

Analisis Peluang Pasar Suplemen Tulang Berbahan Aktif Tanaman Lokal di Jawa Tengah

Analysis of Market Opportunities for Bone Supplements Made from Local Plant Active Ingredients in Central Java

**Khairina Rahmania Prayoga Putri¹, Indah Setiawati^{2*}, Vina Helmi Nur Istiqomah³,
Ai Munawaroh Sa'adatul Maspudah¹, Linda Aulia Nuraini⁴, Fakhri Dwi Alexsyah¹**

¹Jurusan Farmasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan, Universitas Jenderal Soedirman

²Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman

³Jurusan Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Jenderal Soedirman

⁴Jurusan Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman

Jl. Dr. Soeparno No. 61, Purwokerto 5123, Jawa Tengah, Indonesia

*Email: iindahs@unsoed.ac.id

(Diterima 02-11-2023; Disetujui 27-12-2023)

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk mengetahui aspek pasar produk inovasi suplemen tulang berbentuk tablet yang memanfaatkan tanaman lokal Jawa Tengah dengan menganalisis minat, pesaing, dan potensi usaha. Metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode studi literatur dan riset pengembangan. Data yang diperoleh bersumber dari *google trends* sebagai informasi minat produk. Pencarian data melalui Google dilakukan untuk mencari informasi pesaing di pasaran. Analisis dilakukan menggunakan analisis minat menggunakan *Google Trends*, analisis SWOT, dan analisis pesaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk suplemen ini berpeluang besar dan mampu bersaing dengan produk lainnya untuk laku di pasaran wilayah Provinsi Jawa Tengah karena suplemen yang disajikan memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis ditinjau dari segi harga, kandungan, dan sasaran konsumennya.

Kata Kunci: analisis minat, analisis pasar, analisis pesaing, analisis SWOT, suplemen

ABSTRACT

The research was conducted to determine the market aspects of innovative bone supplement products in the form of effervescent tablets that utilize local plant from Central Java by analyzing interest, competitors, and business potential. The research method was carried out using the method of literature study and development strategy. The data obtained was sourced from Google Trends for information on the level of product interest. A data search through Google was conducted to find competitor information in the market. The analysis was conducted using interest analysis using Google Trends, SWOT analysis, and competitor analysis. The results showed that this supplement product has a great opportunity and is able to compete with other products to sell in the market of Central Java Province, because the supplements presented have many advantages compared to other similar products in terms of price, content, and target consumers.

Keywords: Competitor Analysis, Interest Analysis, Market Analysis, SWOT Analysis, supplement

PENDAHULUAN

Jawa Tengah merupakan daerah dengan potensi pertanian yang cukup strategis. Tanaman lokal Jawa Tengah menjadi sentra produksi bagi nasional. Namun ada beberapa tanaman yang jarang dimanfaatkan namun memiliki jumlah yang banyak terutama di daerah pesisir baik di bagian utara maupun selatan dari Provinsi Jawa Tengah. Tanaman mangrove yang tumbuh di daerah pesisir memiliki buah yang karakteristiknya asam dan pahit sehingga jarang dikonsumsi masyarakat. Buah mangrove sering dikenal juga dengan buah pedada.

Buah pedada merupakan buah *mangrove* yang hidup di perairan payau. Buah pedada tidak beracun, namun jarang dikonsumsi langsung. Buah ini memiliki kandungan vitamin A, B, B2, dan C untuk memelihara kesehatan tulang serta daya tahan tubuh (Alharanu & Eviana, 2020). Terdapat pula kandungan flavonoid sebagai antioksidan untuk menangkal radikal bebas (Dari et al., 2020). Upaya

pemanfaatan buah *mangrove* sebagai sumber pangan masih terbatas pada program pemberdayaan penduduk yang hidup di area hutan *mangrove*. Pengetahuan tentang manfaat *mangrove* dan keterampilan pengolahannya perlu lebih ditingkatkan supaya pemanfaatannya lebih optimal. Produk olahan dari buah *mangrove* memiliki prospek yang bagus jika diproduksi dengan standar mutu dan didukung oleh promosi yang baik. Buah pedada ini bisa diformulasikan dengan ekstrak daun sirsak yang mengandung vitamin C, antiinflamasi, kalsium, dan fosfor untuk menjaga kesehatan tulang (Ummah & Badrus, 2022). Daun ini juga mengandung acetogenin yang bersifat sitotoksik terhadap sel kanker (Pertiwi et al., 2020).

Tulang merupakan penopang tubuh yang harus dijaga. Kemunculan berbagai masalah tulang seperti asam urat, osteoporosis, hingga rematik patut diperhatikan agar tidak menjadi penyakit kronis seperti kanker tulang (Hanif, 2021). Maka dari itu, perlu adanya kebiasaan baru untuk memulai hidup sehat ditambah dengan asupan tambahan seperti suplemen untuk menjaga kesehatan tulang dan mencegah terjadinya kanker tulang.

Di Indonesia, banyak beredar produk suplemen untuk menjaga kesehatan tulang. Namun, produk-produk tersebut tidak semuanya dapat dikonsumsi oleh anak-anak berumur 10 tahun. Produk suplemen untuk memelihara kesehatan tulang sebagian besar berbahan dasar vitamin D saja. Study Calgary menunjukkan bahwa dosis penggunaan vitamin D yang tinggi dalam jangka panjang dapat menurunkan BMD dan kualitas tulang (Bouillon et al., 2022). Maka dari itu, merawat kesehatan tulang tidak hanya membutuhkan vitamin D saja, tetapi juga vitamin dan mineral lainnya.

