



## MENENTUKAN SEGMENT PASAR MELALUI PENGENALAN PRODUK BAGI PELAKU USAHA

Eni Widhajati<sup>1</sup>, Desi Rahmawati<sup>2</sup>, Latifatul Isro'iyah<sup>3</sup>

Universitas Tulungagung

[<sup>1</sup>widhajati@gmail.com](mailto:widhajati@gmail.com), [desirahmawati.unita@gmail.com](mailto:desirahmawati.unita@gmail.com), [tifafufefo@gmail.com](mailto:tifafufefo@gmail.com)

### *Abstract*

*The importance of business actors in increasing economic growth for a country makes it a shared task to develop business actors in Indonesia. By helping business actors to increase market segments through product introduction, it can increase sales for business actors so that economic growth increases and has an impact on the welfare, security, and progress of a country. The existence of business actors can absorb labor and reduce unemployment and poverty and improve the welfare of community members. For that, through this activity, it is expected that new business actors who develop and grow through it can help to increase their sales through activities to determine market segments and introduce new products to determine strategies so that market targets can be increased, and sales will also increase. This is expected to be able to find out consumer needs and problems, know consumer behavior, analyze data, determine marketing strategies, and evaluate market responses. Thus, it is important to note that business actors can carry out their business in accordance with the type of business and the position of the business actor at what stage so that they can choose the strategy used and how product introduction can be carried out to consumers.*

**Keywords:** *Business Actors, Product Introduction, Market Segment*

### **Abstrak**

Pentingnya Pelaku usaha dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian bagi suatu Negara menjadikan tugas bersama untuk mengembangkan pelaku usaha yang ada di Indonesia. Dengan kegiatan membantu bagi pelaku usaha untuk meningkatkan segmen pasar melalui pengenalan produk dapat meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha agar pertumbuhan ekonomi semakin meningkat dan berdampak kepada kesejahteraan, keamanan serta kemajuan sebuah Negara. Adanya Pelaku Usaha dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran, kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan anggota masyarakat. Untuk itu Melalui Kegiatan ini, diharapkan Pelaku usaha baru yang berkembang dan tumbuh melalui dapat membantu untuk meningkatkan penjualannya melalui kegiatan untuk menentukan segmen pasar dan pengenalan produk baru untuk menentukan strategi sehingga target pasar dapat ditingkatkan, dan penjualan akan semakin meningkat pula. Hal ini diharapkan dapat mengetahui kebutuhan dan masalah konsumen, Mengetahui perilaku konsumen dan menganalisis data serta menentukan strategi pemasarannya dan mengevaluasi respon pasar. Dengan demikian yang perlu diperhatikan agar pelaku usaha dapat



melakukan usahanya sesuai dengan jenis usaha serta posisi pelaku usaha dalam tahap apa sehingga bisa memilih strategi yang dipergunakan serta bagaimana pengenalan produk dapat dilakukan kepada konsumen.

**Kata Kunci:** *Pelaku Usaha, Pengenalan Produk, Segmen Pasar*

## A. PENDAHULUAN

### Analisis Situasi

Pelaku usaha berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu Negara, dimana dengan adanya pelaku usaha yang tumbuh dan berkembang dengan banyak akan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru serta meningkatkan pendapatan keluarga dan masyarakat serta mengurangi adanya pengangguran. Banyaknya pengangguran yang ada di Negara kita menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi belum menyerap adanya pelaku usaha yang tercipta dan melakukan usaha secara mandiri. Hal ini yang memicu masyarakat Indonesia bagaimana mengurangi tingkat pengangguran yang banyak dan bisa mengembangkan usaha melalui ide-ide kreatif yang perlu dikembangkan dan dilakukan suatu tindakan untuk menjadi seorang wirausaha. Dengan demikian maka penggerak utama ekonomi nasional adalah adanya pelaku usaha dalam UMKM yang akan menyumbang dan menyerap pertumbuhan perekonomian melalui adanya peningkatan pelaku usaha yang dimulai dengan memperkenalkan produk serta menentukan segmen pasar. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan serta berkedudukan dalam melakukan kegiatan di suatu wilayah hukum Negara Republik Indonesia, dimana sendiri atau bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bermasyarakat.

Dalam meratakan tingkat pertumbuhan perekonomian tentunya pemerintah berperan serta dalam memberikan kesempatan menumbuhkembangkan pelaku usaha yang ada di desa-desa dan perkotaan kecil, seperti kegiatan yang dilakukan di Bappeda Jawa Timur yang berlokasi di Kabupaten Tulungagung ini yaitu , Menentukan segmen pasar dan meningkatkan pengenalan produk bagi pelaku usaha, agar pelaku usaha dapat tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan dalam penjualan yang semakin meningkat. Harapannya adalah dengan semakin meningkatkan penjualan pelaku usaha /wirausaha meningkatkan segmen pasar melalui pengenalan produk yang belum atau sudah diketahui oleh konsumen, maka diharapkan mampu meningkatkan jumlah penjualan yang ada sehingga dapat berdampak terhadap pertumbuhan perekonomian suatu bangsa, yang mampu menumbuhkembangkan usaha oleh pelaku usaha yang ada. Dengan menentukan segmen pasar dan pengenalan produk pada pelaku usaha tentunya dapat dilakukan dengan cara memberikan strategi khusus serta bagaimana dapat memberi manfaat produk serta dapat melihat konsumen atau pembeli yang membutuhkan atau yang akan membelinya. Dalam pengenalan produk kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada calon pembeli harus mengetahui strategi yang dapat menarik, agar produk pertama kali yang belum dikenal dapat dikenal dan diterima oleh konsumen, sehingga harapannya produk bisa menghasilkan profit yang baik. Untuk itu perlu diperhatikan beberapa strategi antara lain:



