

MENGIDENTIFIKASI ELEMEN PEMASARAN



STP

- ▶ Segmenting, Targeting, Positioning
- ▶ Merupakan salah satu model pemasaran yang penerapannya melibatkan tiga tahapan yaitu melakukan segmentasi pasar, menargetkan segmen yang diyakini paling menguntungkan dan memposisikan produk yang dijual dengan cara yang paling bernilai.
- ▶ Langkah menerapkan model STP :
 1. Segmentasi pasar
 2. Menentukan target
 3. Memposisikan produk

SEGMENTING

- ▶ Tahapan ini membagi pelanggan ke dalam satu kelompok dengan karakteristik dan kebutuhan yang sama.
- ▶ STP membantu kita untuk menegnal target pasar dan melakukan pendekatan yang lebih efektif.
- ▶ Hal ini dilakukan agar kita dapat menyesuaikan pendekatan untuk memenuhi kebutuhan masing-masing kelompok dengan cara yang lebih efektif disbanding hanya menggunakan satu pendekatan ke semua pelanggan.
- ▶ Pendekatan yang bisa dilakukan antara lain :
 1. **Demografis.** Mendasrakan pada atribut pribadi seperti usia, jeinis kelamin, pendidikan, pekerjaan atau status perkawinan.
 2. **Geografis.** Mendasarkan segmentasi pelanggan berdasar negara, wilayah, kota atau lingkungan tertentu
 3. **Psikografis.** Segmentasi berdasarkan kepribadian, nilai-nilai, atau gaya hidup tertentu
 4. **Perilaku.** Segmentasi berdasarkan cara mereka menggunakan produk, loyalitas akan produk atau manfaat yang mereka cari.

TARGETING

- ▶ Menentukan segemn yang akan menjadi target pemasaran.
- ▶ Dalam menentukan target, harus melihat kesesuaian antara sumber daya yan dimiliki dengan target segmen yang dinilai paling potensial membawa keuntungan bagi brand dan perusahaan
- ▶ Yang perlu dipertimbangkan dalam memilih target :
 1. **Ukuran.** Seberapa besar segemntasi pasar tersebut dan potensinya untuk tumbuh di masa depan
 2. **Profitabilitas.** Segmen mana yang memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan lebih tinggi
 3. **Aksesibilitas.** Mempertimbangkan kemudahan dalam rangka mencapai segemen target market dengan pemasaran yang dilakukan
 4. **Fokus dan manfaat.** Perlu diingat bahwa masing-masing segmen membutuhkan manfaat yang berbeda
 5. **Perbedaan.** Harus ada perbedaan terukur antaa segmen

Positioning

- ▶ Dalam tahap terakhir model STP ini, kita harus mengetahui bagaimana cara dapat menempatkan produk untuk target segemen pasar yang paling menarik dan memiliki potensi keuntungan yang lebih besar tadi.
- ▶ Tips untuk merumuskan positioning :
 1. **Tawarkan solusi.** Cari tahu kebutuhan dan potensi masalah atau kebutuhan dari masing-masing segentasi target pasar. Hal ini membantu kita untuk menyediakan solusi yang tepat melalui produk yang akan kita tawarkan.
 2. Identifikasi Unique Selling Propositions (USP). Mengapa customer harus menggunakan produk yang kita buat. Berikan penawaran menarik yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain.

Diferensiasi



- Diferensiasi merupakan strategi yang dilakukan untuk membuat produk yang kita jual memiliki daya saing tersendiri dengan cara membuat perbedaan dari produk lainnya.

CONTOH STP + D

KATERING SEHAT		
SEGMENT	Demografis	Perempuan/Laki-laki, usia 20-45 tahun Pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa hingga karyawan dengan pendapatan sekitar 2-5 juta
	Geografis	Untuk memastikan kualitas makanan dari menu catering sehat tetap terjaga, karena lokasi produksi ada di Ternate, maka jangkauan geografis berada pada Ternate dan sekitarnya.
	Psikografis	Karena target pasar menyukai jenis makanan sehat, berarti biasanya mereka menyukai kegiatan olahraga
	Perilaku	Perilaku target pasar adalah orang yang ingin menerapkan gaya hidup sehat, pola makan sehat, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk orang-orang sedang mengikuti tren hidup sehat