Dari adanya permasalahan tersebut, penulis menggagas suatu ide berupa produk suplemen untuk merawat kesehatan tulang dan mencegah terjadinya kanker tulang yang terinspirasi dari banyaknya tumbuhan pedada dan sirsak di lingkungan sekitar. Potensi produk olahan buah pedada dan daun sirsak tersebut cukup menjanjikan karena permintaan akan suplemen tulang yang efektif dan alami semakin meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan tulang yang tepat. Dalam hal ini, suplemen tulang tablet *effervescent* berbahan dasar buah pedada dan daun sirsak menarik perhatian sebagai alternatif yang menjanjikan dalam meningkatkan kesehatan tulang.

Adanya kemajuan teknologi, data penelitian dapat diperoleh melalui *Google Trends* sebagai penyedia data berdasarkan pencarian orang-orang tentang segala sesuatu termasuk untuk mengetahui minat terhadap suatu produk (Sari & Cristiana, 2021). Dari analisis tersebut dapat diketahui seberapa besar minat masyarakat terhadap tablet *effervescent* jika dibandingkan dengan bentuk sediaan suplemen lain yang ada dipasaran. Analisis google trends telah memberikan informasi bermanfaat dalam menganalisis peluang ekspor tanaman lokal (Setiawati, et al., 2023). Selain analisis *Google Trends* dilakukan juga analisis SWOT, dengan analisis tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa depan (Primadona & Rafiqi, 2019). Sehingga akan diketahui seberapa besar potensi usaha dari produk tersebut. Disamping itu, dilakukan juga analisis pesaing untuk mengetahui kompetitor yang bergerak di bidang atau segmen yang sama. Maka dapat diketahui perbedaan dari keunggulan produk yang kita pasarkan jika dibandingkan dengan produk lain yang sejenis (Kotler & Armstrong, 2016).

Penelitian ini akan difokuskan di Provinsi Jawa Tengah sebagai wilayah geografis yang menjadi objek pasar sasaran dengan melakukan segmentasi pasar dan menentukan kebutuhan dan keinginan dari segmen pasar. Dengan membatasi penelitian pada wilayah dan produk tertentu, penulis dapat mengetahui potensi pasar dan preferensi konsumen di Provinsi Jawa Tengah ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aspek pasar produk inovasi suplemen tulang berbentuk tablet *effervescent* yang memanfaatkan ekstrak buah pedada dan daun sirsak dengan menganalisis minat, pesaing dan potensi usaha. Dengan besarnya peluang pasar produk tersebut maka akan meningkatkan pemanfaatan buah pedada dan daun sirsak sebagai potensi sumber daya yang bisa berkontribusi untuk pemenuhan nutrisi dan kesehatan tulang masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah metode studi literatur dan strategi pengembangan. Metode ini digunakan untuk menjelaskan analisis minat masyarakat terhadap tablet *effervescent*, analisis SWOT usaha Bone-Tab, dan analisis pesaing dari produk serupa. Metode penelitian yang

digunakan untuk mengetahui analisis minat masyarakat terhadap tablet *effervescent* yaitu metode penelitian dengan menggunakan *Google Trends*. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan peluang pasar tablet *effervescent*. Penelitian dilakukan melalui *Google Trends* dengan beberapa *clue* pencarian, yaitu membandingkan produk dengan kata kunci efervesen sebagai kata yang populer, kapsul, dan minuman serbuk, serta lingkup wilayah provinsi yang banyak menggunakan tablet *effervescent*.

Analisis SWOT yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) merupakan suatu metode untuk merumuskan dan menerapkan strategi usaha Bone-Tab untuk mencapai misi dan tujuannya (Endarwita, 2021). Analisis ini dilakukan karena usaha Bone-Tab terlibat dalam berbagai keadaan lingkungan yang dinamis sehingga pengaruh lingkungan terhadap keberhasilan usaha Bone-Tab sangat dominan. Analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi berbagai lingkungan, baik lingkungan internal yang berupa kekuatan dan kelemahan usaha Bone-Tab dalam melakukan persaingan maupun lingkungan eksternal yang berupa peluang dan ancaman yang disajikan dalam bentuk tabel analisis SWOT produk Bone-Tab.

