

**POTENSI PASAR DAN STRATEGI BISNIS PRODUK
KESEHATAN IBU HAMIL DAN MENYUSUI DI INDONESIA**

TESIS



**RINTA AGUSTIANI DWIPUTRI
2231021018**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

**POTENSI PASAR DAN STRATEGI BISNIS PRODUK
KESEHATAN IBU HAMIL DAN MENYUSUI DI INDONESIA**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**



**RINTA AGUSTIANI DWIPUTRI
2231021018**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : RINTA AGUSTIANI DWIPUTRI

NIM : 2231021018

Tanda Tangan:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Agusti', with a small flourish underneath.

Tanggal : 19 Agustus 2025

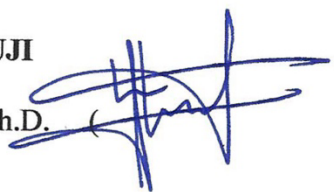
HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : RINTA AGUSTIANI DWPUTRI
NIM : 2231021018
Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN
Judul Tesis : POTENSI PASAR DAN STRATEGI BISNIS PRODUK
KESEHATAN IBU HAMIL DAN MENYUSUI DI
INDONESIA

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Arief Bimantoro Suharko, Ph.D. ()

Penguji I : Prof. Muchsin Saggaff Shihab, ()
SE., MSc., MBA., PhD

Penguji II : Ovalia, S.Pd., M.Si., PhD ()

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 19 Agustus 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Arief Bimantoro Suharko, Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 2) PT Salam Sehat Indonesia (IT's Buah) yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan serta menjadi inspirasi saya dalam penyusunan tesis ini;
- 3) Ayah saya Rully Yuharuli Agustiadi, Ibu Saya Rina Bionita, Kakak saya Praramdhani Eka Putra dan Talita Zhafrani, serta keponakan saya tercinta Gama Bagja Puteranaprasata yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 4) Sahabat-sahabat saya di Kelas A Batch 21 khususnya Putri Syifa Humaira, Pratiwi, dan Annisa Nurwanda Putri yang telah banyak membantu saya dan memotivasi saya dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 19 Agustus 2025

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan:

Nama : RINTA AGUSTIANI DWIPUTRI

NIM : 2231021018

Program Studi: MAGISTER MANAJEMEN

Jenis Skripsi : Penelitian

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

POTENSI PASAR DAN STRATEGI BISNIS PRODUK KESEHATAN IBU HAMIL DAN MENYUSUI DI INDONESIA

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal:

Yang menyatakan



(Rinta Agustiani Dwiputri)

POTENSI PASAR DAN STRATEGI BISNIS PRODUK KESEHATAN IBU HAMIL DAN MENYUSUI DI INDONESIA

Rinta Agustiani Dwiputri

ABSTRAK

Seiring meningkatnya kesadaran akan pentingnya nutrisi selama masa kehamilan dan menyusui, permintaan terhadap produk kesehatan di segmen ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Namun, pasar saat ini masih didominasi oleh produk konvensional seperti susu fortifikasi dan suplemen kimiawi, sementara tren global dan preferensi konsumen di Indonesia menunjukkan pergeseran ke arah produk alami berbasis *superfood*. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis potensi pasar produk kesehatan berbasis *superfood* alami untuk ibu hamil dan menyusui di Indonesia, (2) merancang strategi bisnis yang komprehensif, dan (3) menilai kelayakan finansial dari rencana bisnis tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*), menggabungkan data kuantitatif dari survei terhadap 221 responden ibu hamil dan menyusui serta data kualitatif dari wawancara mendalam dengan konsumen dan pakar gizi. Analisis data kuantitatif menggunakan statistik deskriptif, sementara data kualitatif dianalisis secara tematik dan diperkuat dengan kerangka teoritis seperti Model Perilaku Konsumen EBM dan Analisis Lima Kekuatan Porter. Hasil penelitian menunjukkan adanya potensi pasar yang besar yang didorong oleh kesenjangan antara produk yang tersedia dengan kebutuhan konsumen akan solusi nutrisi yang praktis, alami, dan terpercaya. Berdasarkan temuan tersebut, dirancanglah konsep produk "MamaCare Snack Bar" dengan strategi bisnis yang berfokus pada pemasaran digital dan pembangunan kepercayaan melalui validasi ahli. Analisis kelayakan finansial memproyeksikan hasil yang sangat positif, dengan nilai *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp 8.854.121.485, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 39%, dan periode pengembalian modal (*Payback Period*) selama 2,2 tahun, yang mengindikasikan bahwa rencana bisnis ini sangat layak untuk diimplementasikan.

