



PERTEMUAN 10

PENENTUAN PANGSA PASAR

Berdasarkan:

- ◉ Market space - akses permintaan dari penawaran
- ◉ Market share - bagian pasar yang dikuasai oleh perusahaan
- ◉ Product Life Cyce - Daur hidup product



PENENTUAN TARGET KONSUMEN

Segmenting, Targeting and Positioning

Dasar-dasar segmentasi :

- Geografis : daerah sejuk, panas, pantai dll
- Demografis : umur, jenis kelamin, agama, pendidikan, kepadatan, penghasilan.
- Sosiologis : kel. Budaya, klas sosial, dsb.
- Psikografis : kepribadian, sikap, manfaat produk, dsb

Syarat segmentasi : measurability, accessibility, substantiability

Targeting :

Ukuran dan pertumbuhan segmen, kemenarikan struktur segmen (profitable), dan sasaran & sumber daya yang dimiliki.

Alternatif pasar sasaran : undifferentiated marketing (produk tunggal), differentiated marketing (produk berbeda untuk pasar berbeda), concentrated marketing (pada pembeli tertentu).



Positioning

Identifikasi keunggulan kompetitif (diferensiasi),:

- Diferensiasi produk, Diferensiasi jasa, Diferensiasi personel, Diferensiasi citra.

Memilih keunggulan kompetitif:

- Berapa banyak perbedaan dipromosikan
- Perbedaan yang dipromosikan dalam mewujudkan dan mengkomunikasikan.

Positioning is an art. Good positioning tells a compelling, attention grabbing story - a story that resonates with your audience.
- Bruce Green



STRATEGI MARKETING MIX (4P)

Strategi Produk :

- Logo dan Moto (memiliki arti, menarik, mudah diingat)
- Menciptakan Merk (mudah diingat, kesan modern, memiliki arti, dan menarik)
- Kemasan (kualitas, bentuk, warna dan persyaratan lainnya)
- Label (pembuat, dimana dibuat, cara penggunaan, masa kadaluarsa, dll)



Strategi Harga

Tujuan : bertahan hidup, laba maksimal, market share, pesaing.

Metoda penetapan harga :

Diskriminasi harga

(menurut pelanggan, bentuk produk, tempat, waktu).

Harga produk baru

(Market skimming pricing, market penetration pricing)



Place (Distribution)

Faktor yang berpengaruh :

- ⦿ Pasar/pelanggan,
- ⦿ karakteristik produk,
- ⦿ pertimbangan pengendalian

Jenis Distribusi :

- ⦿ Distribusi intensif,
- ⦿ Distribusi eksklusif,
- ⦿ Distribusi selektif



Strategi Promosi (promotional mix) :

- ⦿ Advertensi,
- ⦿ sales promotion,
- ⦿ publick relation,
- ⦿ personal seling.