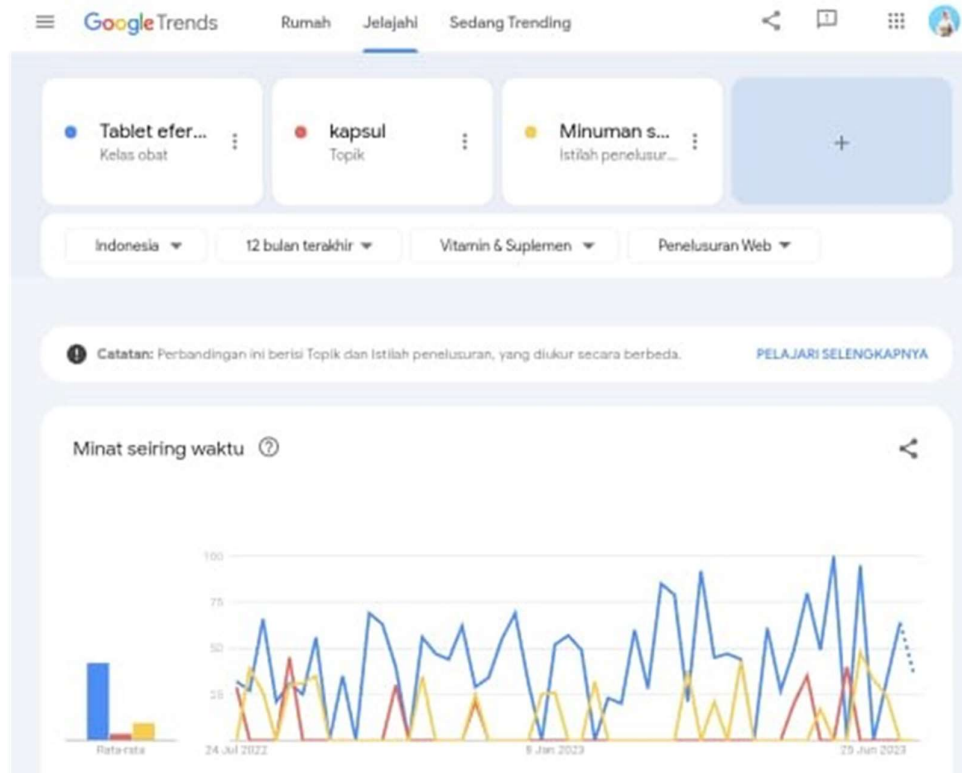
Selanjutnya, analisis pesaing dilakukan untuk mengetahui keunggulan dan kelayakan produk Bone-Tab di pasar masyarakat. Metode yang digunakan dalam menganalisis pesaing produk adalah studi literatur melalui pencarian di *google*. Analisis dilakukan dengan cara membandingkan produk Bone-Tab dan produk lain yang memiliki khasiat sejenis. Cara membandingkan produk tersebut adalah dengan memasukkan kata kunci berupa suplemen untuk kanker tulang dan masalah tulang serta suplemen untuk kanker di pencarian Google. Analisis pesaing ini disajikan dalam bentuk tabel *competitor mapping* produk Bone-Tab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk suplemen tablet *effervescent* dari buah pedada dan daun sirsak ini memiliki nama dagang Bone-Tab. Untuk menganalisis peluang pasar suplemen ini dilakukan beberapa analisa untuk mencari tahu seberapa besar produk dapat bersaing dan bersanding dengan produk lainnya di pasaran. Berdasarkan analisis pasar yang telah dilakukan, diperoleh beberapa analisis data yang menunjukkan hasil terhadap peluang produk.

Analisis *Google Trends*

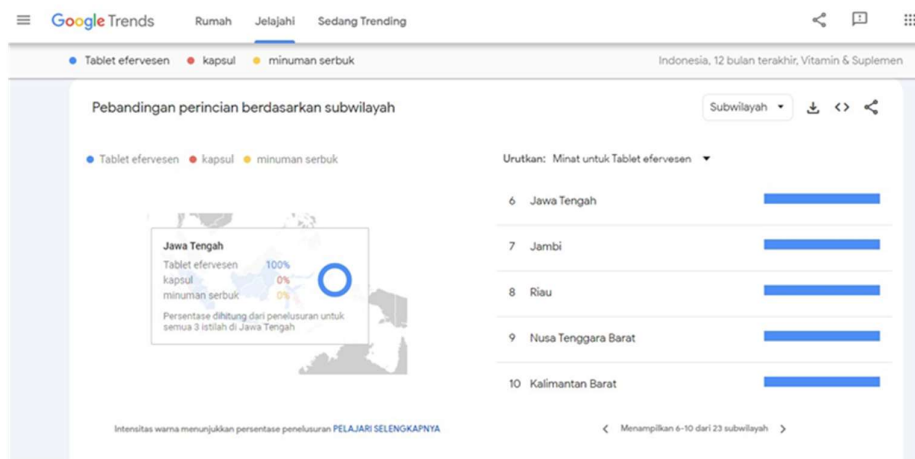
Google trends merupakan sebuah situs web yang berguna untuk membandingkan tren penggunaan kata kunci di *website* mesin pencari Google, maupun pada berita yang terbaru yang ramai diperbincangkan (Riyanto, 2014). Penelusuran terpopuler merupakan salah satu fitur yang dapat digunakan melalui *google trends*. Fitur ini bertujuan untuk mencari hasil penelitian terpopuler pada rentang waktu tertentu (Rofi'ah et al., 2021). Analisis minat menggunakan *google trends* terhadap produk ini dilakukan dengan membandingkan produk menggunakan kata yang lebih populer di masyarakat, yaitu tablet efervesen. Produk kemudian dibandingkan dengan kapsul dan minuman serbuk sebagai sediaan produk pesaing. Membandingkan produk dengan pesaingnya melalui kata populer yang diminati masyarakat menggunakan *google trends* juga telah dilakukan untuk membandingkan popularitas produk tanaman lokal yang berpotensi untuk ekspor (Setiawati, et al., 2023)



Gambar 1. Perbandingan Penggunaan Tablet *Effervescent* di Indonesia

Sumber: *Google Trends, 2023*

Perbandingan menggunakan analisis *google trends* dengan kata kunci tablet efervesen, kapsul, dan minuman serbuk di Indonesia selama 12 bulan terakhir memperoleh data masing-masing secara berurutan yaitu 42, 3, dan 10 (Gambar 1). Data tersebut membuktikan bahwa tablet *effervescent* lebih unggul dibanding dengan kapsul dan minuman serbuk dalam ruang lingkup wilayah Indonesia

