

BAB III ANALISIS PASAR

3.1 Target Konsumen: Segmentasi, Profil

Tahap awal yang sangat penting dalam sebuah bisnis adalah menentukan target konsumen. Menurut MTarget (2023), *Target market* atau target pasar adalah suatu kelompok yang memiliki ketertarikan untuk mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan. Segmentasi pasar dibagi menjadi 4, yaitu dari segi demografis, geografis, psikografis, dan behavioral. Berikut adalah Segmentasi pasar yang ditentukan oleh *Hive Eco-Living* :

3.1.1 Segmentasi

Target konsumen *Hive Eco-Living* terbagi menjadi 4 yaitu segmentasi terhadap demografis, geografis, psikografis, dan behavioral.

Demografis:

- Jenis Kelamin : *unisex*
- Usia : 18-35 Tahun
- Pendapatan : Rp 10.000.000 - Rp 15.000.000

Geografis:

- Lokasi : Jabodetabek dan *BSD City*

Psikografis:

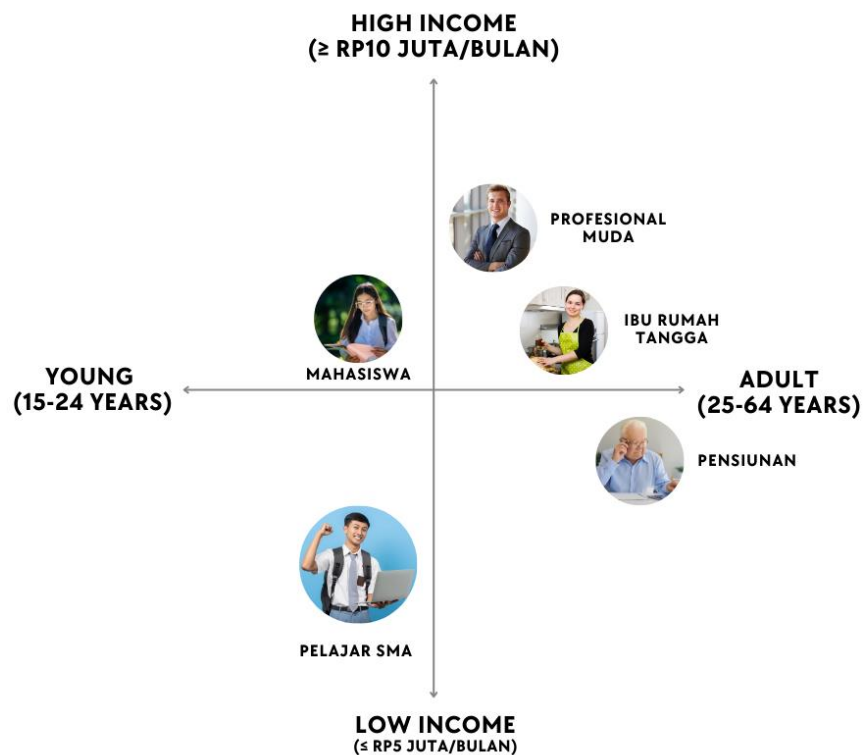
- Calon konsumen yang peduli terhadap lingkungan.
- Calon konsumen yang suka dengan suasana kos *eco-living*.
- Calon konsumen yang suka menjelajahi gaya hidup keberlanjutan.

Behavioral:

- Calon konsumen yang memprioritaskan hunian dengan mendukung keberlanjutan lingkungan.
- Calon konsumen yang tertarik pada fasilitas sistem hemat energi, dan pengelolaan air yang ramah lingkungan.

- Calon konsumen yang tertarik menjadi bagian dari komunitas penghuni yang memiliki visi serupa tentang hidup ramah lingkungan.

3.2 Customer Mapping



Gambar 3.1 Customer Mapping Matrix

Sumber: Dokumen Pribadi

Customer Mapping adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mendokumentasikan karakteristik segmen pasar target secara lebih detail. *Consumer Mapping Hive Eco-Living* sebagai berikut :

Demografis:

- Profesional muda berusia 25-35 tahun yaitu karyawan perusahaan di BSD City, Mereka yang memiliki penghasilan menengah ke atas dan membutuhkan hunian yang praktis dan nyaman.