- Melakukan riset pasar dan target market
- Memilih tim promosi dan pengembangan produk
- Menawarkan diskon atau promo
- Membuat perencanaan konten dan marketing
- Memahami produk knowledge
- Menyewa jasa Influencer untuk mempromosikan produk
- Membuat event secara langsung
- Membuat contoh/ sampel produk agar konsumen mencoba dan merasakan manfaatnya
- Membuat kuis berhadiah dengan persyaratan tertentu seperti membagikan postingan produk ke media social
- Membuat dan memasang Iklan yang menarik
- Memanfaatkan tren yang sedang populer
- Membangun tempat usaha yang strategis
- Membuat anggaran yang sistematis
- Menjalin Hubungan dengan pelanggan yang baik

Dengan adanya strategi tersebut diharapkan pengenalan terhadap produk baru ini mampu teruji agar sebelum dipasarkan produk baru mendapatkan umpan balik dari kelompok konsumen yang menjadi sasaran harapannya pengujian tersebut dapat memperoleh produk atau merek yang mempunyai masa depan yang baik. Selain itu untuk menghindari adanya kegagalan produk baru. Untuk menghindari adanya kegagalan produk baru maka perlu diperhatikan antara lain :

1. Mengumpulkan umpan balik pelanggan
2. Melakukan pelatihan manajemen produk
3. Menyiapkan diri untuk beradaptasi
4. Menganalisis kegagalan
5. Membangun reputasi merek

Maka dengan demikian untuk menghindari adanya kegagalan produk secara proaktif segera mengenali permasalahan yang terjadi sehingga dapat segera teratasi adanya masalah yang timbul dalam kegagalan produk tersebut. Sebagai Pelaku Usaha harus bisa menentukan targetnya sesuai dengan kemampuan masing-masing, sehingga dapat menentukan segmen pasar sebelum menentukan target pasar.

## **B. PELAKSANAAN DAN METODE**

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di Bappeda Jawa Timur yang berlokasi di Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Sebagai Kegiatan dalam meningkatkan pelaku usaha melalui pengenalan Produk baru dimana proses membawa produk baru dari tahap awal hingga siap diproduksi dan diluncurkan ke pasar ini memerlukan beberapa tahap, seperti desain, pengembangan, pengujian, produksi dan peluncuran ini bertujuan untuk memastikan bahwa



produk yang diluncurkan memenuhi harapan pelanggan, memenuhi tujuan kualitas, biaya, pemasaran. Tujuan dari Kegiatan pemasaran ini adalah :

- Membuat kegiatan dalam pengembangan kemampuan bisnis agar bisa melakukan adaptasi
- Sebagai dasar pemikiran dalam pengambilan keputusan pemasaran.
- Dipergunakan untuk media ukur dari hasil pemasaran berdasarkan pada standar prestasi yang telah ditentukan
- Agar tim pemasaran bisa meningkatkan kualitas koordinasi di antara individu-individu di dalamnya.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dengan adanya kegiatan ini maka akan membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk yang dijual dengan berbagai macam alternatif strategi yang dipergunakan dalam memasarkan produknya. Hal ini dapat dilakukan dengan memilah jenis usaha dari masing-masing pelaku usaha serta tingkatan atau tahap-tahap siklus dari produk pelaku usaha sendiri. Dengan mengetahui jenis usahanya maka dapat menentukan strategi yang akan dipergunakan dalam menentukan langkah –langkah strategi pemasarannya yaitu dengan :

1. Segmentasi dimana kegiatan ini membagi pasar berdasarkan usia jenis kelamin, pendidikan pekerjaan dan perilaku pasar.
2. Targetting yaitu kegiatan ini menentukan salah satu pasar yang akan menjadi tujuan pemasaran sesuai dengan kondisi produk
3. Positioning dimana upaya yang dilakukan untuk menempatkan produk di benak pasar sasaran baik dari segi tampilan fisik, kenyamanan, harga dan psikologis.

Selain itu adanya posisi pelaku usaha di tahap mana juga akan menjadi pertimbangan dalam menentukan strategi yang dipergunakan untuk memenangkan sebuah kompetisi dalam menarik suatu pelanggan. Hal ini dikarenakan kita harus mengetahui kebutuhan pasar dimana kita harus memenuhi keinginan konsumen. Apakah yang akan bisa kita lakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut dan apa yang dilakukan pesaing bisnis dalam melayani pangsa pasar yang ada serta yang sama.