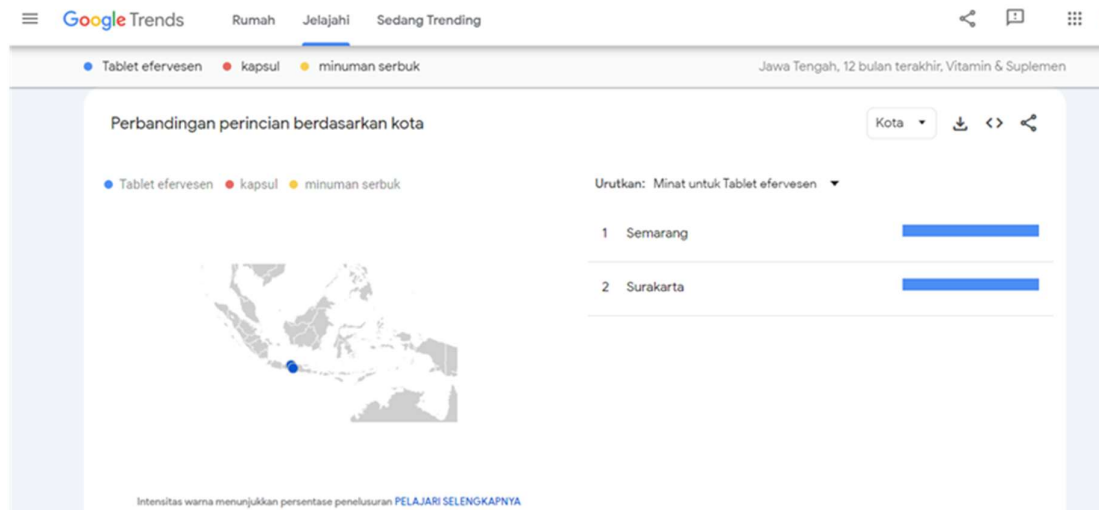


Gambar 2. Persebaran Penggunaan Tablet *Effervescent* di Indonesia

Sumber: *Google Trends, 2023*

Dilihat dari persebaran pada setiap sub wilayah, Gorontalo berada pada posisi pertama. Lalu, posisi kedua hingga keenam secara berurutan ditempati oleh Sumatera Barat, DIY, Lampung, Nusa Tenggara Barat, dan Jawa Tengah. Dari 6 besar wilayah tersebut, tablet *effervescent* jauh lebih

unggul dibandingkan kapsul dan serbuk. Contohnya, di Jawa Tengah sebagai posisi keenam, persentase tablet *effervescent* adalah sebanyak 100 %. Hal tersebut membuktikan bahwa tablet *effervescent* sangatlah unggul di wilayah Provinsi Jawa Tengah. Lokasi Tengah menjadi wilayah paling banyak peminat terhadap produk olahan tanaman lokal karena memiliki potensi di sektor pertanian. Hal ini juga diungkapkan pada hasil penelitian yang menyatakan bahwa wilayah Jawa Tengah memiliki potensi tanaman lokal karena lahan pertanian yang masih luas (Apriliana, et al., 2023).



Gambar 3. Persebaran Penggunaan Tablet *Effervescent* di Wilayah Jawa Tengah

Sumber: *Google Trends*, 2023

Keunggulan tablet *effervescent* ini didasari karena beberapa hal. Misalnya, dapat dilihat dari bentuk tablet *effervescent* yang praktis, mudah disimpan, mudah dibawa, dan memiliki stabilitas yang tinggi sehingga disukai banyak orang. Sementara, untuk kapsul dan minuman serbuk sendiri umumnya bersifat kurang tahan lama dan cenderung kurang stabil dibandingkan tablet. Juga mudah bereaksi terhadap kondisi lingkungan, terutama kelembaban. Sehingga, di wilayah Jawa Tengah pun persebarannya sangatlah luas, baik di Semarang, maupun Surakarta. Semarang dan Surakarta adalah wilayah perkotaan di Provinsi Jawa Tengah. Wilayah perkotaan di Jawa Tengah yang juga sedang berkembang adalah Purwokerto sehingga layak menjadi titik awal usaha inovasi Bone-Tab. Untuk memperluas persebarannya dilakukan promosi produk secara *online* sehingga mampu menjangkau wilayah-wilayah di Jawa Tengah seperti Semarang dan Surakarta, hingga ke luar Jawa Tengah.

Tablet *effervescent* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan kapsul atau serbuk (Setiana & Kusuma, 2018). Keunggulan tersebut misalnya daya serapnya lebih cepat dan langsung larut dalam air, memiliki rasa yang enak dan mudah diminum, dosis yang mudah diatur karena dibuat dalam ukuran yang tepat.

Dengan demikian, produk suplemen berbentuk tablet *effervescent* dapat menjadi pilihan yang lebih baik untuk dikonsumsi. Hal tersebut menjadi sebuah potensi yang dapat memaksimalkan pemasaran suplemen tablet *effervescent* ini.

Analisis SWOT

Untuk memaksimalkan potensi suatu produk perlu dilakukan evaluasi terhadap produk yang akan dipasarkan (Hardi, 2015). Evaluasi ini bertujuan memberikan gambaran untuk mengetahui apakah produk yang dibuat dapat dilanjutkan ataupun tidak. Sehingga, dalam memperkecil tingkat kerugian terhadap produk harus dilakukan evaluasi baik secara internal maupun eksternal. Evaluasi ini dilakukan pada lingkungan internal dan eksternal dalam melakukan pengembangan produk untuk menentukan strategi yang sesuai untuk digunakan. Evaluasi ini umumnya dikenal dengan analisis SWOT.

Analisis internal terhadap produk yang digunakan adalah kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) produk suplemen. Sementara itu, analisis eksternal yang digunakan adalah peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana

peluang suplemen tulang tablet *effervescent* buah pedada dan daun sirsak ini di pasaran, terutama di wilayah Jawa Tengah.

Berikut merupakan analisis prospek usaha “Suplemen Tulang Tablet *Effervescent* Berbahan Dasar Buah Pedada dan Daun Sirsak” melalui identifikasi SWOT.