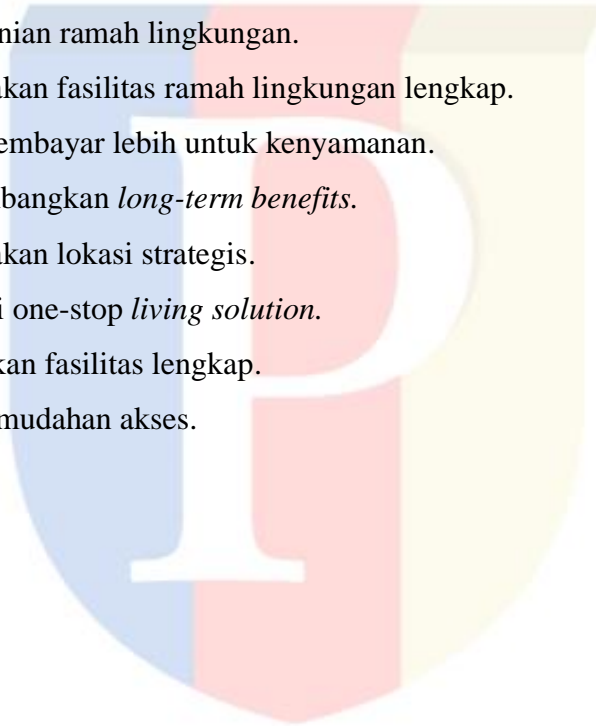
- Mahasiswa berusia 18-24 tahun yaitu mahasiswa kampus di sekitar BSD, Berasal dari keluarga menengah ke atas yang membutuhkan hunian dekat dengan kampus yang nyaman.

Psikografis:

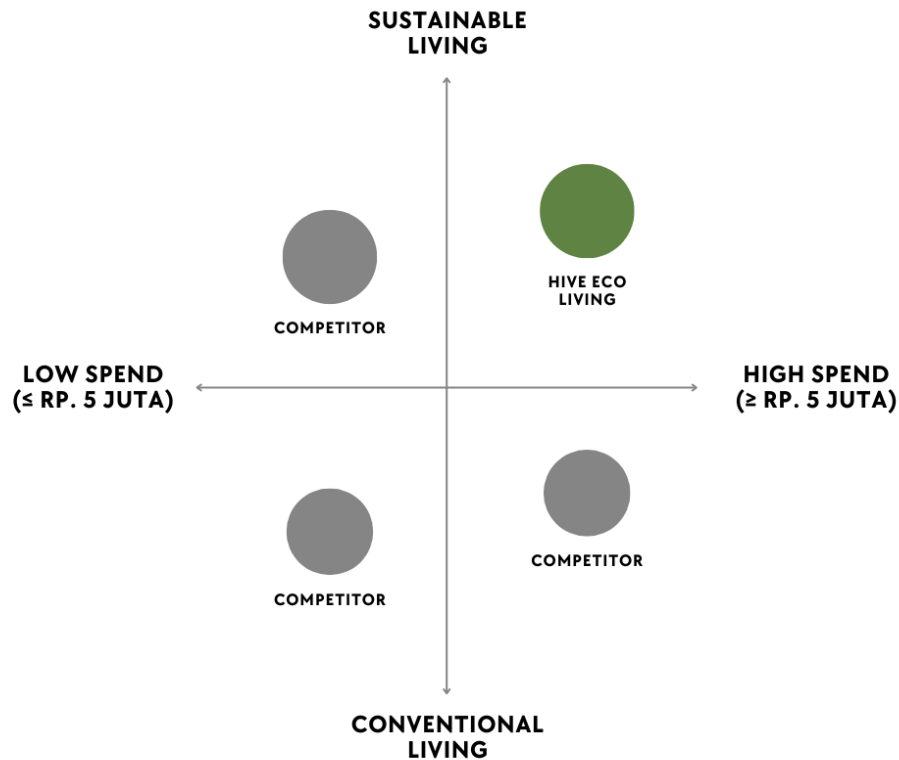
- Sangat peduli lingkungan.
- Aktif mendukung *sustainable living*.
- Bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan.
- Mengutamakan kualitas hidup.

Behavioural

- Mencari hunian ramah lingkungan.
- Mengutamakan fasilitas ramah lingkungan lengkap.
- Bersedia membayar lebih untuk kenyamanan.
- Mempertimbangkan *long-term benefits*.
- Mengutamakan lokasi strategis.
- Menghargai *one-stop living solution*.
- Membutuhkan fasilitas lengkap.
- Mencari kemudahan akses.



