

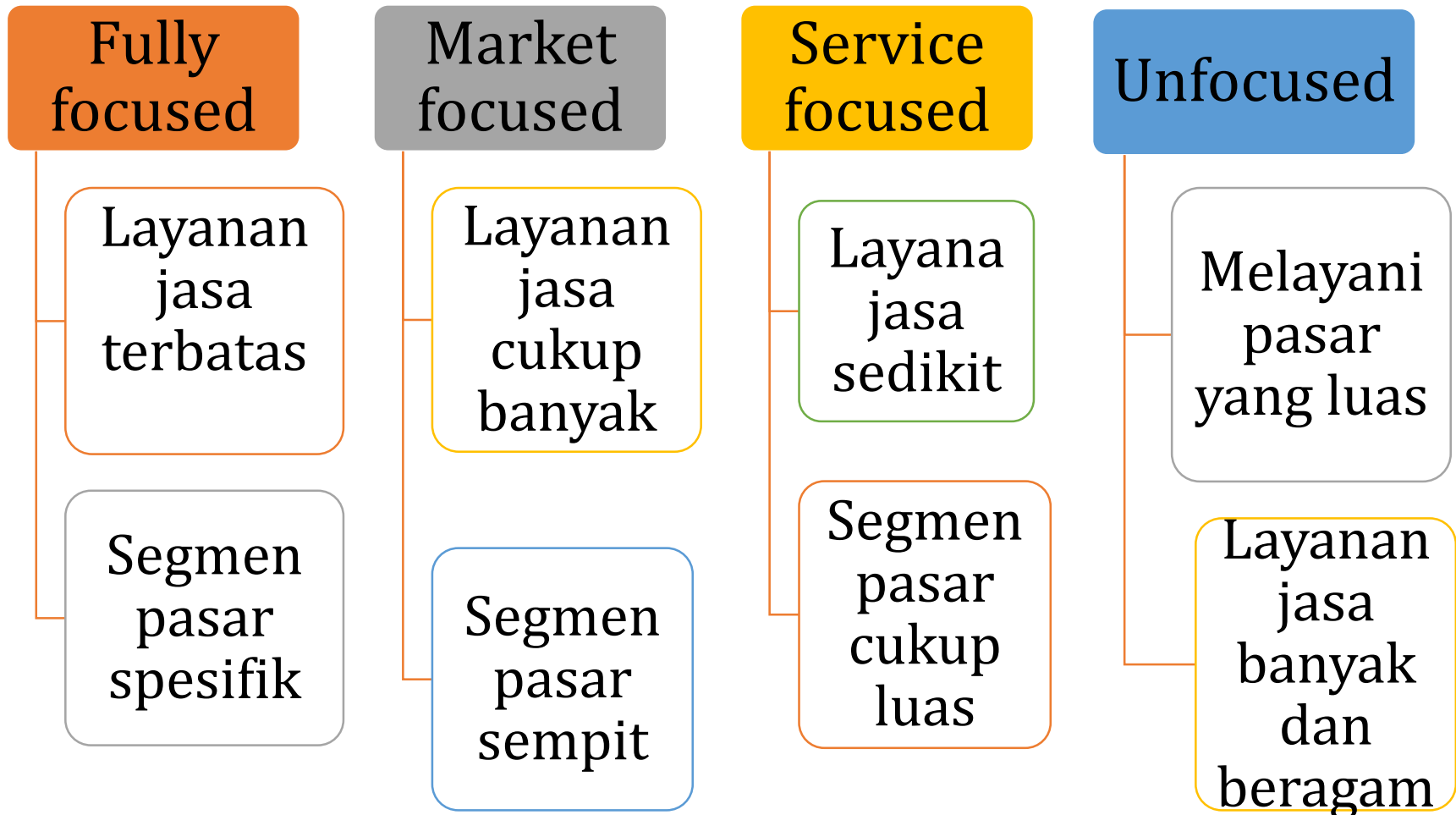
# **SEGMENTASI DAN PASAR SASARAN JASA**

## **PERTEMUAN 3**

# OUTLINE

1. Strategi keunggulan kompetitif
2. Pengertian segmentasi dan pasar sasaran
3. Manfaat segmentasi pasar
4. Kriteria segmentasi pasar
5. Langkah-langkah segmentasi pasar
6. Dasar-dasar segmentasi pasar
7. Penentuan pasar sasaran

# Strategi Keunggulan Kompetitif



# Pengertian segmentasi dan pasar sasaran

## Segmentasi pasar

Membagi Pasar → Kelompok Pembeli → Kebutuhan, karakteristik

## Pasar Sasaran

Evaluasi segmen → Kelompok potensial

# Manfaat Segmentasi Pasar

1. Mendesain jasa lebih responsif
2. Menganalisis pasar
3. Menemukan peluang
4. Menguasai posisi yang superior
5. Menentukan strategi komunikasi yang efektif dan efisien

# Kriteria Segmentasi Pasar

1. Apakah segmen cukup besar atau tidak
2. Apakah ada daya belinya atau tidak
3. Apakah dapat dibedakan dengan segmen lain
4. Apakah sudah ada kompetitor
5. Apakah pasar dapat dijangkau dan cara menjangkaunya
6. Apakah memiliki SDM yang memadai atau tidak