Tabel 1. Analisis SWOT Produk Bone-Tab

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang dihasilkan berupa suplemen berbentuk tablet <i>effervescent</i> 2. Produk dijual dengan harga yang bersaing. 3. Merupakan minuman herbal karena terbuat dari bahan-bahan yaitu buah pedada dan daun sirsak. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi skala dapur/rumahan sehingga volume produksi kecil 2. Jangkauan pasar yang masih sempit 3. Produk belum terstandarisasi.
<i>Opportunity</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat riset yang mendukung daun sirsak mengandung flavonoid yang digunakan untuk pencegahan kanker, keropos tulang dan lain sebagainya. 2. Buah pedada mengandung vitamin C yang tinggi sehingga baik dikonsumsi untuk menguatkan tulang. 3. Terbukanya pasar dengan banyaknya program pendanaan bidang bisnis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta memberikan pelayanan yang baik untuk membuat konsumen loyal. 2. Menambah inovasi produk, misalnya dalam segi rasa dan kemasan. 3. Melakukan promosi produk sebanyak-banyaknya untuk menarik minat konsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi produk seluas-luasnya hingga ke luar lingkup wilayah Jawa Tengah, melalui strategi promosi yang unik agar menarik minat konsumen. 2. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar produk bisa terstandarisasi dan bersaing dengan produk lain yang serupa. 3. Memanfaatkan program pendanaan di bidang bisnis untuk memperkenalkan produk pada masyarakat.
<i>Threats</i>	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenaikan harga bahan baku. 2. Pesaing yang merupakan <i>market leader</i> mulai fokus menggunakan bahan alami. 3. Pesaing menggunakan teknologi yang lebih modern sehingga lebih efisien. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kestabilan harga serta melakukan efisiensi biaya. 2. Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk agar menjadi ciri khas yang membuat produk menjadi lebih unggul dibanding produk lain. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk secara konsisten. 2. Mengajukan surat izin yang dapat membuktikan keamanan produk, sehingga konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk.

Sumber: Data diolah, 2023

Setelah dilakukan analisis dari aspek internal maupun eksternal, maka dapat dirumuskan dalam analisis SWOT yang menggambarkan aspek kelebihan dan kekurangan produk suplemen tablet *effervescent* tersebut di wilayah Jawa Tengah. Terdapat empat alternatif dan solusi yang dapat ditawarkan oleh analisis SWOT dalam perkembangan tablet *effervescent* Bone-Tab di wilayah Jawa Tengah.

Strategi yang pertama adalah Strategi SO (*Strengths - Opportunities*). Strategi ini dapat dilakukan dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan pelayanan yang baik kepada konsumen, melakukan promosi dengan gencar, serta menambah inovasi produk untuk membuat konsumen tertarik. Strategi yang kedua yaitu Strategi WO (*Weakness - Opportunities*). Strategi WO dilakukan dengan memperluas promosi produk hingga ke luar wilayah, meningkatkan kualitas produk, dan

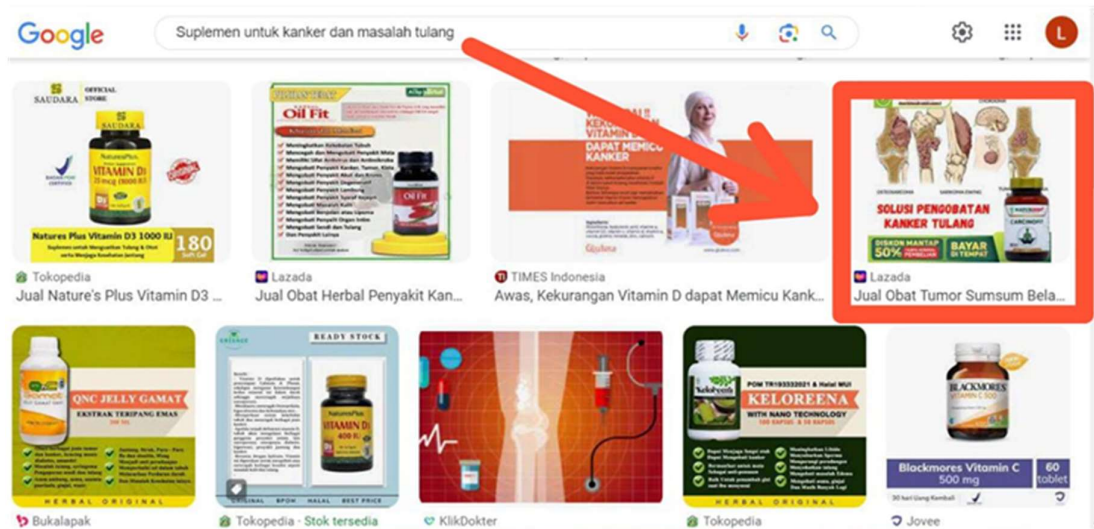
memanfaatkan pendanaan di bidang bisnis sehingga mampu menarik minat investor untuk berpartisipasi dan investasi modal untuk memperluas jangkauan.

Selanjutnya, strategi yang ketiga yaitu strategi ST (*Strengths - Threats*). Strategi ST misalnya mempertahankan kestabilan harga akibat kenaikan bahan baku, tetap mempertahankan kualitas produk secara optimal meskipun pesaing lain sudah menggunakan teknologi yang sudah modern. Kemudian, strategi yang terakhir yaitu strategi WT (*Weakness - Threats*). Strategi ini dilakukan dengan mulai mengajukan perizinan produk yang memastikan bahwa produk suplemen yang dibuat telah terjaga keamanannya untuk digunakan. Hal tersebut akan menjawab keresahan masyarakat terkait keamanan produk sehingga masyarakat tidak lagi ragu untuk membelinya. Untuk memaksimalkan promosi produk, perlu dilakukan penjualan baik secara *online* maupun *offline*, maka sangat mungkin produk suplemen Bone-Tab ini dapat terserap di dalam hingga ke luar Provinsi Jawa Tengah.

