

Jeli Melihat Potensi Pasar

Moh Afrizal Miradji¹, Nurdina², Martha Suhardiyah³, Suharyanto⁴, Edi Sulistyawan⁵

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

^{3,4} Program Studi Akuntansi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail : afrizal@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dilaksanakannya pengabdian masyarakat di Dukuh Menanggal Surabaya ini adalah untuk memberikan keterampilan pada UMKM di RW 7 kelurahan Taman, kecamatan Sepanjang Sidoarjo, untuk memperoleh pengetahuan tentang Target pasar, sangat penting untuk meningkatkan penjualan produk. Target pasar akan membantu kita untuk membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan calon pembeli, dan memasarkan produk sesuai dengan kebiasaan mereka. Untuk mengetahui target pasar, harus terlebih dahulu menentukan segmentasinya, baik dari sisi geografi, demografi, maupun ekonomi. Dengan menggunakan data yang tepat, akan memiliki target pasar yang jelas

Kata kunci : UMKM, Target Pasar, Produk

ABSTRACT

The purpose of carrying out community service in Dukuh Menanggal Surabaya is to provide skills to MSMEs in RW 7, Taman sub-district, throughout Sidoarjo sub-district, to gain knowledge about the target market, it is very important to increase product sales. The target market will help us to make products that suit the needs of potential buyers, and market products according to their habits. To find out the target market, you must first determine the segmentation, both in terms of geography, demography, and economy. By using the right data, you will have a clear target market

Keywords: MSME, Target Market, Product

PENDAHULUAN

Semua orang pasti menginginkan menjadi seorang pengusaha muda yang sukses dengan bisnis yang dijalannya. Prinsip keberlanjutan usaha menganggap bahwa badan usaha akan terus melakukan operasinya sepanjang proses penyelesaian proyek, perjanjian dan kegiatan yang sedang berlangsung. (Afrizal et al., 2020) Hal terpenting untuk membuat sebuah bisnis bukan hanya modal dan bakat untuk berbisnis saja, tetapi jeli ketika melihat peluang merupakan hal utama untuk membuat sebuah bisnis. Tanpa melihat sebuah peluang dengan jeli, maka tidak akan dapat menemukan bisnis apa yang cocok untuk dijalankan. Peluang merupakan sebuah emas yang perlu untuk dimanfaatkan dengan sebaik mungkin. Ada banyak sekali peluang bisnis yang

dapat dicoba untuk diwujudkan menjadi sebuah bisnis. Maka mulai dari sekarang perlu menyadari peluang-peluang yang ada di sekitar kita untuk dapat dimanfaatkan menjadi sebuah bisnis. Di tengah persaingan bisnis yang kian ketat, seorang pebisnis harus punya strategi jitu untuk bisa bersaing dengan kompetitor. Satu hal penting yang wajib dilakukan pelaku bisnis adalah menentukan potensi pasar. Analisis peluang pasar ini dibutuhkan untuk meningkatkan penjualan.

Cara menentukan potensi pasar agar target penjualan bisa tercapai? Ada 5 Pendekatan sebagai berikut

1. Pendekatan Permintaan

Menentukan potensi pasar adalah dengan melakukan pendekatan permintaan.

2. Pendekatan Penawaran

Menggal potensi pasar yang besar adalah dengan melakukan pendekatan penawaran.

3. Mengamati Kebutuhan Tertinggi di Masyarakat

Cara mengamati apa yang paling dibutuhkan konsumen di suatu wilayah

4. Mencari Momen Yang Tepat

Melihat animo permintaan pasar

5. Sesuai Keinginan Konsumen

Menciptakan produk/jasa yang sesuai keinginan konsumen (<https://ukmsumut.id/bisnis-ukm/produksi-ukm/5-cara-mudah-untuk-menentukan-potensi-pasar/>)

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam tiga tahapan, yakni tahap survei, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Dalam tahap survei, tim pengabdian melakukan survei lokasi di UMKM di RW 7 kelurahan Taman, kecamatan Sepanjang Sidoarjo setelah memperoleh informasi yang memadai, dilanjutkan dengan pengajuan perijinan. Tahap pelaksanaan terdiri dari penyuluhan dan pendampingan UMKM yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa selama empat bulan. Tahap evaluasi dilakukan setelah pendampingan selesai untuk mengetahui sejauh mana efektivitas pengabdian yang telah dilakukan (UPW Widodo et al., 2021).