# Langkah-langkah Segmentasi Pasar

1. Pendefinisian pasar yang akan dimasuki
2. Identifikasi basis alternatif
3. Pengujian basis
4. Memilih dasar/basis yang baik
5. Identifikasi segmen pasar individu
6. Seleksi akan segmen yang menjadi target

# Dasar-dasar Segmentasi Pasar

## Segmentasi demografis

- Jenis kelamin, usia, ukuran keluarga

## Segmentasi sosioekonomi

- Pendapatan, pendidikan, kelas sosial, etnis

## Segmentasi psikografis

- Tingkah laku dan gaya hidup yang dianut

## Segmentasi geografi

- Kepadatan penduduk, iklim, standar area pasar



# Dasar-dasar Segmentasi Pasar

## Segmentasi manfaat

- Manfaat yang dicari konsumen dari produk jasa

## Segmentasi pengguna

- Berat, menengah, ringan, tertentu, nonpengguna

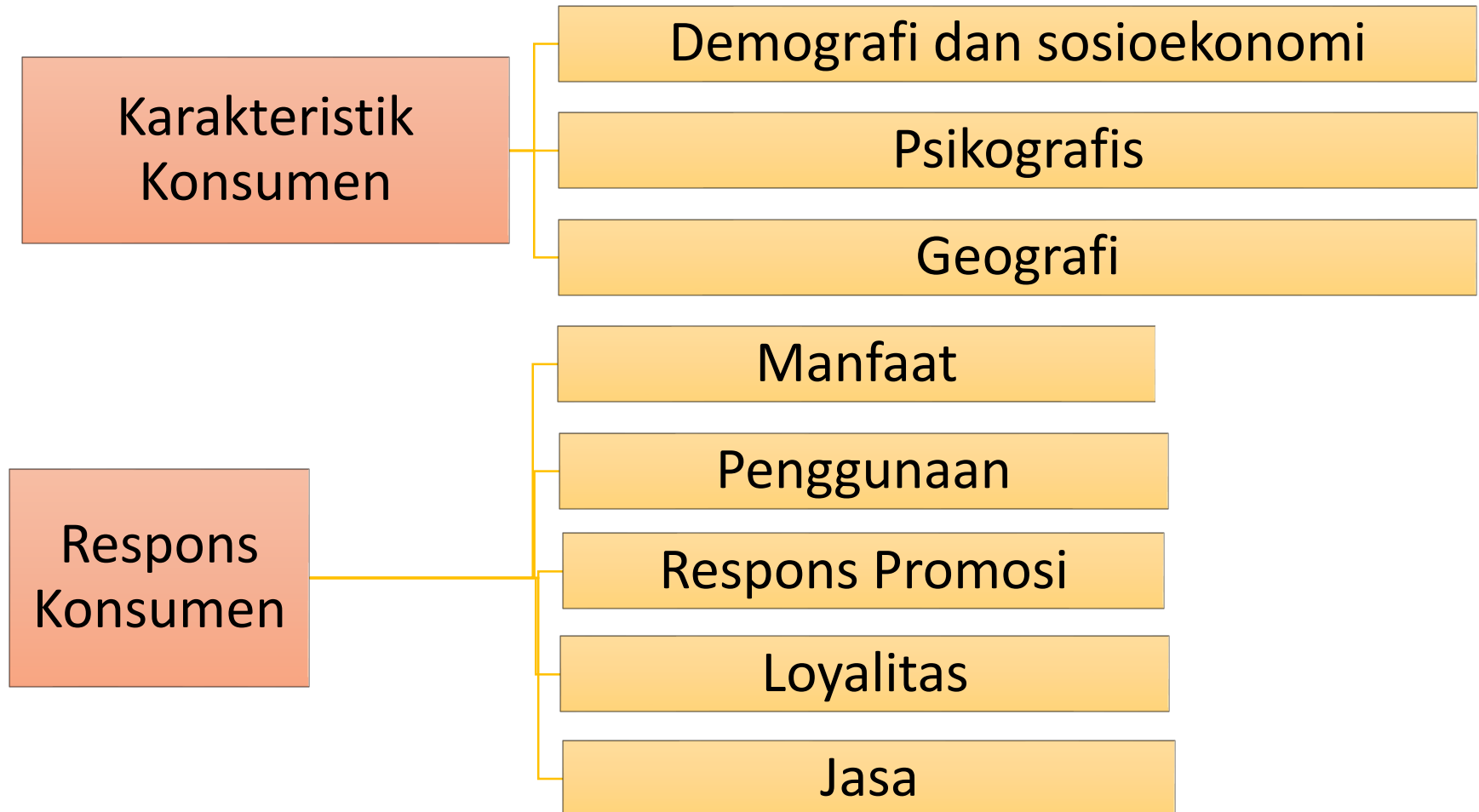
## Segmentasi respons promosi

- Setia 1 merek, setia 2/3 merek, mengilir merek, tidak setia pada merek

## Segmentasi berdasarkan jasa

- Layanan jasa yang sama, difrensiasi jasa, level produk dan jasa

# Dasar-dasar Alternatif Segmentasi



# Penentuan Pasar Sasaran

## Pemasaran tanpa perbedaan

- Mengabaikan perbedaan segmen
- Menawarkan 1 jenis produk

## Pemasaran dengan perbedaan

- Memilih beberapa segmen
- Merancang barang yang berbeda

## Pemasaran terkonsentrasi

- Mencari pangsa pasar besar

**TERIMA KASIH**