

## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

#### A. Produk Yang Dihasilkan

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunanya. Produk yang ditawarkan oleh Sari Sanjaya adalah makanan ciri khas dari kota Sumatra Selatan yaitu Palembang. Menu utama makanan pada bisnis Sari Sanjaya adalah berbagai jenis pempek yaitu makanan olahan yang terbuat dari olahan ikan dan tepung. Sari Sanjaya menyediakan beberapa minuman antara lain es kacang merah, jus-jus dan teh. Berikut adalah tabel contoh produk, kemasan, dan logo dari Sari Sanjaya:



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.

Gambar 4. 1

Produk Sari Sanjaya

**Sari Sanjaya**  
express

MENU



**ANEKA PEMPEK**

Pempek Kapal Selam	IDR 36,000
Pempek Telor Kecil	IDR 13,000
Pempek Lenjer	IDR 13,000
Pempek Adaan	IDR 13,000
Pempek Tahu	IDR 13,000
Pempek Kulit	IDR 13,000
Pempek Keriting	IDR 13,000
Pempek Pistel	IDR 13,000
Pempek Panggang	IDR 14,000

Lenggang Bakar / Goreng IDR 38,500

**ANEKA MASAKAN**

Tekwan	IDR 47,500
Model Ikan	IDR 47,500
Model Gandum	IDR 47,500
Rujak Mie	IDR 47,500
Mie Celor	IDR 50,000
Pindang Ikan Patin	IDR 55,000
Pindang Tulang Iga	IDR 66,500
Nasi Putih	IDR 10,000

**DESSERT**

Es Kacang Merah	IDR 45,000
Es Mangga	IDR 38,500

Additional Mie/Soun IDR 3,000

pergikuliner

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**ANEKA PEMPEK**



**PINDANG TULANG IGA**









© Hak cipta milik IBI KKG (Institute for Business and Informatica 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.

Sumber : Sari Sanjaya

Tabel 4. 1

Produk Sari Sanjaya

No	Nama Produk	Gambar Produk
1	Pempek Kapal Selam	
2	Pempek Telor Kecil	
3	Pempek Lenjer	
4	Pempek Adaan	
5	Pempek Tahu	
6	Pempek Kulit	







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

<p>7</p>	<p>Pempek Keriting</p>	
<p>8</p>	<p>Pempek Pistel</p>	
<p>9</p>	<p>Pempek Panggang</p>	
<p>10</p>	<p>Lenggang Bakar</p>	
<p>11</p>	<p>Tekwan</p>	
<p>12</p>	<p>Model Ikan</p>	







**© 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 mendokumentasikan 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.



13	Model Gandum		
14	Rujak Mie		
15	Mie Celor		
16	Pindang Ikan Patin		
17	Pindang Tulang Iga		
18	Nasi Putih		

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

13. 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



19	Es Kacang Merah	
20	Es Mangga	

*Sumber: Sari Sanjaya , google.com*

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



Berikut logo dari Sari Sanjaya :

**Gambar 4. 2**

**Logo Sari Sanjaya**



*Sumber: Sari Sanjaya 2023*

## **B. Gambaran Pasar**

Gambaran bisnis pasar adalah informasi yang dihimpun agar bisa memahami kondisi suatu pasar. Dari adanya gambaran informasi tersebut nantinya akan didapat analisis pasar dan siapa saja yang bisa menjadi target pasar potensial. Gambaran informasi pasar ini memiliki manfaat dalam pemasaran produk barang dan jasa yang lebih mendambakan target pasar ideal. Karena, target pasar potensial akan berubah menjadi pembeli atau bahkan menjadi pelanggan setia dari perusahaan. Untuk dapat menentukan gambaran pasar, dibutuhkan ramalan penjualan. Ramalan penjualan juga digunakan untuk menentukan strategi-strategi untuk meningkatkan sales. Berikut ramalan penjualan dari Sari Sanjaya yang dibuat berdasarkan tahun-tahun sebelumnya :