Lanjutan CONTOH STP + D

KATERING SEHAT	
TARGETING	Target merupakan orang-orang yang menerapkan gaya hidup sehat dengan mengonsumsi makanan sehat. Maka pertumbuhan yang diharapkan adalah loyalitas dari pelanggan-pelanggan bergaya hidup sehat ini. Kedepanya memberikan akses yang lebih mudah
POSITIONING	<i>Unique Selling Point</i> , menjual makanan gluten free
DIFERENSIASI	Menyajikan makanan yang sehat namun dengan olahan yang membuat makanan sehat menjadi enak dinikmati

Marketing Mix 7P

- ▶ Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran yang diterapkan untuk mengembangkan bisnis.
- ▶ Ada 7 elemen yang perlu diperhatikan agar bisnis yang dijalankan menjadi efektif dan efisien.
- ▶ 7 elemen tersebut adalah :
 1. Product (Produk)
 2. Price (Harga)
 3. Place (Tempat)
 4. Promotion (Promosi)
 5. People (Orang)
 6. Physical Evidence (Tampilan fisik atau kemasan)
 7. Process (Proses)

Product

- ▶ Produk adalah barang atau jasa yang kita tawarkan pada target customer di pasar
- ▶ Adapun strategi yang perlu diperhatikan ketika memilih produk yang akan ditawarkan pada pelanggan, antara lain :
 1. Kualitas
 2. Keunikan produk
 3. Permintaan pasar

Price

- ▶ Price atau harga merupakan penentu berupa jumlah uang yang harus diberikan untuk mendapatkan produk yang kita tawarkan
- ▶ Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan juga terkait dengan pengorbanan uang dan waktu.

Place

- ▶ Merupakan tempat dimana bisnis ini dijalankan.

Promotion

- ▶ Promosi merupakan upaya yang dilakukan agar produk dikenal oleh banyak orang khususnya oleh calon customer kita. Oleh karena itu promosi berperan untuk menarik, menginformasikan serta mengkomunikasikan terkait dengan produk kita.
- ▶ Adapun yang bisa dilakukan sebagai saluran atau media yang digunakan untuk melaksanakan promosi yakni media cetak, media sosial, website, dan lain sebagainya.

People

- ▶ Yakni bagaimana cara kita mengatur atau menempatkan SDM agar bisnis berjalan dengan baik.
- ▶ Siapa menempati posisi apa

Physical Evidence

- ▶ Tampilan fisik dari produk. Biasanya pelanggan cenderung menilai tampilan awal pada kemasan sehingga diperlukan kemasan yang menarik.
- ▶ Tidak hanya dari produk, tampilan bisual menarik juga bisa ditunjukkan pada interior dari tempat usaha kita sehingga mempengaruhi suasana hati perasaan pelanggan.

Process

- ▶ Elemen terakhir dalam marketin mix yaitu proses, merujuk pada laur, prosedur atau mekanisme perusahaan dalam memberikan produk atau layanan.
- ▶ Mulai dari pembuatan produk hingga memberikan produk tersebut kepada customer.

Contoh Marketing Mix 7P

1	Produk	Katering sehat "Hellthy Kitchen"
2	Price	50 ribu
3	Place	Ternate
4	Promotion	Brosur, Sosial Media (IG, FB, WA)
5	People	Supplier bahan : toko sayur Promosi : sosial media owner dan teman Bagian Penjualan : karyawan bagian penjualan Pengiriman : kurir, ojek online

Lanjutan

6	Physical Evidence	Produk, kemasan produk yang menarik, foto dan video promosi produk, tampilan IG yang menarik
7	Process	Produk dibuat dengan bahan-bahan pilihan dan olahan dengan resep asli dari owner sehingga menghasilkan makanan berkualitas, sehat serta rasa yang lezat. Kemasan produk dibuat menarik dengan konsep minimalis. Promosi dilakukan melalui berbagai platform sosial media sendiri, relasi hingga endorsement. Delivery produk menggunakan jasa kurir (ojek offline maupun online)

TUGAS

1. Buatlah Segmen, Target dan Position (STP) dari produk yang anda tawarkan serta jelaskan Diferensiasi atau perbedaan produk yang anda tawarkan dari produk lain!
2. Buatlah strategi marketing mix 7p dari produk anda!