh suatu perusahaan

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



yang berkaitan secara langsung dengan konsumen. Berikut adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh Bola Ubi NomNom:

1. Diferensiasi

Diferensiasi adalah membedakan penawaran pasar untuk menghasilkan nilai pelanggan yang lebih unggul (Kotler & Armstrong, 2018). Diferensiasi pada produk bola ubi yang ditawarkan Bola Ubi NomNom adalah keberagaman varian menu. Kebanyakan merk lain hanya menjual bola ubi yang original. Bola Ubi NomNom menjual beberapa varian menu yang jarang ada pada merk lain seperti red velvet dan pandan. Dengan adanya beberapa varian menu yang disediakan Bola Ubi NomNom membuat konsumen memiliki banyak pilihan yang membuat konsumen tidak merasa bosan untuk mengkonsumsi bola ubi. Selain itu, adonan ubi yang Bola Ubi NomNom gunakan merupakan hasil produksi sendiri sehingga dapat dipastikan kebersihan serta kualitas pada produk Bola Ubi NomNom.

2. Positioning

Positioning merupakan salah satu aktivitas perusahaan dalam merancang produk dan strategi pemasaran untuk menciptakan kesan tertentu yang tetap diingat oleh konsumen. Bola ubi NomNom memposisikan diri sebagai suatu bisnis yang bergerak di bidang kuliner yang menawarkan cemilan berupa bola ubi yang memiliki rasa yang unik. Produk Bola Ubi NomNom dikhususkan bagi konsumen yang suka nyemil namun tetap memerhatikan kesehatan. Saat konsumen mencoba Bola Ubi NomNom dan menyukainya, maka produk Bola Ubi NomNom akan selalu diingat apabila konsumen ingin memakan cemilan yang sehat namun tetap enak.

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.



3. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan apabila ingin menjual produknya. Harga itu mewakili *value* pada suatu produk. Bola Ubi NomNom menggunakan metode penetapan harga yang berdasarkan harga pesaing “*Competition Based Pricing*”. Metode ini menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh pesaing untuk produk atau layanan serupa. Metode ini tidak selalu tentang menetapkan harga yang sama persis dengan para pesaing, melainkan menggunakan harga para pesaing sebagai pebanding atau patokan harga. Penetapan harga Bola Ubi NomNom dilakukan dengan melihat harga pasar saat ini. Bola Ubi NomNom menargetkan target pasar bawah sampai menengah. Bola Ubi NomNom menetapkan harga produk yang lebih rendah dari pesaing agar mampu menyaingi para pesaing dan menarik perhatian konsumen yaitu Rp25.000 / porsi. Bola Ubi NomNom merencanakan kenaikan produk tiap 2 tahunnya.

© 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. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah jalur yang berguna untuk menyalurkan produk, barang, dan jasa hingga ke konsumen akhir. Produk yang sudah di produksi membutuhkan saluran distribusi sebagai cara untuk produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Bola Ubi NomNom menggunakan saluran distribusi langsung yaitu dengan menyalurkan produk Bola Ubi NomNom langsung kepada konsumen tanpa perantara.

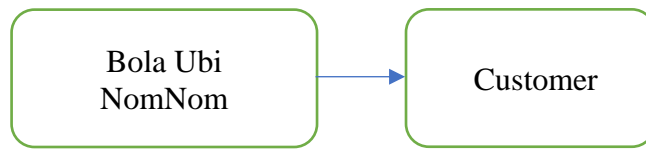
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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 4.2
Saluran Distribusi Bola Ubi NomNom



Sumber: Bola Ubi NomNom, 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

E. Strategi Promosi

Dalam suatu perusahaan promosi adalah salah satu hal yang sangat penting. Strategi promosi merupakan salah satu cara yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengenalkan produk serta meningkatkan minat konsumen. Berikut adalah strategi promosi yang dilakukan oleh Bola Ubi NomNom:

1. Advertising

Iklan bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk agar konsumen mengetahui produknya dan terpengaruh untuk membeli. Iklan juga merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk meningkatkan brand awareness. Dengan berkembangnya teknologi pada era sekarang membuat perusahaan menjadi mudah untuk mengiklankan produknya. Media sosial merupakan wadah yang sangat tepat untuk melakukan periklanan karena hampir semua orang menggunakan media sosial seperti Instagram, facebook, dan tiktok.

Bola Ubi NomNom menggunakan media sosial seperti Tiktok, Instagram, dan Facebook untuk mengiklankan produk. Bola Ubi NomNom bisa bekerja sama dengan selebgram yang memiliki *followers* cukup banyak untuk mengendorse produk bola ubi agar brand atau produk Bola Ubi bisa lebih dikenal oleh masyarakat. Selain media sosial, Bola Ubi NomNom juga menggunakan aplikasi *online* yaitu *Gofood*, *Grabfood*, dan *Shopeefood* untuk menjangkau lebih banyak lagi pembeli.

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. *Sales Promotion*

Saat Bola Ubi NomNom baru menjalankan usahanya, Bola Ubi Nom akan memberikan promo atau diskon yang menarik kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat tertarik dengan produk Bola Ubi NomNom sehingga melakukan pembelian dan mencoba produk Bola Ubi NomNom. Bola Ubi NomNom memberikan promo pada bulan pertama yaitu beli 1 porsi isi 10 pcs gratis 5 pcs bola ubi untuk 10 konsumen pertama. Harga satu porsi bola ubi adalah Rp25.000 untuk semua varian. Jadi untuk promo ini Bola Ubi NomNom mengeluarkan dana sebesar Rp12.500 untuk pembelian satu porsi. Dengan promo ini diharapkan konsumen lebih tertarik untuk datang dan mencoba produk Bola Ubi NomNom. Bola Ubi NomNom juga akan mengadakan promo akhir bulan pada setiap tanggal 30 yaitu promo 30% dengan kuota terbatas yaitu 30 porsi. Jadi 30% dari harga Rp25.000 adalah Rp7.500 sehingga biaya promo akhir bulan setiap tahun Bola Ubi NomNom sebesar Rp2.700.000.

3. *Personal Selling*

Personal Selling merupakan komunikasi tatap muka dengan calon pelanggan untuk membangun hubungan dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan serta menyampaikan manfaat dari suatu produk kepada pelanggan dan melibatkan mereka dalam pembelian barang atau jasa. Konsumen Bola Ubi NomNom dapat menanyakan semua yang ingin ditanyakan seperti kelebihan dari produk Bola Ubi NomNom. Bola Ubi NomNom akan selalu menjawab apa yang menjadi pertanyaan mereka sehingga terjadi hubungan yang baik.

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

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



4. *Direct Marketing*

Secara umum pemasaran langsung adalah promosi penjualan yang dilakukan dengan bertemu calon konsumen secara langsung maupun lewat alat komunikasi seperti media sosial, telepon, dan email. Tujuannya adalah untuk menyampaikan pesan pemasaran dengan lebih hemat biaya melalui berbagai media. Bola Ubi NomNom menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan konsumen dan mempromosikan produk Bola Ubi NomNom. Bola Ubi NomNom menggunakan media sosial dengan memposting konten-konten yang menarik terkait bola ubi seperti memposting manfaat dari ubi dan memposting promo-promo yang sedang berlangsung dan yang akan berlangsung.

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

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