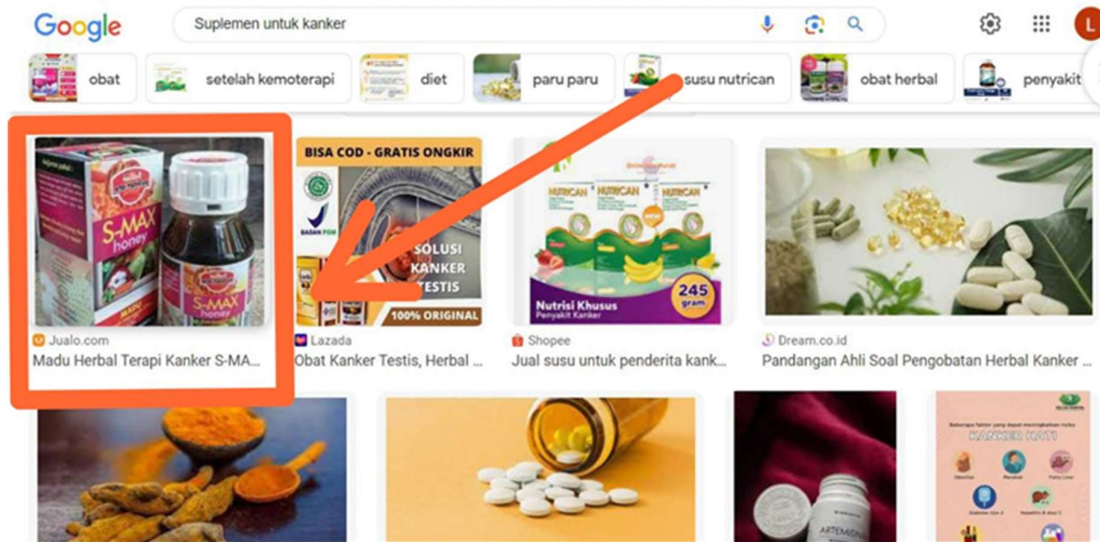
Analisis Pesaing

Pesaing merupakan suatu bisnis dari pihak lain yang bergerak pada bidang maupun segmentasi pasar yang sama. Sehingga, dalam sebuah proses pemasaran diperlukan suatu keunggulan produk untuk membedakan produk tersebut dengan produk lain yang sejenis (Kotler & Armstrong, 2016). Peluang pasar bagi produk ini adalah masyarakat yang berpotensi menderita penyakit kanker tulang, baik itu anak-anak maupun orang dewasa. Melihat dari produk suplemen herbal bagi penderita kanker yang ada di pasaran, kami yakin produk kami memiliki peluang besar di pasaran, karena produk ini diformulasikan dalam bentuk tablet *effervescent* sehingga lebih praktis dan aman bagi lambung ketika dikonsumsi.

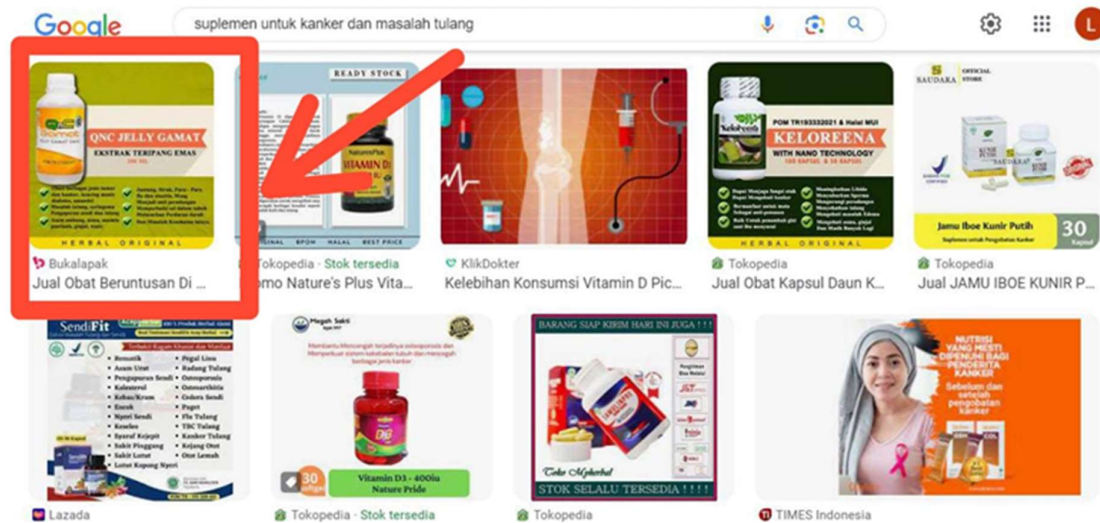
Analisis pesaing dilakukan dengan cara membandingkan Bone-Tab dengan produk lain yang memiliki khasiat sejenis. Cara membandingkannya yaitu dengan memasukkan kata pada kolom pencarian dengan kata kunci suplemen untuk kanker dan masalah tulang, dan suplemen untuk kanker. Setelah dicari, muncul beberapa produk yang berkaitan, misalnya produk Carcinofit, Madu S-max, dan Qnc Jelly Gamat. Kemudian dilakukan perbandingan produk baik dari segi fleksibilitas, harga, kandungan, dan sasaran pemasaran.