3.3 Positioning

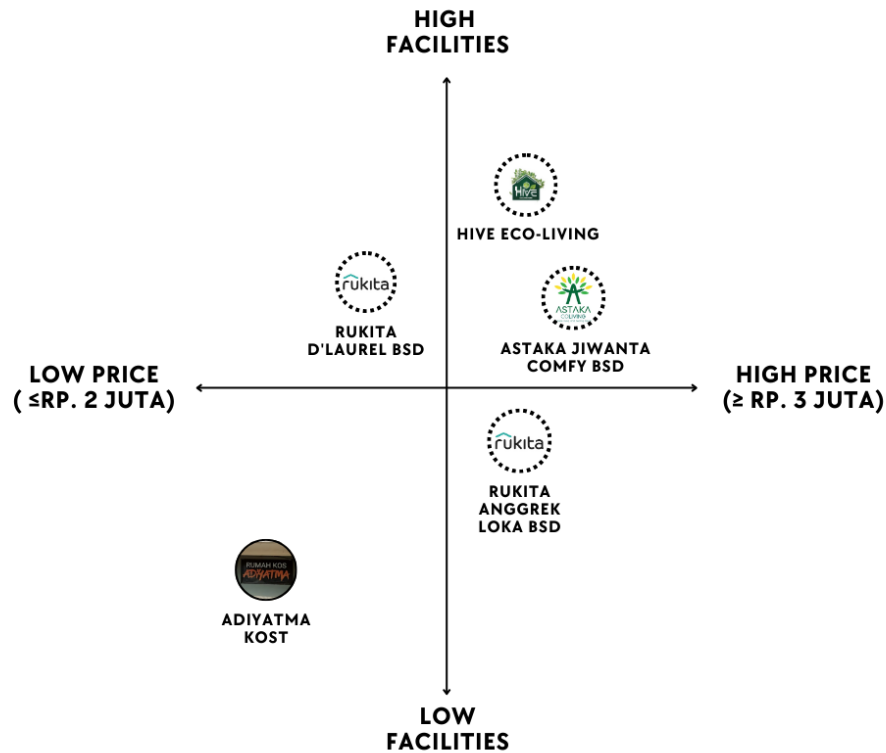


Gambar 3.2 Positioning Hive Eco-Living

Sumber: Dokumen Pribadi

Hive Eco-Living menargetkan konsumen yang memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya keberlanjutan lingkungan (*sustainable living*) dan bersedia mengalokasikan anggaran lebih tinggi (\geq Rp 5 juta) untuk mendapatkan hunian berkualitas yang mendukung gaya hidup ramah lingkungan dan menikmati fasilitas premium yang ditawarkan, seperti *gym center*, *food court*, *billiard area* dan sistem energi ramah lingkungan. Namun, *Hive Eco-Living* juga memiliki lawan konsumen yang memilih hunian ramah lingkungan dengan fokus pada pengeluaran rendah (\leq Rp 5 juta). Kami juga memiliki 2 lawan konsumen lainnya yaitu mereka yang cenderung lebih memilih hunian konvensional dengan fokus pada pengeluaran rendah (\leq Rp 5 juta) dan juga pengeluaran tinggi (\geq Rp 5 juta). Konsumen ini cenderung tinggal di lingkungan yang lebih tradisional atau perkotaan dengan fasilitas standar, di mana aspek keberlanjutan atau efisiensi energi bukanlah prioritas utama mereka. Sehingga mereka kurang tertarik dengan konsep hunian eco-friendly dan fasilitas premium yang ditawarkan oleh *Hive Eco-Living*.

3.4 Competitor Mapping



Gambar 3.3 Competitor Mapping

Sumber: Dokumen Pribadi

Untuk *competitor Mapping*, kami membandingkan dengan 4 kos, yaitu *Co living* Rukita Anggrek Loka BSD, *Co living* Rukita D'Laurel BSD, *Co living* Astaka Jiwanta *COMFY* BSD, dan *Adiyatma Kost*.

- Rukita Anggrek Loka BSD

Rukita Anggrek Loka BSD berada di kelompok Harga Rendah dengan Fasilitas standar. Kamar yang ditawarkan oleh Rukita yaitu 8,5m². dikenal sebagai kos yang menawarkan fasilitas kurang lengkap namun dengan harga yang relatif terjangkau, yaitu sekitar Rp. 1.500,000 - Rp. 2.000,000 per bulan.

- Rukita D'Laurel BSD

Rukita D'Laurel BSD memfokuskan diri pada hunian modern dengan fasilitas cukup lengkap dan harga yang lebih tinggi, Kamar yang

ditawarkan oleh Rukita yaitu 10,5m² hingga 15,05m². *Rate* harga sewa kamar kos Rukita ini yaitu sekitar Rp2,500,000 - Rp3,000,000 per bulan.

- Astaka Jiwanta *Comfy* BSD

Astaka Jiwanta *Comfy* BSD menjadi salah satu kompetitor terkuat Hive *Eco-Living*, dengan harga mulai dari Rp3,200,000 per bulan. Kamar yang ditawarkan oleh Astaka Jiwanta *Comfy* yaitu 9m² hingga 24,48m². Kos ini menawarkan fasilitas premium dengan desain modern dan layanan tambahan seperti housekeeping dan laundry.

