

BAB III

ANALISA PASAR

3.1 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar yang luas menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil atau segmen berdasarkan karakteristik, kebutuhan, atau perilaku yang serupa. Tujuan utama dari segmentasi pasar adalah untuk memahami lebih baik konsumen dan menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif dengan fokus pada setiap segmen secara terpisah. Dengan memecah pasar menjadi segmen, perusahaan dapat memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen di setiap segmen dengan lebih baik. Ini memungkinkan Wrap N Roll untuk menyajikan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan setiap kelompok pelanggan. Setiap segmen pasar dapat memiliki karakteristik yang berbeda, seperti harga sensitif, preferensi merek, atau saluran distribusi yang berbeda. Segmentasi membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan setiap segmen. Dengan menargetkan segmen tertentu daripada seluruh pasar, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya pemasaran Wrap N Roll secara lebih efisien. Ini membantu menghindari pemborosan dan memaksimalkan dampak dari upaya pemasaran. Berikut adalah hasil survei segmentasi pasar dan keinginan para masyarakat terhadap makanan sehat, Dari survei yang telah dibuat oleh penulis dapat menyatakan bahwa Jakarta utara memiliki pola makan yang cenderung junkfood dan tertarik kepada makanan sehat yang dapat mencegah penyakit seperti NAFLD :

3.1.1 *Geographics*

- Negara - Indonesia
- Ibukota - DKI Jakarta
- Lokasi - Jakarta Utara

3.1.2 *Psychographics*

- Keyakinan: mempunyai keyakinan bahwa hidup sehat memang bisa mencegah penyakit.
- Peminat: orang yang suka pergi ke tempat olahraga seperti gym atau

lapangan seperti tempat badminton, dll.

3.1.3 *Demographics*

- Umur: 15-50
- Gender: pria dan wanita
- Pemasukan: menengah ke atas
- Etnis: yang meliputi seluruh dunia
- Edukasi; semua

3.1.4 *Behavioral*

- Kebiasaan: orang yang sering pergi ke tempat olahraga seperti gym atau lapangan olahraga
 - Mengeksplorasi berbagai restoran yang menjual makanan sehat

3.2 *Market Size*

Market size adalah berapa banyak orang yang mungkin ingin membeli sesuatu di pasar tertentu. Hal ini dapat membantu Wrap N Roll mengetahui seberapa baik kinerja produk perusahaan dan apakah Wrap N Roll harus menginvestasikan lebih banyak uang. *Market size* juga berhubungan dengan seberapa banyak orang yang membeli dari suatu produk yang diciptakan Wrap N Roll dan apakah operasional tersebut dapat berjalan dengan baik. Berdasarkan dari segmentasi pasar yang telah dibuat, salad Wrap N Roll akan mengelompokkan konsumen di berbagai kategori, sebagai berikut:

3.2.1 **Fitness Enthusiasts in North Jakarta: Apa yang Konsumen Mau:**

- Makanan yang sehat dan bernutrisi untuk mendukung gaya hidup aktif Konsumen.
- Opsi makanan yang ringan dan cepat saji sesuai dengan kebutuhan nutrisi para konsumen.

Apa yang Konsumen Butuhkan:

- Pilihan menu dengan variasi salad yang kaya gizi dan pilihan protein.

- Opsi makanan yang dapat diambil atau dikonsumsi dengan cepat setelah latihan.

Hasil yang Ingin Dicapai:

- Meningkatkan performa olahraga melalui asupan makanan yang seimbang dan bernutrisi.
- Menjaga atau meningkatkan kesehatan dan kebugaran secara keseluruhan.

3.2.2 Health-Conscious Urban Dwellers: Apa yang Konsumen Mau:

- Pengalaman makanan yang lezat dan sehat.
- Opsi makanan yang sesuai dengan gaya hidup sehat Konsumen.

Apa yang Konsumen Butuhkan:

- Pilihan salad dengan bahan-bahan segar dan berkualitas.
- Makanan yang cocok untuk diet sehat dan terjaga.

Hasil yang Ingin Dicapai:

- Mendukung pola makan sehat Konsumen.
- Menikmati makanan yang lezat tanpa merasa bersalah.

3.2.3 Urban Professionals Seeking Healthy Dining Options:

Apa yang Konsumen Mau:

- Opsi makanan sehat yang praktis dan cepat.
- Lingkungan makan yang nyaman dan cocok untuk pertemuan bisnis santai.