Gambar 4. Pencarian Produk dengan Khasiat Sejenis
Sumber: Google, 2023



Gambar 5. Pencarian Produk dengan Khasiat Sejenis
 Sumber: Google, 2023



Gambar 6. Pencarian Produk dengan Khasiat Sejenis
 Sumber: Google, 2023

Bone-Tab memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan produk lain ditinjau dari berbagai kategori. Oleh karena itu, target penjualan *Bone-Tab* sangat mungkin dicapai usaha ini karena peluang pasar lebih besar daripada target penjualan. Selain itu, apabila penjualan *online* maupun *offline* dilakukan secara optimal maka berpeluang besar untuk terserap pasar di wilayah Jawa Tengah, bahkan hingga ke luar wilayah Jawa Tengah. Mengoptimalkan sosial media menjadi cara yang terbaik sejauh ini, karena sosial media merupakan media pemasaran yang cukup efisien dan lebih dikenali oleh banyak orang. Melalui sosial media juga dapat melakukan komunikasi dengan banyak orang, sehingga lebih memudahkan mengenali target pasar yang akan didekati.

Promosi juga dapat dijalankan agar target pasar semakin tercapai, melalui promosi orang-orang akan semakin tertarik dengan adanya *Bone-Tab*. Promosi juga dapat menjaga citra dan kesan bisnis yang sedang dibangun agar tetap relevan, upaya promosi juga dilakukan dengan tujuan untuk menyebarkan dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan dari sebuah produk. Selain itu, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan juga harus diterapkan ketika sedang membangun sebuah usaha, karena biasanya pelanggan lebih menyukai penjual yang ramah dalam melayani, memberikan kualitas terbaik dan siap menerima kritik dan saran dari pelanggan. dari hasil analisis testimoni terhadap pelanggan *Bone-Tab* dari 13/15 pembeli pertama menyatakan

bahwa mereka suka dengan rasa, warna, dan aromanya, serta mereka mengatakan bahwa produk ini sangat terjangkau karena harganya murah sehingga minat untuk membeli lagi.

Persaingan adalah hal yang sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan kegiatan yang perlu bagi perusahaan untuk berprestasi, strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu usaha. Strategi bersaing bertujuan membina posisi yang menguntungkan dan kuat dalam melawan kekuatan yang menentukan persaingan dalam usaha. Untuk lebih kompetitif, perusahaan perlu menganalisis dan merencanakan masa depan usahanya, dengan memahami pesaing-pesaingnya.

Sebelum masuk ke dalam analisis pesaing, maka diadakan identifikasi pesaing terlebih dahulu. Hal ini agar mendukung usaha untuk tetap terjaganya aktivitas yang berkaitan dengan aliran dana ke perusahaan. Sehingga, identifikasi pesaing dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Identifikasi pesaing pada dasarnya merupakan proses penggolongan. Telah dikembangkan pula dasar penelitian yang mendalam dan menyatakan bahwa manajer mengidentifikasi pesaing-pesaingnya tidak secara individu, melainkan dengan menempatkan diri ke dalam suatu kategori kompetitif. Identifikasi pesaing merupakan suatu proses pertimbangan. Manajer akan mempertimbangkan perusahaan mana yang perlu dianalisis dan dianggap sebagai pesaing dari sejumlah perusahaan yang sudah diwaspadai.

Strategi bersaing merupakan sarana perusahaan yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Strategi bersaing dapat dilihat sebagai pembangunan pertahanan terhadap kekuatan persaingan. Pokok perumusan strategi bersaing adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya. walaupun lingkungan yang relevan sangat luas, namun aspek utama dari lingkungan perusahaan adalah industri-industri di mana perusahaan tersebut bersaing. Strategi bersaing yang efektif meliputi tindakan-tindakan ofensif ataupun defensif untuk menciptakan posisi yang aman. Strategi bersaing merupakan arah tindakan dan suatu cara dalam mencari sumber daya suatu perusahaan untuk meningkatkan dalam persaingan (Hintoro & Wijaya, 2021). Strategi bersaing memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan, karena dalam situasi pemasaran yang dinamis dan persaingan antar perusahaan semakin meningkat, bahkan tuntutan konsumen semakin tinggi, maka strategi bersaing perlu diperhatikan untuk dapat mencapai kinerja yang diinginkan.

Tabel 2. Analisis Pesaing Produk Bone-Tab

Kekuatan Produk	Produk			
	Bone-Tab	Carcinovit	Madu Max	Qnc Gamat
Fleksibel	✓	x	x	✓
Harga Murah	✓	x	x	x
Kandungan Herbal Sasaran Anak-anak dan Dewasa	✓	✓	✓	x
Ada Varian Rasa	✓	x	x	x

Sumber: Data diolah, 2023

Uji Respon Kesukaan Produk

Uji respon kesukaan pelanggan terhadap produk dilakukan meliputi rasa, aroma, dan warna. Rasa ditimbulkan dari respon makanan oleh lidah sebagai indera pengecap yaitu asam, manis, asin, dan pahit. Rasa yang masuk dalam kriteria adalah manis dan asam. Selain rasa, kriteria yang masuk dalam respon pelanggan adalah aroma, dalam pemberian aroma yang terdapat dalam produk makanan membuat indra pengecap dapat mengecap rasa lain sesuai aroma makanan tersebut, aroma yang baik adalah berupa aroma jeruk yang sedikit segar apabila dihirup. Warna juga memengaruhi kesukaan pelanggan terhadap produk, warna menjadi salah satu faktor penentu yang dapat menarik minat konsumen dari segi penampilan produk, sehingga memberikan kesan produk yang baik (Puspitasari *et al.*, 2022).

Metode yang digunakan dalam menentukan respon kesukaan ini dilakukan pada 91 responden dengan mengisi kuisioner yang telah disediakan berdasarkan rasa, aroma, dan warna terhadap tablet *effervescent* yang telah dibuat. Hasil respon kesukaan produk ditampilkan pada tabel. Pada Tabel 3, menunjukkan bahwa dari 91 responden menyatakan suka pada rasa sebanyak 89,8 %, pada aroma 84,1%, dan suka pada warna 80,7%. Berdasarkan survei respon kesukaan produk, sebagian besar responden menyukai produk Bone-Tab, baik dari segi rasa, aroma, maupun warna.