Tabel 4. 2

**Ramalan Penjualan Sari Sanjaya Perbulan Tahun 2023**

Produk	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Total
Pempek Telur Kecil	102	97	111	107	103	99	98	95	95	97	101	95	1105
Pempek Kapal Selam	105	103	101	97	94	101	108	112	102	98	107	96	1128
Pempek Lenjer	103	102	99	98	95	99	102	108	110	113	111	107	1140
Pempek Adaan	102	107	102	113	115	118	107	99	97	92	104	108	1156
Pempek Tahu	69	72	78	69	67	74	73	68	69	70	67	73	776
Pempek Kulit	100	102	104	107	108	97	99	102	113	114	109	104	1155
Pempek Keriting	81	81	84	88	87	79	82	83	88	84	85	88	922
Pempek Pistel	85	87	91	88	87	89	91	93	88	87	83	85	969
Pempek Panggang	84	83	81	84	83	87	82	79	82	83	77	79	905
Penggang Bakar	72	68	71	68	69	69	71	72	71	72	69	70	772
Minuman	2283	2332	2189	2204	2239	2289	2303	2316	2228	2199	2301	2204	24883
Total	3186	3234	3111	3123	3147	3201	3216	3227	3143	3109	3214	3109	

Sumber : Sari Sanjaya

Tabel 4. 3

**Anggaran Penjualan Sari Sanjaya tahun 2024**

No	Nama Produk	Harga	Kuantiti	Total
1	Pempek Telur Kecil	8.000	1200	Rp 9.600.000
2	Pempek Kapal Selam	40.000	1224	Rp 48.960.000
3	Pempek Lenjer	16.000	1247	Rp 19.952.000
4	Pempek Adaan	13.000	1264	Rp 16.432.000
5	Pempek Tahu	20.000	849	Rp 16.980.000
6	Pempek Kulit	11.500	1259	Rp 14.478.500

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruh isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- a. Pengutipannya 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.



7	Pempek Keriting	40.000	1010	Rp 40.400.000
8	Pempek Pistel	15.500	1054	Rp 16.337.000
9	Pempek Panggang	8.000	984	Rp 7.872.000
10	Lenggang Bakar	6.000	842	Rp 5.052.000
11	Minuman	4.000	27087	Rp 108.348.000
Total				Rp 304.411.500

Sumber : Sari Sanjaya

Dari beberapa tahun sebelumnya, Sari Sanjaya mendapatkan peningkatan keuntungan sebesar 15% setiap tahunnya, hal ini belum termaksud penerapan peningkatan yang penulis buat dalam BP ini, sehingga angka tersebut penulis nilai memungkinkan untuk dicapai setiap tahunnya.

**Tabel 4. 4**

**Anggaran Penjualan Sari Sanjaya Tahun 2024-2028**

Tahun	Total Penjualan
2023	304.411.500
2024	350.073.225
2025	402.584.209
2026	462.971.840
2027	532.417.616

Sumber : Sari Sanjaya

**C. Target Pasar Yang Dituju**

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:212), segmentasi pasar melibatkan pembeli di pasar mana pun berada dalam keinginan, sumber daya, lokasi, sikap pembelian, dan praktik pembelian. Segmentasi pasar fokus dari Sari Sanjaya adalah semua lapisan masyarakat yang menyukai makanan daerah Indonesia, khususnya Palembang. Dan juga masyarakat luar Indonesia yang tertarik pada masakan Indonesia. Karena target jangka panjang dari Sari

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya karena tulisan 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.



Sanjaya adalah untuk mengenalkan produk ke ranah Internasional. Target dari Sari Sanjaya sebenarnya luas, karena menu yang disediakan tidak terbatas hanya pempek saja, tetapi ada pilihan makanan lain, sehingga bisa dinikmati oleh semua lapisan masyarakat.

