

# Menentukan Strategi Produk

## Pahami 6 Aspek Penting & Strategis



**Menjual Ide**  
Menentukan Strategi Pemasaran



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:  
Alfian Renata

TERINSPIRASI DARI:  
Marketingmix.co.uk (2016) The Marketing Mix 4P's and 7P's Explained  
www.bbc.co.uk (2015) Bitesize Business Management Marketing





# Menentukan Strategi Produk

Materi ini akan membahas salah satu bagian dari konsep dasar dalam ilmu *marketing* (pemasaran) 4P yaitu 'Produk'. Komponen ini merupakan hal pertama yang perlu Anda tentukan dalam 4P. Produk dapat berupa benda berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya adalah layanan.

## Mengapa ini penting?

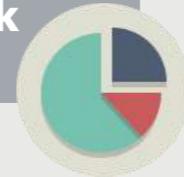
Memahami teori pemasaran ini penting karena :

- Anda harus memastikan bahwa produk yang Anda tawarkan dibutuhkan oleh calon konsumen Anda.
- Anda harus dapat mendefinisikan produk Anda dengan baik sebelum melakukan perencanaan distribusi maupun promosi.
- Anda harus mengetahui kategori-kategori produk dan tipe-tipenya sebelum dapat mendefinisikan produk Anda

## 1. IDENTIFIKASI DAN KATEGORIKAN PRODUK ANDA

Berikut beberapa contoh klasifikasi produk berdasarkan kategori, segmentasi dan tahap usia product (*product life-cycle*). Dengan memahami benar definisi, karakter atau kategori produk (atau jasa) Anda, akan membantu Anda menentukan berapa harganya (*Price*), dimana Anda akan menjualnya (*Place*), dan bagaimana mempromosikannya (*Promotion*)

### Kategori Produk



- Makanan
- Minuman
- Perawatan tubuh
- Elektronik
- Fesyen (baju, tas, sepatu)
- Kerajinan tangan
- Hasil bumi (agrikultur)
- Barang setengah jadi (untuk proses produksi berikutnya)
- Jasa

### Segmentasi Produk



- Produk premium
- Produk menengah atas
- Produk menengah bawah
- Produk harga bersahabat

### Tahap Usia Produk



- Produk baru
- Produk berkembang
- Produk dewasa
- Produk lama



# Menentukan Strategi Produk

## 2. PELAJARI BEBERAPA ASPEK STRATEGI DALAM MENENTUKAN PRODUK ANDA

### Desain Produk



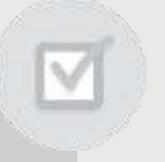
Desainlah produk Anda karena sangat penting terutama di zaman konsumerisme ini. Desain dapat berarti bentuk, warna dan ukuran produk, maupun kemasannya.

### Fitur Produk



Tentukan fungsi atau manfaat lebih yang diberikan produk Anda yang memberi nilai tambah bagi konsumen. Contoh, rasa lebih enak, bahan yang lebih lembut.

### Kualitas Produk



Sesuaikan kualitas produk yang Anda tawarkan dengan harga. Harga premium harus disertai dengan kualitas yang baik, harga terjangkau relatif lebih rendah.

### Branding Produk



Berikan merek pada produk Anda sesuai dengan karakter produk dan target pasar yang dituju, untuk menarik calon konsumen agar membeli.

### Target Pasar Produk



Ketahui target pasar Anda dan sesuaikan metode promosi yang tepat, serta fitur dan harga yang sesuai bagi produk Anda.

### Positioning Produk



Posisikan produk Anda di pasar untuk bersaing secara efektif dengan kompetitor Anda. Pastikan *positioning* ini berdampak positif terhadap penjualan.



# Menentukan Strategi Produk

## 3. PASTIKAN ANDA MEMBUAT PRODUK YANG TEPAT GUNA MELALUI PERTANYAAN BERIKUT

- Apa yang dicari oleh konsumen dari produk Anda?
- Bagaimana konsumen akan menggunakan produk Anda?
- Di mana dan kapan produk Anda dapat memenuhi kebutuhan konsumen
- Apa fitur atau manfaat yang harus dimiliki oleh produk Anda?
- Apakah Ada fitur atau fungsi produk Anda yang sebenarnya tidak diperlukan?

- Apa nama produk Anda?
- Apakah nama tersebut sudah menarik bagi konsumen?
- Apakah tersedia dalam berbagai ukuran dan warna?
- Apakah produk Anda memiliki perbedaan dengan produk milik kompetitor Anda?
- Bagaimana penampilan produk Anda? Apakah sudah menarik?