Dengan demikian maka untuk menentukan segmen pasar kita harus tahu hal-hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis kaitannya dalam menentukan dan meningkatkan penjualannya tersebut.

Selain dalam menentukan segmen pasar perlu banyak strategi juga adanya alat analisa yang perlu dipergunakan bisa menggunakan analisa SWOT, ataupun bisa mempergunakan Business Plan Model Canvas atau BMC Usaha yang dilakukan oleh pelaku Bisnis.

Analisis SWOT bisa dilakukan dengan :

1. Strength yaitu Kekuatan atau Keunggulan yang ada di tempat usaha
2. Weakness yaitu Kelemahan yang ada di tempat usaha itu apa saja
3. Opportunity yaitu Peluang yang bisa dimanfaatkan / di ambil melalui usaha
4. Threat yaitu Ancaman yang mungkin timbul dari luar usaha

Sedangkan dalam BMC atau Business Plan Model Canvas ada 9 elemen di antaranya yaitu:



- Customer Segment (Segmen Pelanggan)
- Value Propotion (Nilai Yang Ditawarkan)
- Channel (Saluran Komunikasi)
- Customer Relationship ( Hubungan Dengan Pelanggan)
- Revenue Streams (Saluran Pendapatan)
- Key Resources (Sumber daya Yang dibutuhkan)
- Key Activities ( Kunci Aktivitas)
- Key Partners ( Mitra Strategi)
- Cost Structure ( Struktur Biaya)

Hal itulah yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha dalam menentukan strategi yang dapat dipergunakan melalui analisis SWOT dan Business plan yang dapat dipergunakan untuk menyediakan panduan yang mudah dalam memahami dan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan serta peluang di pasar sehingga harapan bagi pelaku usaha dapat mengembangkan strategi yang lebih inovatif serta adaptif.

#### **D. KESIMPULAN DAN SARAN**

Melalui kegiatan yang dilaksanakan oleh Bappeda Jawa Timur yang berlokasi di Kabupaten Tulungagung ini sangat membantu dalam meningkatkan pelaku usaha serta membantu keberadaan pelaku usaha dalam menentukan strategi pengembangan usaha. Dengan adanya kegiatan ini dapat membantu bagaimana cara menentukan segmen pasar oleh pelaku usaha terkait dengan jenis usaha, posisi usaha dalam tahap apa, serta dapat memberikan bagaimana cara mengembangkan usahanya melalui penetapan segmen pasar yang dipilih dan dipergunakan dalam mengidentifikasi, dan mengukur agar lebih fokus dalam alokasi sumber daya dan sebagai dasar pengembangan usahanya. Dimana hal ini akan berpengaruh terhadap proses penjualan produk, karena akan membuat produk cepat terjual.

Pelaku usaha dalam melakukan segmentasi pasar bertujuan agar dapat membagi dan menargetkan produk yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan untuk meningkatkan penjualan dan laba. Karena target pasar apabila pelaku usaha dalam menentukan tidak tepat maka akan sulit berkembang dan akhirnya tidak menghasilkan keuntungan, Untuk itu penentuan target pasar menjadi penting karena pelaku usaha tidak mungkin bisa melayani seluruh konsumen atau pembeli yang ada di pasar Maka dengan demikian haruslah sangat diperhatikan.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Kodrat, D. S. (2009). *Manajemen Strategi: Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*.
- Sukanto, R. (2009). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPF.
- Supriyono, R. A. (2000). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. BPEE.



- Website Gramedia. (n.d.). *Segmentasi pasar: Pengertian, jenis, manfaat, dan contoh penerapannya*. Gramedia. Diakses pada 01 Desember 2024, dari <https://www.gramedia.com/literasi/segmentasi-pasar>
- Populix. (n.d.). *Segmentasi pasar: Pengertian, jenis, dan manfaatnya*. Populix. Diakses pada 01 Desember 2024, dari <https://info.populix.co/articles/segmentasi-pasar>
- Compas. (n.d.). *Jenis-jenis segmentasi pasar dan contohnya*. Kompas. Diakses pada 01 Desember 2024, dari <https://compas.co.id/article/jenis-jenis-segmentasi-pasar>
- Investopedia. (n.d.). *Marketing essentials: Understanding market segmentation*. Investopedia. Diakses pada 01 Desember 2024, dari <https://www.investopedia.com/marketing-essentials>
- UIN Sunan Gunung Djati. (n.d.). *e-Theses UIN Sunan Gunung Djati*. Diakses pada 01 Desember 2024, dari <https://etheses.uinsgd.ac.id>
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral [ESDM]. (n.d.). *Jaringan dokumentasi dan informasi hukum ESDM*. Diakses pada 01 Desember 2024, dari <https://jdih.esdm.go.id>
- Kementerian Keuangan. (n.d.). *Jaringan dokumentasi dan informasi hukum Kementerian Keuangan*. Diakses pada 01 Desember 2024, dari <https://jdih.kemenkeu.go.id>