#### D. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran. Sari Sanjaya juga menjalankan strategi pemasaran agar dapat bersaing di pasar dan mendapatkan perhatian lebih dari pelanggan. Sari Sanjaya melakukan promosi secara offline dan online antara lain dengan mengikuti berbagai event makanan, memberikan promo harga makanan, penyediaan merchandise, dan penyebaran iklan secara online dan offline. Hal ini dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada pelanggan mengenai ciri khas Sari Sanjaya dan meningkatkan brand awerenssnya. Sari Sanjaya mengalokasikan biaya pemasaran untuk menjalankan program ini. Berikut biaya pemasaran yang dikeluarkan Sari Sanjaya :

**Tabel 4. 5 Biaya Pemasaran Sari Sanjaya Tahun 2024-2028**

No	Keterangan	2024	2025	2026	2027	2028
1	Pengadaan Event dan Promo	5.000.000	5.125.000	5.253.125	5.384.453	5.519.064
2	Iklan online dan offline	5.000.000	5.125.000	5.253.125	5.384.453	5.519.064
	Total	10.000.000	10.250.000	10.506.250	10.768.906	11.038.129

Sumber : Sari Sanjaya, 2023

Berikut strategi pemasaran yang harus dilakukan Sari Sanjaya untuk meningkatkan brand awerenss dan mencapai tujuannya :

Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Hak Diliindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penyaluran ke media massa atau publikasi lainnya.  
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. Diferensiasi

Diferensiasi adalah proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan merek mereka khas dan menonjol dibandingkan dengan merek pesaing. Perusahaan melakukannya dengan memilih kualitas unik yang ditawarkan produk dan mempromosikannya dengan cara yang paling tepat sasaran. Diferensiasi termasuk bentuk, fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, perbaikan, dan gaya. Diferensiasi dari Sari Sanjaya yang ditekankan adalah penjualan produk khas Palembangnya dengan kualitas dan harga yang sesuai. Nantinya Sari Sanjaya juga akan menyediakan layanan online seefisien mungkin berbentuk frozen food yang akan membuat pelanggan lebih mudah apabila ingin mengonsumsi produk Sari Sanjaya.

## 2. Positioning

*Positioning* menurut Kotler dan Armstrong (2018:213), adalah penempatan merek produk ke dalam pikiran konsumen. Brand positioning adalah tindakan perusahaan atau pemilik bisnis dalam merancang produk dan strategi pemasaran agar dapat menciptakan kesan tertentu yang diingat di benak konsumen. Penulis ingin agar Sari Sanjaya ditempatkan sebagai prioritas di benak konsumen apabila ingin mengonsumsi produk Palembang. Positioning ini akan dikembangkan dari masa ke masa menyesuaikan dengan keinginan konsumen.

## 3. Penetapan Harga

Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan. Salah satu keputusan tersulit yang dihadapi oleh perusahaan adalah mengenai penetapan harga. Secara umum, terdapat tiga cara yang paling sering digunakan dalam strategi penetapan harga yakni:

1. *Cost Oriented Pricing* (Penetapan Harga berdasarkan Biaya)



Strategi penetapan harga ini meliputi penetapan harga berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan menambahkan suatu persentase tertentu sebagai labanya.

2. **Demand Oriented Pricing** (Penetapan Harga berdasarkan Pendekatan Kebuthan/Permintaan)

Penentuan harga dengan mempertimbangkan keadaan permintaan, keadaan pasar dan keinginan konsumen.

3. **Competition Oriented Pricing** (Penetapan Harga berdasarkan Pendekatan Pesaing)

*Competition oriented pricing* merupakan penetapan harga yang didasarkan kepada harga yang ditetapkan oleh pesaing, hal ini dilakukan terutama untuk produk-produk yang bersifat homogen. Sari Sanjaya menggunakan strategi *Cost Oriented Pricing* dimana penetapan harga berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi karena produk dijual dengan memperhatikan kualitas barang. Agar makanan yang di jual tidak overprice (terlalu mahal) ataupun underprice (terlalu murah).