Apa yang Konsumen Butuhkan:

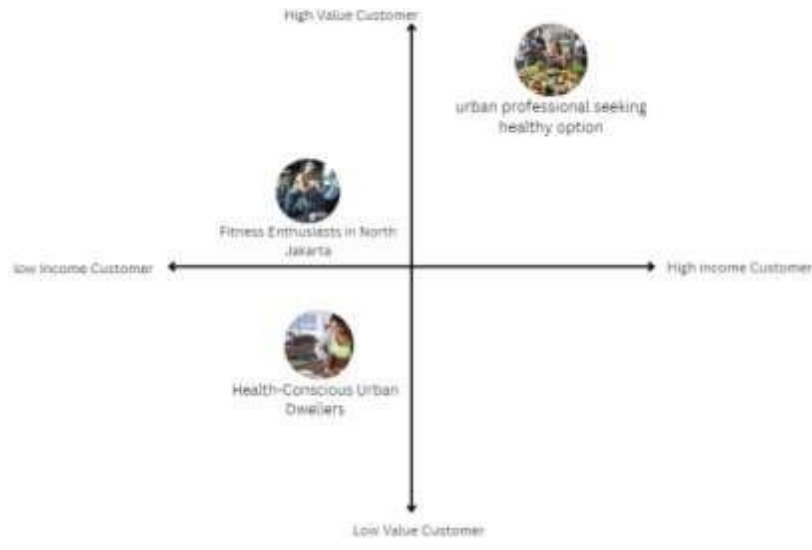
- Menu dengan pilihan salad atau hidangan sehat yang bisa diambil dengan cepat.
- Lingkungan yang mendukung pertemuan informal dan santai.

Hasil yang Ingin Dicapai:

- Menjaga kesehatan dan energi selama hari kerja yang sibuk. Alternatif makanan yang cepat dan sehat untuk memenuhi kebutuhan gizi Konsumen

3.3

Consumer Mapping



Gambar 3.3.1 *Consumer Mapping* Wrap N Roll

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Penjelasan terkait diagram *consumer mapping* Wrap N Roll

- Dari hasil dari gambar 3.3.1, bahwa pada garis horizontal *consumer mapping* menggambarkan pada tingkat penghasilan terhadap konsumen dengan pola bagian sebelah kanan yang menunjukkan garis *High Income* dengan penghasilan diatas Rp6.000.000, sedangkan pada pola kiri atas yang menunjukkan garis *Low Income* dengan penghasilan dibawah Rp5.900.000. Dari penerapan gambar diatas bahwa tingkat penghasilan tertinggi diduduki oleh wanita yang sedang menjaga berat badan, masyarakat yang sedang menerapkan pola gaya hidup sehat, dan masyarakat yang sedang menjalankan pola pikir hidup sehat.
- Pada penjelasan terkait garis vertikal pada tingkat persepsi konsumen terhadap pembelian produk dapat dinyatakan bahwa pada pola garis bagian atas menunjukkan nilai *High Value* yang artinya konsumen akan mengeluarkan uang lebih untuk melakukan gaya hidup sehat melalui makanan sehat. Sedangkan, pada garis bagian bawah menunjukkan nilai *Low Value* yang diartikan bahwa pada saat menggunakan produk konsumen akan cenderung melihat pada harganya, bukan melalui pemanfaatan pada produk Wrap N Roll.

- Maka, dapat disimpulkan bahwa Wrap N Roll akan memfokuskan dan menargetkan pada konsumen yang memiliki penghasilan lebih untuk menerapkan gaya hidup sehat melalui makanan sehat, serta manfaat dari kandungan pada makanan sehat tersebut. Oleh karena itu, akan dipersentasekan dengan wanita yang sedang menjaga berat badan 50%, masyarakat yang sedang menerapkan pola gaya hidup sehat 30%, dan masyarakat yang sedang menjalankan pola pikir hidup sehat 20%.

3.4 Positioning

Untuk Wrap N Roll, bisnis ini menyajikan lebih dari sekadar hidangan salad; Wrap N Roll adalah destinasi kuliner yang memadukan kesehatan, kelezatan, dan kecepatan. Dibandingkan dengan pesaing di pasar makanan cepat saji, Wrap N Roll menawarkan kombinasi unik dari kualitas premium, kecepatan pelayanan, ragam pilihan dan harga menu yang menarik dan cocok untuk berbagai kelompok konsumen. Berikut beberapa perbandingan antara Wrap N Roll dengan kompetitor, antara lain:

3.4.1 Kualitas Premium:

Wrap N Roll menekankan pada bahan-bahan segar dan berkualitas tinggi, memberikan pengalaman makan sehat yang tidak hanya lezat tetapi juga bernutrisi.

