

Yuk Bidik Target Marketmu dengan 7 P



1. Produk (*Products*)

Produk merupakan semua bentuk hasil usaha yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Anda harus dapat membuat dan menghasilkan produk/jasa dengan kualitas dan keunikan tersendiri, baik dalam design maupun teknologi (misal desain kemasan, desain label, teknologi pengemasan dll). Pastikan produk/jasa Anda memiliki nilai (*value*), antara lain: dapat digunakan, bermanfaat, bermutu, menjawab permasalahan, memiliki brand dan memberikan garansi. Dengan begitu, produk/jasa Anda secara otomatis dapat meningkat daya saingnya di pasaran.

2. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan Anda untuk mendapatkan produk/jasa yang ditawarkan. Artinya, seseorang akan menggunakan jasa atau membeli produk yang Anda tawarkan, jika pengorbanan yang dikeluarkan (yaitu uang dan waktu) sesuai dengan manfaat yang ia ingin dapatkan dari produk/jasa yang ditawarkan. Fokuslah pada bagaimana caranya agar dapat membuat pelanggan atau calon pembeli potensial merasa pengeluarannya sesuai dengan (atau lebih rendah dari) apa yang dia dapat.

3. Tempat (*Place*)

Strategi ini fokus pada tempat atau lokasi di mana perusahaan Anda berdiri. Semakin strategis tempat bisnis Anda, semakin besar juga keuntungan yang akan didapatkan perusahaan. Dengan lokasi yang strategis, konsumen atau calon pelanggan dapat lebih mudah menemukan dan menjangkau bisnis Anda, sehingga transaksi penjualan lebih mudah terjadi. Di era saat ini, konsep Place sudah mulai bergeser pada dimanakah Anda menawarkan produk/jasa (tidak melihat lokasi fisik perusahaan). Apakah dititipkan pada ritel, *wholesaler*, atau secara daring (*online*) di suatu platform *e-commerce*.

4. Promosi (*Promotions*)

Strategi ini fokus pada promosi bisnis, seperti bagaimana cara memasarkan produk, media apa yang digunakan, dan sebagainya. Promosi merupakan salah satu strategi marketing yang memiliki tujuan, antara lain:

- Mengidentifikasi dan menarik konsumen baru.
- Mengomunikasikan produk baru.
- Meningkatkan jumlah konsumen untuk produk yang telah dikenal secara luas.
- Menginformasikan kepada konsumen tentang peningkatan kualitas produk.
- Mengajak konsumen untuk mendatangi tempat penjualan produk.
- Memotivasi konsumen agar memilih atau membeli suatu produk.

Hal ini dapat ditempuh melalui iklan, rekomendasi, penawaran khusus, hadiah, atau tester.

5. Orang (*People*)

Faktor sumber daya manusia sangat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. Tak dapat kita pungkiri bahwa faktor ini berperan penting dalam membuat suatu kemajuan atau bahkan kemunduran dari suatu perusahaan. Inilah mengapa berbagai perusahaan berlomba-lomba untuk mencari kandidat pekerja terbaik, mereka bahkan rela membayar lebih untuk menyewa pihak pencari kerja independen yang sudah ahli dalam mencarikan kandidat pekerja bagi perusahaan.

Kriteria karyawan yang dicari umumnya memiliki kinerja tinggi, loyal, tingkah laku baik, motivasi tinggi dan mampu melayani konsumen dengan baik. Hal ini akan ikut membantu kesuksesan sebuah perusahaan (khususnya jasa) di pasaran. Tingkah laku dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi akan menentukan sejauh apa karyawan ingin atau menyukai pekerjaan yang akan dilakukan.

6. Proses (*Process*)

Strategi Proses mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya, mulai dari konsumen memesan (*order*) hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Beberapa perusahaan tertentu biasanya memiliki cara yang unik atau khusus dalam melayani konsumennya. Seperti halnya di suatu restoran, ada beberapa restoran yang memberikan fasilitas "*open kitchen*", di mana konsumen bisa melihat tiap proses pembuatan makanan yang mereka pesan.

Strategi ini juga mencakup kualitas dalam layanan antar, menangani keluhan, dan waktu merespon pelanggan.

7. Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Tampilan fisik tempat usaha akan menjelaskan bagaimana penataan bangunan dari suatu perusahaan. Apakah perusahaan menggunakan interior yang unik, *lightning system* yang menarik, desain ruangan yang menarik perhatian, dan lain sebagainya. Penataan bangunan di suatu perusahaan tentu akan mempengaruhi *mood* pengunjung. Desain interior yang terkesan berantakan tentu akan membuat konsumen merasa tidak nyaman. Bangunan harus dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberikan nilai tambah.

Naah, sudahkan usaha Anda menerapkan Strategi 7-P tersebut?