#### 4. Saluran Distribusi

Saluran Distribusi adalah pembagian atau penyaluran produk ke pihak-pihak terkait seperti pelanggan. Saluran yang biasa disebut dengan distribution channel membagikan produk dalam bentuk barang. Pelanggan dalam rantai distribusi bisa berarti individu, gerai ritel, grosir, dan pengecer. Terdapat dua macam saluran distribusi, langsung dan tidak langsung. Distribusi langsung merupakan cara pendistribusian suatu perusahaan yang memproduksi barang dan jasa berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, sedangkan distribusi tidak langsung cara pendistribusian suatu perusahaan yang memasarkan produknya melalui perusahaan lainnya yang bertindak sebagai perantara penjualan.

Sari Sanjaya saat ini hanya menggunakan saluran distribusi langsung dari beberapa outlet dari Sari Sanjaya untuk memastikan kualitas yang didapatkan customer. Kedepannya tidak menutup kemungkinan bagi Sari Sanjaya untuk melakukan distribusi tidak langsung,



tetapi dengan memilih perusahaan yang dapat menjaga kualitas produk agar tidak menurunkan atau merugikan Sari Sanjaya.

## F. Strategi Promosi

Promosi menurut Kotler dan Armstrong (2018:424), adalah bahan utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari kumpulan alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau layanan tertentu secara lebih cepat atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Terdapat mengelompokan strategi promosi yang digunakan oleh perusahaan :

### 1. Advertising

Advertising adalah upaya atau proses mempersuasi target pasar untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau menggunakan layanan, membawa kesadaran terhadap suatu hal, dan lain sebagainya. Rencana Advertising dari Sari Sanjaya adalah melalui sosial media yang efisien. Seperti Instagram, facebook dan lain sebagainya. Penulis berniat mencari komunitas yang sesuai dengan produk Sari Sanjaya, yaitu komunitas penggemar makanan Palembang. Penulis mengharapkan bisa mengembangkan brand dari advertising ini dan siap mengeluarkan biaya cukup besar untuk advertising.

### 2. Sales Promotion

Sales promotion adalah salah satu tipe marketing yang dilakukan perusahaan untuk mendorong suatu produk agar terjual lebih cepat. Ini biasanya berlaku untuk mengenalkan produk baru, menghabisi persediaan produk lama, dan tentunya untuk menaikkan jumlah penjualan. Sales Promotion yang sudah berjalan di Sari Sanjaya adalah dengan memberikan promosi secara langsung berupa potongan harga disaat event-event khusus. Nantinya saat sistem online dilakukan, Sari Sanjaya akan memberikan banyak promo untuk pembelian online untuk mendorong sekaligus mempromosikan penjualan online dari Sari Sanjaya.

### 3. Personal Selling



Personal selling adalah sebuah penawaran yang dilakukan secara lisan untuk melakukan penawaran kepada calon konsumen supaya dapat menciptakan suatu hubungan baik dan menciptakan suatu penjualan antara kedua pihak. Personal selling juga telah berjalan di Sari Sanjaya saat ini, beberapa karyawan di tempatkan di depan outlet untuk menarik pelanggan yang lewat sambil menawarkan Sales Promotion. Kedepannya Sari Sanjaya juga akan melakukan Personal Selling melalui event-event yang akan berjalan.

#### **4. Public Relation**

Public Relation suatu usaha yang dilakukan secara terus menerus dan secara sengaja untuk membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara perusahaan dan masyarakat secara umum. Bisa diartikan juga sebagai usaha mempertahankan citra baik serta membantu membangun hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan atau rekan *brand*. Sari Sanjaya melakukan Public Relation dengan cara melatih tenaga kerjanya agar dapat berperilaku positif bagi pelanggan. Juga dengan memberikan promosi-promosi apabila melakukan kedatangan berkali-kali dengan menggunakan Loyalty Card.

#### **5. Direct Marketing**

Direct marketing adalah teknik pemasaran dengan berkomunikasi langsung kepada pelanggan, baik pelanggan baru maupun potensial, tanpa melalui perantara pihak ketiga, seperti media ataupun iklan. Karena Sari Sanjaya sampai saat ini masih berjalan secara offline, Direct marketing dijalankan terus menerus secara langsung di restoran. Kedepannya apabila penjualan online sudah diterapkan, direct marketing juga bisa dilakukan dengan cara melalui telfon.