3.4.2 Kecepatan Pelayanan:

Berbeda dari pesaing yang mungkin mengorbankan kualitas untuk kecepatan, Wrap N Roll menjamin pelayanan yang cepat tanpa mengorbankan kualitas dan kebersihan.

3.4.3 Ragam Pilihan Menu:

Dari salad tradisional hingga kreasi inovatif, Wrap N Roll menyediakan variasi menu yang memenuhi selera pelanggan dengan menyesuaikan dengan preferensi kesehatan dan cita rasa.

3.4.4 Harga Yang Terjangkau:

Salad Wrap n Roll menekankan untuk menjual produk dengan harga terjangkau.

3.4.5 Target Posisi Bisnis

Untuk pelanggan yang mencari makanan cepat dan sehat, Salad Wrap N Roll adalah pilihan utama yang menggabungkan kelezatan kuliner

dengan kesehatan dan kecepatan. Wrap N Roll menyasar pada:

3.4.5.1 Fitness Enthusiasts

Menawarkan pilihan menu yang mendukung pola makan sehat Konsumen setelah berolahraga.

3.4.5.2 Health-Conscious Urban Dwellers

Memberikan pengalaman makanan sehat dan lezat sesuai dengan gaya hidup sehat Konsumen.

3.4.5.3 Urban Professionals:

Menjadi opsi makanan sehat yang cepat dan praktis selama hari kerja yang sibuk. Dengan menyediakan pilihan makanan sehat yang cepat tanpa mengorbankan cita rasa, Salad Wrap N Roll mengambil posisi sebagai destinasi makanan cepat sehat yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang ingin hidup sehat tanpa mengorbankan kelezatan dan kecepatan.

3.5 *Competitor Analysis*

Untuk kompetitor Salad Wrap n Roll akan memilih kompetitor yang akan menjadi kompetitor Salad Wrap n Roll yaitu Salad Stop!, Greenly dan Salad Boz. Gambar di bawah akan membandingkan beberapa perbedaan Salad Wrap n Roll dengan kompetitor lainnya, dan akan membandingkannya pada berbagai kategori. Dari perbandingan tersebut akan menunjukkan kelebihan serta kekurangan dari kompetitor-kompetitor, sehingga konsumen dapat melihat hasil perbandingan serta menilai dan dapat memilih pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Konsumen

		Wrap N Roll	SaladStop! (Main)	Greenly (Secondary)	Saladboz (Other)
variasi	1	Dari segi Variasi bisa dibidang bahwa Wrap N Roll mempunyai sedikit pvariasi menu	dari segi Variasi SaladStop! mempunyai beragam menu lebih banyak dari pada toko salad lain	Dari segi variasi Greenly mempunyai cukup variasi produk	Dari Segi Variasi SaladBoz mempunyai variasi menu lebih sedikit dari pada bisnis salad yang lain
kualitas	2	untuk kualitas produk bisa dibidang kalau kita hampir sama dengan greenly	dari segi kualitas SaladStop! mempunyai produk yang kualitas tertinggi dari pada toko salad lain	dari segi kualitas greenly mempunyai kualitas seperti SaladStop! tetap lebih rendah sedikit	Dari Segi kualitas bisa dibidang bahwa Saladboz lebih rendah dari pada SaladStop, greenly dan Wrap N Roll
harga	3	dari segi harga produk yang kita jual bisa terbilang lebih murah dari pada toko lain	dari segi harga SaladStop! mempunyai harga yang lebih mahal dari pada toko yang lain	Dari segi Harga greenly cukup lebih murah dari pada SaladStop!	Dari segi Harga bisa dibidang bahwa Saladboz lebih murah sedikit dari Pada Wrap N Roll
kecepatan	4	dari segi kecepatan penyajian Wrap N Roll bisa dibidang cukup cepat tetapi tidak seperti SaladStop atau Greenly	dari segi kecepatan penyajian SaladStop bisa dibidang lebih cepat dari pada toko salad yang lain	Dari segi kecepatan penyajian bisa dibidang masih lebih cepat dari pada SaladBoz atau Wrap N Roll	Dari segi penyajian SaladBoz bisa dibidang cukup lama dalam penyajian makanan mereka

(Gambar 3.5.1 Table perbandingan dari macam toko salad)

Demikian analisis perbandingan dari penulis. Semoga dapat membantu dalam memahami positioning masing-masing jaringan salad ini.