Kata Kunci: Potensi Pasar, Strategi Bisnis, Kelayakan Finansial, Produk Kesehatan, *Superfood*, Ibu Hamil dan Menyusui, Perilaku Konsumen.

**THE MARKET POTENTIAL AND BUSINESS STRATEGY FOR HEALTHY
PRODUCTS FOR PREGNANT AND BREASTFEEDING MOTHERS IN
INDONESIA**

Rinta Agustiani Dwiputri

ABSTRACT

Along with the growing awareness of the importance of nutrition during pregnancy and breastfeeding, the demand for health products in this segment has shown significant growth. However, the current market is still dominated by conventional products such as fortified milk and chemical supplements, while global trends and consumer preferences in Indonesia indicate a shift towards natural, superfood-based products. This research aims to (1) analyze the market potential for natural superfood-based health products for pregnant and breastfeeding mothers in Indonesia, (2) design a comprehensive business strategy, and (3) assess the financial feasibility of the proposed business plan. This study employs a mixed-methods approach, combining quantitative data from a survey of 221 pregnant and breastfeeding mothers with qualitative data from in-depth interviews with consumers and nutrition experts. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, while qualitative data were analyzed thematically and reinforced with theoretical frameworks such as the EBM Consumer Behavior Model and Porter's Five Forces Analysis. The findings reveal significant market potential driven by a gap between available products and consumer demand for practical, natural, and trustworthy nutritional solutions. Based on these findings, the "MamaCare Snack Bar" product concept was developed with a business strategy focused on digital marketing and building trust through expert validation. The financial feasibility analysis projects a highly positive outcome, with a Net Present Value (NPV) of IDR 8,854,121,485, an Internal Rate of Return (IRR) of 39%, and a Payback Period of 2.2 years, indicating that the business plan is highly viable for implementation.