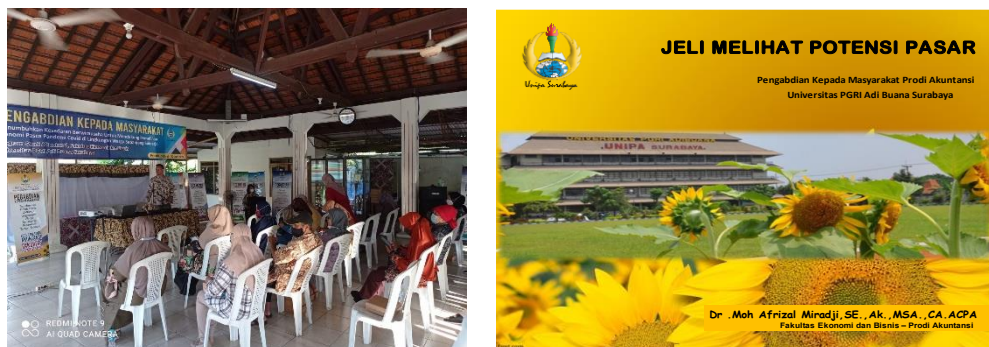
HASIL dan PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat pelaku UMKM di RW 7 kelurahan Taman, kecamatan Sepanjang Sidoarjo dilaksanakan untuk memberi pengetahuan tentang

potensi pasar yang tepat sasaran adalah strategi yang bagus caranya sebagai berikut :

1. Memulai dengan Asumsi
Target pasar yang potensial bagi produk Anda.
2. Mencermati Persaingan Pasar
Cerdik mencermati persaingan.
3. Berkomunikasi dengan Pelanggan Anda
Langsung ke lapangan menemui para pelanggan Anda.
4. Manfaatkan Analytics Tools
Mengolah data (*analytics tools*)
5. Menciptakan Buyer Persona
Buyer persona adalah sebuah representasi pelanggan
6. Jelaskan Keunggulan Produk Anda
Menunjukkan kelebihan produk Anda.
7. Menciptakan Brand Positioning
Persepsi sebuah produk bagi pelanggan (<https://www.niagahoster.co.id/blog/target-pasar/>)

Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerima dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan baik untuk saat ini maupun yang akan datang. (MA Miradji,2016:87) , untuk mengetahui informasi target pasar dan cara menentukan strategi yang tepat sebagai berikut : **Mass, Differentiated, Niche, dan Micro Marketing.** (<http://markbro.com/strategi-target-pasar/>) dengan mengetahui target pasar usaha yang anda pasarkan akan menjadi maksimal Tanpa target pasar yang jelas, produk yang jual tidak akan bisa terjual dengan baik. Alasannya, promosi yang dilakukan tidak



Gambar 1 Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan

bisa menjangkau orang yang membutuhkan dan perkembangan bisnis hanya akan berputar-putar saja tanpa ada kemajuan yang signifikan Contoh dari target Pasar

1. Produk Anda:
Kosmetik untuk mencegah penuaan dini dengan menggunakan 100% bahan alami.
2. Lokasi Penjualan:

Kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Makassar, dll.

3. Demografi:

Wanita usia 19-35 tahun.,Pendidikan mulai SMA hingga S3. ,Mahasiswi, wanita karir, maupun ibu rumah tangga.

4. Kebiasaan Calon Pembeli:

Cenderung berbelanja secara online dengan kemudahan pengiriman barang

Rajin mengakses sosial media baik Facebook maupun Instagram

Sering mengunjungi toko online melalui handphone maupun komputer

Mengutamakan produk yang terbuat dari bahan-bahan yang alami

5. Daya Beli Konsumen:

Konsumen menengah ke atas dengan daya beli mulai Rp.50.000 – Rp.200.000 per produk atau paket produk. <https://accurate.id/marketing-manajemen/analisis-target-pasar-pengertian-dan-strateginya/>



Gambar 2 Pelaksanaan Pendampingan

Gambar 3 Pelaksanaan Kegiatan evaluasi

Dalam menentukan target pasar agar setiap transaksi yang dilakukan dapat terekam dan diketahui apakah aktivitas tersebut mengalami defisit atau surplus. (T Aripriabowo ,at al 2020) strategi di lakukan produk anda sebagai berikut :

1. Menciptakan Produk Baru
2. Mengembangkan Produk
Repackage(pengemasan ulang)
3. Retargeting
Jika calon pembeli pernah mengunjungi website belum melakukan pembelian , di tawarkan melalui Fasebook atau Instagram