- Adiyatma Kost

Adiyatma Kost menargetkan segmen penghuni yang lebih ekonomis, dengan harga mulai dari Rp1,200,000 per bulan. Fasilitas yang ditawarkan tergolong standar dan lebih cocok untuk mahasiswa atau pekerja baru yang memprioritaskan harga murah. Dibandingkan *Hive Eco-Living*, Adiyatma Kost tidak memberikan pengalaman hunian yang inovatif atau fasilitas premium.

3.5 Competitor Analysis

Tabel 3.1 BenchMark

	HIVE Eco-Living	Rukita D'Laurel BSD	Rukita Anggrek Loka BSD	Astaka Jiwanta COMFY BSD	Adiyatma Kost
FACILITY	<ul style="list-style-type: none"> • Fully furnished • Kamar Mandi Dalam • Pemanas Air • Gym Center • Kitchen Umum • Wi-fi • AC • Parkiran Mobil & Motor • Food Court • Billiard Area • Laundry • Cleaning 	<ul style="list-style-type: none"> • Wi-fi • Lift • Dapur Bersama • AC • Parkiran Mobil & Motor • Laundry • Cleaning 	<ul style="list-style-type: none"> • Wi-fi • Lift • Dapur Bersama • AC • Parkiran Mobil & Motor • Laundry • Cleaning 	<ul style="list-style-type: none"> • Spring Bed • Wi-Fi • AC • Kamar Mandi Dalam • Pemanas Air • Ruang Tamu • Dapur • Air Minum • Keamanan • Parkir Motor & Mobil 	<ul style="list-style-type: none"> • Kasur • Meja • Dispenser • Lemari Baju • Wastafel • Kipas Angin • TV Kabel • K. Mandi Dalam • Kloset Jongkok • Ember mandi
Room	Hive Room	<ul style="list-style-type: none"> • Superior Queen • Regular Single • Master Twin • Master Queen A - F • Master Single • Regular Single • Superior Single 	<ul style="list-style-type: none"> • Compact Single A • Compact Single B 	<ul style="list-style-type: none"> • Pocket Single • Executive Family • Compact Queen A • Superior Family 	Tipe A
Harga	Rp. 3.6 Juta	Rp. 2 Juta - Rp. 3 Juta	Rp. 2 Juta - Rp. 2 Juta	Rp. 2 Juta - Rp. 5,8 Juta	Rp. 1,2 Juta
Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi di Pusat Kota • Dekat dengan Aeon Mall dan ICE BSD 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi di Pusat Kota • Dekat dengan perumahan ICE BSD 	Dekat dengan rumah sakit Eka Hospital	Dekat dengan rumah sakit Eka Hospital	Dekat dengan McDonald's BSD Sunburst
Jenis Rumah	Kost	Co-Living	Co-Living	Co-Living	Kost

Untuk competitor analysis, kami membandingkan dengan 4 kos, yaitu Rukita Anggrek Loka BSD, Rukita D'Laurel BSD, Kost Astaka Jiwanta COMFY BSD, dan Adiyatma Kost. Kami membuat tabel berdasarkan fasilitas, tipe kamar, harga, aksesibilitas dan jenis.

3.6 SWOT Analysis

SWOT analysis digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* yang berarti kekuatan, *Weakness* berarti kelemahan, *Opportunities* berarti kesempatan, dan *Threats* berarti ancaman. Berikut merupakan tabel *SWOT Hive Eco-Living*.

Tabel 3.2 SWOT Analysis

SWOT	
<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
<p>Konsep ramah lingkungan dengan desain <i>eco-energy</i>.</p> <p>Lokasi strategis di pusat bisnis BSD City.</p> <p>Fasilitas modern seperti PLTS, gym,, laundry, billiard.</p>	<p>Modal investasi awal untuk teknologi mahal</p> <p>Instalasi solar panel mahal</p> <p>Perawatan teknologi memerlukan keahlian khusus</p> <p>Kesadaran pasar masih rendah terhadap kos eco-friendly</p>
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<p>Tren gaya hidup hijau semakin populer.</p> <p>Dukungan pemerintah untuk energi terbarukan.</p> <p>Pasar BSD yang berkembang dengan banyak profesional muda.</p> <p>Konsep BSD City yang mengedepankan Konsep ramah lingkungan</p> <p>Pertumbuhan jumlah mahasiswa</p>	<p>Persaingan ketat dari kos atau apartemen konvensional.</p> <p>Apartemen studio baru</p> <p>Kos tradisional harga terjangkau</p> <p>Market Competition</p>