



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Produk Yang Dihasilkan

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa Hugo Desserts merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner minuman dengan produknya yaitu Premium Creamy Coffee Jelly. Secara singkat, Premium Creamy Coffee Jelly merupakan dessert berbahan dasar kopi, memiliki tekstur yang creamy, ditambah potongan-potongan jelly yang juga berbahan dasar kopi yang dibentuk kotak-kotak kecil seperti dadu sebagai pelengkap creamy coffee-nya. Premium Creamy Coffee Jelly ini dijual dalam jar kaca berukuran 400ml. Hugo Desserts juga menyediakan paket hampers special hari raya, seperti Hari Imlek, Hari Lebaran, dan Hari Natal.

Produk yang ditawarkan oleh Hugo Desserts merupakan produk yang dihasilkan dari bahan-bahan premium, sehingga terjamin kualitasnya. Selain itu, Premium Creamy Coffee Jelly by Hugo Desserts ini juga aman di lambung sehingga dapat dinikmati oleh para pecinta minuman kopi dengan tenang. Hal ini karena selama proses produksi, Hugo Desserts melakukan survey dari sampel produksi untuk mencari hasil yang memiliki kualitas terbaik.

Hugo Desserts sendiri merupakan pecinta minuman kopi. Berikut penulis sajikan gambar-gambar produk yang ditawarkan oleh Hugo Desserts:

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 4.1

Menu “Premium Creamy Coffee Jelly 400ml” by Hugo Desserts



Sumber : Hugo Desserts

Gambar 4.2

Menu “Prosperity Package” by Hugo Desserts



Sumber: Hugo Desserts

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 4.3

Menu “CNY Hampers Premium” by Hugo Desserts



Sumber: Hugo Desserts

Gambar 4.4

Menu “Mudik Lebaran” by Hugo Desserts



Sumber: Hugo Desserts

© 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.

Gambar 4.5

Menu “Minal Aidin” by Hugo Desserts



Sumber: Hugo Desserts

Gambar 4.6

Menu “Lebaran Hampers Premium” by Hugo Desserts



Sumber: Hugo Desserts

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Gambar 4.7

Menu “Pink Bag with Gold Xmas Pendant” by Hugo Desserts



Sumber: Hugo Desserts

Gambar 4.8

Menu “Taro & Fuchia” by Hugo Desserts



Sumber: Hugo Desserts

© 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.



Yang juga tidak kalah penting dalam pendirian sebuah bisnis adalah logo atau

simbol dari perusahaan itu sendiri. Hal ini karena sebuah bisnis atau perusahaan dikenal dari logo usaha, sehingga logo membantu perusahaan agar dapat dikenali oleh calon pelanggan dengan mudah. Selain itu, logo juga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap sebuah brand apalagi brand yang besar, tidak sedikit ditemukan logo brand besar yang diplesetkan bahkan ditiru agar dapat mengelabui pelanggan. Berikut logo dari Hugo Desserts:

Gambar 4.9

Logo Hugo Desserts



Sumber: Hugo Desserts

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

B Gambaran Pasar

Ramalan penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam pertimbangan yang dilakukan ketika ingin membuat sebuah bisnis atau usaha. Dalam ramalan penjualan ini penulis akan menyajikan proyeksi penjualan Hugo Desserts selama 5 tahun dengan periode 2024 – 2028 yang mana proyeksi ini akan berguna bagi Hugo Desserts untuk memperkirakan estimasi total penjualan yang diperoleh selama bisnis berjalan. Sehingga dari proyeksi penjualan ini penulis dapat membuat strategi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan.

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.



Berikut tabel proyeksi penjualan Hugo Desserts paada periode 2024 – 2028:

Tabel 4.1

Proyeksi Penjualan Hugo Desserts Tahun 2024

Bulan	Total Penjualan
Januari	880
Februari	970
Maret	1040
April	1100
Mei	1020
Juni	1020
Juli	1160
Agustus	1160
September	1160
Oktober	1300
November	1300
Desember	1350
Total	13.460 unit

Sumber: Hugo Desserts

Tabel 4.2

Proyeksi Penjualan Hugo Desserts Tahun 2024-2028

Tahun	Total Penjualan (unit)
2024	13.460
2025	15.479
2026	17.801
2027	21.361
2028	25.633

Sumber: Tabel 4.1

Tabel 4.2 menunjukkan proyeksi ramalan penjualan produk Hugo Desserts dari tahun 2024 hingga 2028 dengan asumsi peningkatan pada tahun kedua dan ketiga sebesar 15%, dan pada tahun keempat dan tahun kelima sebesar 20%.