Keywords: Market Potential, Business Strategy, Financial Feasibility, Health Products, Superfood, Pregnant and Breastfeeding Mothers, Consumer Behavior.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Cakupan dan Batasan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Tinjauan Umum Pasar Produk Kesehatan	5
2.2. Kebutuhan Kesehatan Ibu Hamil dan Menyusui	7
2.3. Perilaku Konsumen di Pasar Produk Kesehatan	9
2.4. Perencanaan Bisnis	10
2.5. Kerangka Teoritis.....	15
2.5.1. Brand Knowledge	20
2.5.2. SWOT Analysis	22
2.5.3. Siklus Hidup Produk	24
2.5.4. Porter's Five Forces Model.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1. Komponen Penelitian.....	29
3.2. Jenis Penelitian.....	32
3.3. Pendekatan Penelitian	32
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5. Populasi dan Sampel	33
3.6. Instrumen Penelitian	34
3.7. Analisis Data	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Potensi Pasar Produk Kesehatan <i>Superfood</i> untuk Ibu Hamil dan Menyusui di Indonesia	38
4.1.1 Ukuran dan Dinamika Pasar	38
4.1.2. Hasil Data Survei Kuantitatif.....	39
4.1.3. Hasil Data Wawancara Kualitatif	47
4.1.4. Hasil Data Matriks Kompetitif Kompetitor	56
4.1.5. Pembahasan Potensi Produk Kesehatan <i>Superfood</i> untuk Ibu Hamil dan Menyusui di Indonesia	58
4.2. Rancangan Strategi Bisnis	67
4.2.1 Pengembangan Konsep Produk	67
4.2.2 Strategi Pemasaran.....	72
4.2.3. Rencana Operasional	78
4.2.4. Rencana Organisasi dan Sumberdaya Manusia	82
4.3. Analisis Kelayakan Finansial Bisnis "MamaCare Snack Bar"	84
4.3.1. Proyeksi Pendapatan dan Struktur Biaya	84
4.3.2. Analisis Kelayakan Bisnis	95
4.3.3 Pembahasan Kelayakan Finansial	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1. Kesimpulan	99
5.2. Rekomendasi.....	100
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.01 Ringkasan Rekomendasi Angka Kecukupan Gizi (AKG) untuk Wanita Hamil dan Menyusui Dibandingkan Wanita Dewasa (Usia 19-29 Tahun)	7
Tabel 3.01 Contoh matriks kompetitif	30
Tabel 4.01 Biaya yang Dikeluarkan berdasarkan Pendapatan	43
Tabel 4.02 Perbedaan Sikap Pembelian terhadap Pendapatan	45
Tabel 4.03 Profil Responden yang Diwawancarai	48
Tabel 4.04 Hasil Wawancara Responden	49
Tabel 4.05 Hasil Matriks Kompetitif	57
Tabel 4.06 Analisis SWOT Produk MamaCare Snack Bar	69
Tabel 4.07 Jumlah Proyeksi Penjualan MamaCare Morning Relief	87
Tabel 4.08 Jumlah Proyeksi Penjualan MamaCare LactaBoost	87
Tabel 4.09 Total Estimasi Penjualan Produk MamaCare Snack Bar di Tahun Pertama	87
Tabel 4.10 Kuantitas dan Harga Jual	88
Tabel 4.11 Target Pendapatan Produk MamaCare Snack Bar dalam 5 Tahun	89
Tabel 4.12 Biaya Asset Tetap	89
Tabel 4.13 Biaya Operasional Non Produksi	90
Tabel 4.14 Biaya Operasional Produksi	91
Tabel 4.14 Proyeksi Laba Rugi Berdasarkan Tiga Skenario di Tahun Pertama	92
Tabel 4.15 Proyeksi Laba Rugi 5 Tahun ke Depan	92
Tabel 4.16 Total Alokasi Selama Lima Tahun	93
Tabel 4.17 Laporan Arus Kas	94
Tabel 4.18 Hasil NPV dan IRR	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.01 Diagram EBM Model (Engel, Blackwell and Miniard 1990).....	15
Gambar 4.01 Grafik demografi responden	40
Gambar 4.02 Grafik Preferensi Produk Kesehatan Responden	41
Gambar 4.03 Grafik Preferensi Bentuk Penyajian Produk	41
Gambar 4.04 Grafik Preferensi Kanal Pembelian.....	43
Gambar 4.05 Grafik Frekuensi Pembelian dan Biaya yang Dikeluarkan	43
Gambar 4.06 Grafik Sikap Konsumen dalam Memutuskan Pembelian	44
Gambar 4.07 Grafik Kesadaran Merek Responden	46
Gambar 4.08 Grafik Atribut Merek yang Dihargai	47
Gambar 4.09 Kerangka EBM Model Berdasarkan Teori	60
Gambar 4.10 Kerangka EBM Model Perilaku Konsumen Berdasarkan Hasil Penelitian.....	64
Gambar 4.11 Prototype Produk MamaCare Snack Bar	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Semi Terstruktur Penelitian Rencana Bisnis Produk Kesehatan untuk Ibu Hamil dan Menyusui	111
Lampiran 2: Survei dan Kuesioner Penelitian	114