Tabel 3. Hasil Uji Respon terhadap Rasa, Aroma, dan Warna Tablet *Effervescent*

Parameter	Persentase Respon Produk (%)	
	Suka	Tidak suka
Rasa	89,80%	10,20%
Aroma	84,10%	15,90%
Warna	80,70%	19,30%

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan beberapa analisis yang dilakukan, suplemen tablet *effervescent* buah pedada dan daun sirsak ini memiliki peluang pasar yang besar untuk bersaing di pasaran terutama di wilayah Jawa Tengah. Selain karena bentuk produk yang menjadikannya praktis untuk dikonsumsi, produk suplemen ini juga memiliki berbagai keunggulan dibandingkan dengan produk lainnya yang sejenis, baik dari segi harga, kandungan yang berasal dari bahan herbal, juga sasaran konsumen baik dewasa maupun anak-anak. Berbagai keunggulan yang dimiliki menjadikan produk suplemen ini berpeluang besar dan mampu bersaing dengan produk lainnya untuk laku di pasaran.

Saran penulis dalam penelitian selanjutnya adalah diperlukan upaya untuk mempertahankan kualitas produk sehingga mampu meningkatkan potensi pengembangannya di pasaran, dan meningkatkan loyalitas, serta kepuasan konsumen. Selain itu, diperlukan analisis data seputar peluang ketertarikan responden terhadap produk sebagai pendukung dalam penilaian produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Pendidikan Tinggi (Belmawa Dikti), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas pendanaan yang diberikan untuk riset pasar pada Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan. Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Jenderal Soedirman atas dana pendamping yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alharanu, P. R., & Eviana, N. (2020). Pemanfaatan Buah Pedada (*Sonneratia caseolaris*) Pada Pembuatan Permen Jeli. *Jurnal EDUTURISMA*, 4(2), 53–64. <http://ppid.menlhk.go.id>
- Apriliana, Y., Lestari, P., M., F. A. N. & Setiawati, I., 2023. Coconut bonsai decoration plants with batik patterns in the modern era.. *AIP Publishing*, In AIP Conference Proceedings Vol. 2586(1).
- Bouillon, R., Manousaki, D., Rosen, C., Trajanoska, K., Rivadeneira, F., & Richards, J. B. (2022). The Health Effects of Vitamin D Supplementation: Evidence from Human Studies. *Nature Reviews Endocrinology*, 18(2), 96–110. <https://doi.org/10.1038/s41574-021-00593-z>
- Dari, W. D., Ananda, M., & Junita, D. (2020). Karakteristik Kimia Sari Buah Pedada (*Sonneratia caseolaris*) Selama Penyimpanan. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*, 24(2), 189–195.
- Endarwita. (2021). Strategi Pengembangan Objek Wisata Linjuang Melalui Pendekatan Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 641–652.
- Hanif, M. R. (2021). Angka Kejadian Pasien Tumor Tulang Yang Telah Melakukan Pemeriksaan Foto X-Rays di Instalasi Radiologi di RSUD Dr. H. Abdul Moeloek Periode Tahun 2013-2018. *MANUJU: MALAHAYATI NURSING JOURNAL*, 3(4), 570–577.
- Hardi, E. A. (2015). Analisis Peluang dan Ancaman Produk Pasar Modal: Studi Kasus Sukuk di Indonesia. *Kontekstualita*, 30(2), 166–182.

- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter,s Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729–738. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education. www.downloadslide.com
- Pertiwi, W., Arisanty, D., & Linosefa. (2020). Pengaruh Ekstrak Daun Sirsak (*Annona muricata* lin) Terhadap Viabilitas Cell Line Kanker Payudara T47D Secara In Vitro. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 9(1), 165–170. <http://jurnal.fk.unand.ac.id>
- Primadona, Y., & Rafiqi, Y. (2019). Analisis SWOT Pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Madina Purbaratu Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 49–60.
- Puspitasari, D., Romadoni, I. F., Suwardiah, D. K., & Pangesthi, L. T. (2022). Studi Kesukaan Responden Terhadap Jenang Makanan Khas Wonogiri. *Jurnal Tata Boga*, 11(3), 28–35.
- Riyanto, A. D. (2014). Pemanfaatan Google Trends Dalam Penentuan Kata Kunci Sebuah Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Bisnis di Dunia Internet. *Seminar Nasional Informatika*, 52–59. <http://www.google.com/trends/?hl=in>
- Rofi'ah, Sumardjo, Sarwoprasodjo, S., & Lubis, D. P. (2021). Google Trends dan Analisis Pengelolaan Konflik Sosial di Ruang Publik Virtual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 51–66.
- Sari, S. P., & Cristiana, S. (2021). Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends. *SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER HUBISINTEK*, 2(1), 698–706. <https://www.ojk.go.id>
- Setiana, I. H., & Kusuma, A. S. W. (2018). Review Jurnal: Formulasi Granul Effervescent dari Berbagai Tumbuhan. *Farmaka Suplemen*, 16(3), 100–105.
- Setiawati, I., Majid, A. K., P. A. S. & Lestari, G., 2023. Export opportunities through analysis of trends and consumer interest of Araceae ornamental plants.. *AIP Publishing*. In AIP Conference Proceedings Vol. 2586(1).
- Ummah, K., & Badrus, A. R. (2022). Efektivitas Air Rebusan Daun Sirsak (*Annona muricata* linn) Terhadap Penurunan Batuk Pilek Pada Balita Usia 1-5 Tahun di PMB Ny. Dewi Juhar, SST Desa Mrandung Kecamatan Klampis Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ilmiah Obsign*, 14(2), 180–186. <https://stikes-nhm.e-journal.id/OBJ/index>