© 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.



Tabel 4.3

Anggaran Penjualan Produk Hugo Desserts Tahun 2024 – 2028 (dalam Rupiah)

Tahun	Volume	Harga	Total Penjualan
2024	13.460	56.000	753.760.000
2025	15.479	58.000	897.782.000
2026	17.801	60.000	1.068.051.000
2027	21.361	62.000	1.324.383.240
2028	25.633	64.000	1.640.526.336

Sumber: Tabel 4.2

Tabel 4.3 menunjukkan angka total penjualan Hugo Desserts yang dihasilkan dengan dikali dengan harga jual. Harga produk diproyeksikan naik sebesar Rp 2.000 per tahun sehingga total anggaran penjualan Hugo Desserts pada tahun 2024 sebesar Rp 753.760.000 dan pada 2028 sebesar Rp 1.640.526.336.

C Target Pasar Yang Dituju

Sebelum mendirikan sebuah bisnis atau usaha akan lebih baik jika pelaku usaha menentukan target pasar yang ingin dituju. Hal ini dilakukan untuk dapat menentukan pasar yang berpotensi untuk menjadi fokus utama. Hal yang dapat dilakukan untuk menentukan target pasar ini adalah dengan membagi segmentasi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau sifat yang memerlukan produk dan strategi pemasaran untuk masing-masing segmen.

Hak Cipta milik IBI KKG (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.



Strategi pengelompokan segmentasi pasar dapat dilakukan dengan mengelompokkan segmen-segmen yang ada berdasarkan segmentasi geografis, demografis, psikologis, dan tingkah laku. Berikut pembagian segmentasi pasar Hugo Desserts:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi Geografis merupakan pengelompokan atau pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, misalnya negara, pulau, provinsi, kota, dan iklim/cuaca. Pada segmentasi geografis Hugo Desserts memilih Jabodetabek sebagai fokus utama penjualan produk dikarenakan produk yang tidak tahan lama di suhu ruang.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis merupakan pengelompokan atau pembagian pasar menjadi beberapa variabel yang berbeda, misalnya usia, pendapatan, dan jenis kelamin. Pada segmentasi demografis Hugo desserts menargetkan calon pelanggan dari rentang usia remaja yaitu 17 tahun sampai dengan orang dewasa pada usia 50 tahun, baik laki-laki maupun perempuan dari kalangan menengah keatas. Hal ini mengingat saat ini penggemar *desserts* tidak hanya dari kalangan laki-laki saja, tetapi juga perempuan.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis merupakan pengelompokan atau pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda, misalnya kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Dalam hal ini Hugo Desserts menargetkan calon konsumen berdasarkan gaya hidup. Seperti yang kita ketahui bahwa desserts sudah menjadi



makanan penutup yang melekat di masyarakat sehingga Hugo Desserts memilih gaya hidup sebagai segmentasi yang dipilih.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Strategi Pemasaran

1. *Differentiation*

Product Differentiation (diferensiasi produk) merupakan sebuah strategi yang dilakukan dengan menciptakan perbedaan antara produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan produk yang dihasilkan oleh pesaing. Dalam hal ini, Hugo Desserts tidak hanya menjual *Coffee Jelly* seperti produk pesaing tetapi juga menciptakan produk yang berbeda dari segi tekstur, rasa, bahan baku, dan kemasan yang dibuat lebih menarik. *Coffee jelly* yang diproduksi oleh Hugo Desserts memiliki konsep yang *creamy*, membuat wujud atau tampilan produk yang disajikan berbeda dari *coffee jelly* lainnya.

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.



2. *Positioning*

Kotler & Keller (2018:292) mendefinisikan positioning (pemosisian produk) sebagai suatu tindakan penentuan posisi pasar untuk menunjukkan bagaimana suatu produk dapat dibedakan dari produk pesaing. Berdasarkan definisi ini Hugo Desserts memposisikan brand sebagai salah satu dari special coffee dessert di Indonesia yang tidak hanya menyajikan dessert kopi yang enak dan sehat tetapi juga unik dan menarik dari segi kemasan. Sehingga diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan Hugo Desserts.