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dampak positif dari kegiatan program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa ini berupa kemampuan pengetahuan para pelaku UMKM di RW 7 kelurahan Taman,kecamatan Sepanjang Sidoarjo menjadi lebih terbuka ketika diberikan penjelasan mengenai Jeli Melihat Potensi Pasar. Apalagi ketika diberikan pelatihan dalam proses menentukan Target pasar yang tepat, para pelaku UMKM ini sangat antusias dalam mengikutinya meskipun sebenarnya perlu penyesuaian dalam menyampaikan dengan Bahasa yang sederhana. Dampak positif juga dirasakan oleh tim dosen dan pelaku UMKM karena dilakukan pendampingan dalam mengelola UMKM tersebut, dimana selama pendampingan tim dosen juga berkunjung ke lokasi masing-masing peserta, namun juga ada yang dilakukan di kantor kelurahan

Manfaat dari kegiatan program pengabdian masyarakat ini bagi tim dosen adalah untuk memenuhi kewajiban dalam menjalankan tugas sebagai dosen dan memberikan tambahan pengetahuan dalam mengelola usaha bagi para pelaku UMKM Jeli melihat potensi pasar. Sedangkan bagi pelaku UMKM bermanfaat menambah wawasan bahwa sebuah bisnis harus dibangun dengan berbagai macam strategi dan penguasaan terhadap segala bentuk yang berhubungan dengan konsep bisnis yaitu untuk mendapatkan laba, sehingga komponen- komponen untuk dapat menjaga kelangsungan bisnis harus dipahami dan diperhitungkan dengan cermat sehingga tidak salah dalam melakukan perhitungan dan evaluasi pada masa mendatang.

SIMPULAN

Pelaku UMKM memperoleh pengetahuan tentang Target pasar, sangat penting untuk meningkatkan penjualan produk. Bagi pelaku UMKM di RW 7 kelurahan Taman,kecamatan Sepanjang Sidoarjo Target pasar akan membantu kita untuk membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan calon pembeli, dan memasarkan produk sesuai dengan kebiasaan mereka. Untuk mengetahui target pasar, harus terlebih dahulu menentukan segmentasinya, baik dari sisi geografi, demografi, maupun ekonomi. Dengan menggunakan data yang tepat, Anda akan memiliki target pasar yang jelas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Tim Dosen Akuntansi dan Manajemen serta Mahasiswa, Perangkat di RW 7 kelurahan Taman,kecamatan Sepanjang Sidoarjo yang telah membantu

terlaksananya kegiatan ini. Selain itu terima kasih juga kepada LPPM Universitas PGRI Adi Buana yang telah memberikan bantuan pendanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

Daftar Pustaka

- Analisis target pasar : Pengertian dan Strateginya <https://accurate.id/marketing-manajemen/analisis-target-pasar-pengertian-dan-strateginya/>, di unduh tanggal 25 juni 2022 , Pukul 19.46
- MA Miradji, M Suhardiyah, BR Lasono,SP utomo,SW Dynamaika, (2020), Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro kecil dan menjalani new normal saat pandemic corona desa banjarsari Kec cerme kabupaten Gresik,Ekobis Abdimas : jurnal Pengabdian Masyarakat 1(2),155-161
- MA Miradji ,Sistem Pengendalian Manajemen ,Adi Buana University Press (2016)
- Pentingnya Kenali Target pasar untuk bisnis anda
<https://www.niagahoster.co.id/blog/target-pasar/>, di unduh tanggal 25 juni 2022 , Pukul 16.57
- Strategi Target Pasar <http://markbro.com/strategi-target-pasar/> ,di unduh tanggal 25 juni 2022 , Pukul 17.17
- T Aripriabowo, MM Rachman, MA Miradji, SP Utomo, (2020), Pendampingan Administrasi Dan Sistem Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Di Desa Pengulu Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik Ekobis Abdimas : jurnal Pengabdian Masyarakat 1(1),32-36
- UPW Widodo, CMS Handayani, S Istikhoroh, MA Miradji, S Suharyanto. (2021), Optimasi Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19, Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat ,2(2),74-79
- 5 Cara Mudah Untuk Menentukan Potensi Pasar <https://ukmsumut.id/bisnis-ukm/produksi-ukm/5-cara-mudah-untuk-menentukan-potensi-pasar/> , di unduh tanggal 25 juni 2022 , Pukul 15.15