3. *Penetapan Harga*

Hugo Desserts menggunakan metode penetapan harga berdasarkan nilai (*Value Based Pricing*). Penetapan harga ini dilakukan berdasarkan persepsi konsumen terhadap nilai dari produk yang ditawarkan. Penetapan harga harus dapat menawarkan kombinasi antara kualitas dan layanan yang tepat pada harga yang ditetapkan. Dengan demikian, perusahaan tidak melakukan penambahan harga atau biaya karena adanya persaingan bisnis tetapi memberikan pelayanan dengan nilai tambah untuk mendefinisikan produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Dalam hal ini, Hugo Desserts mengutamakan kepuasan konsumen dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap *brand* dan produk yang ditawarkan.

Berikut harga-harga produk yang diproduksi oleh Hugo Desserts:

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.



Tabel 4.4

Harga-harga Produk Hugo Desserts

Nama Produk	Harga
Premium Creamy Coffee Jelly 400ml	Rp56.000,00
Prosperity Package	Rp248.000,00
Lunar Package	Rp160.000,00
CNY Hampers Premium	Rp145.000,00
Mudik Lebaran	Rp248.000,00
Minal Aidin	Rp138.000,00
Lebaran Hampers Premium	Rp198.000,00
Pink Bag with Gold Xmas Pendant	Rp195.000,00
Taro & Fuchia	Rp135.000,00

Sumber: Hugo Desserts

© 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. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan penyaluran produk atau jasa dari penjual ke pihak-pihak yang terkait seperti konsumen/pelanggan. Produk atau jasa tidak dapat sampai ke tangan konsumen jika tidak ditentukan saluran distribusi apa yang akan digunakan untuk menyalurkan produk tersebut. Oleh sebab itu, penting untuk menetapkan saluran distribusi yang akan digunakan.

Dalam hal ini, Hugo Desserts menggunakan saluran distribusi langsung. Saluran distribusi dilakukan secara langsung oleh Hugo Desserts dengan menyalurkan produknya tanpa perantara atau tangan kedua. Saluran distribusi langsung ini dilakukan dengan pemesanan yang secara langsung dilakukan oleh pelanggan pada aplikasi pesan antar online seperti Gofood, Grab Food, Shopee Food, serta pemesanan melalui WhatsApp & Instagram.

Gambar 4.10

Saluran Distribusi Hugo Desserts



Sumber: Hugo Desserts

© 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

1. Advertising

Menurut Andrews dan Shimp (2018:182) *advertising* atau iklan adalah suatu bentuk komunikasi berbayar dan termediasi dari sumber yang dapat diidentifikasi, yang dirancang untuk membujuk penerima agar mengambil beberapa tindakan, sekarang atau di masa depan. Dalam hal ini, Hugo Desserts melakukan promosi melalui media sosial, melihat perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini. Perkembangan teknologi ini menciptakan kemudahan dalam menggunakan media sosial untuk mengenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat atau calon konsumen. Inilah yang dimanfaatkan oleh Hugo Desserts sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk digunakan.

2. Sales Promotion

Menurut Kotler & Armstrong (2018:425) *sales promotion* atau promosi penjualan adalah insentif yang diberikan untuk waktu yang terbatas untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.

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.



3. Direct Marketing

Direct marketing merupakan salah satu metode pemasaran yang berkomunikasi langsung dengan konsumen tanpa melalui perantara dari pihak ketiga. Prinsip *direct marketing* adalah pendekatan kepada konsumen yang mana hampir sama dengan *personal selling*. Yang membedakan ialah *direct marketing* atau pemasaran secara langsung ini dilakukan menggunakan suatu platform atau media untuk berkomunikasi dengan pelanggannya tanpa membutuhkan perantara dari pihak ketiga.

Hugo Dessert akan menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membagikan informasi mengenai promo-promo menarik kepada masyarakat atau calon konsumen. Hugo Desserts sangat menjaga hubungan baik dengan konsumen, hal ini dilakukan agar konsumen yang sudah pernah datang berkenan untuk datang kembali di kemudian hari. Upaya ini akan terus dipertahankan oleh Hugo Desserts dimulai dari menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga kepuasan konsumen dapat diwujudkan.

© 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.