

# Strategi Produk dan Jasa

---

Dr. H.M. AHYAT, S.E., M.M.

# Karakteristik dan klasifikasi produk

---

- Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.
- Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi dan gagasan.



# Klasifikasi produk berdasarkan ciri-cirinya:

---

- Daya tahan
- Wujud
- Penggunaan (konsumen dan industri)

## Daya tahan dan wujud diklasifikasikan menjadi 3 kelompok:

---

- **Barang tidak tahan lama** adalah barang yang berwujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau berapa kali penggunaan, seperti sabun.
- **Karena barang ini dikonsumsi dengan cepat dan sering dibeli**, strategi yang tepat adalah menyediakannya di berbagai lokasi dengan margin kecil dan memasang iklan besar-besaran guna memancing orang mencobanya dan membangun preferensi.



## Daya tahan dan wujud diklasifikasikan menjadi 3 kelompok:

- **Barang tahan lama** adalah barang berwujud yang biasanya tetap bertahan walaupun sudah berkali-kali contoh: Lemari es, mesin cuci dan pakaian. Produk tahan lama biasanya memerlukan penjualan dan pelayanan yang lebih pribadi, mempunyai margin yang lebih tinggi dan memerlukan lebih banyak garansi dan penjual.
- **Jasa** adalah produk-produk yang tidak berwujud, tidak dipisahkan, dan mudah habis. Akibatnya, produk ini biasanya memerlukan pengendalian mutu, kredibilitas pemasok dan kemampuan penyesuaian yang lebih tinggi, contoh: salon, bengkel.

# Klasifikasi barang konsumen

---

- Begitu banyak produk yang dibeli konsumen dapat diklasifikasikan berdasarkan kebiasaan belanja, dibedakan:
  1. Barang mudah
  2. Barang toko
  3. Barang khusus
  4. Barang yang tidak dicari



# Barang mudah atau barang sehari-hari (*convenience goods*)

- Adalah barang-barang yang biasanya sering dibeli pelanggan dengan cepat dengan upaya yang sangat sedikit. Contohnya meliputi produk-produk tembakau, sabun dan koran. Barang mudah dapat dibagi menjadi
  1. kebutuhan pokok adalah barang yang dibeli konsumen secara teratur. Contoh: pasta gigi pepsodent.
  2. Barang dadakan, dibeli tanpa perencanaan atau upaya pencarian. Contoh coklat dan majalah.
  3. Barang darurat, dibeli pada saat kebutuhan mendesak, payung pada musim hujan.

# Barang toko (*Shopping goods*)

---

- Adalah barang-barang yang biasanya dibandingkan berdasarkan kesesuaian, kualitas harga dan gaya dalam proses pemilihan dan pembeliannya. Contohnya: perabotan, pakaian dan peralatan rumah tangga. Barang toko dibagi menjadi
  1. **Barang toko homogen**, memiliki kemiripan mutu, tapi cukup berbeda dari segi harga sehingga dapat menjadi alasan perbandingan dalam belanja.
  2. **Barang toko Heterogen**, berbeda dari segi ciri-ciri produk dan layanan yang mungkin dianggap lebih penting daripada harganya.



# Barang khusus (*specialty goods*)

---

- Mempunyai ciri-ciri atau diidentifikasi merek yang unik dan karena itu cukup banyak pembeli bersedia melakukan upaya pembelian yang khusus.
- Perlu promosi untuk memberikan informasi tentang lokasi mereka.

## Barang tidak dicari (*unsought goods*)

---

- Barang-barang yang tidak diketahui konsumen atau biasanya mereka tidak terpikir untuk membelinya, seperti detektor asap.
- Barang-barang yang tidak dicari ini memerlukan iklan dan dukungan penjualan pribadi.



# Klasifikasi barang industri

---

- Barang-barang industri dapat diklasifikasikan berdasarkan bagaimana cara barang tersebut memasuki proses produksi dan kemahalannya relatifnya.
- Barang industri dibedakan menjadi tiga kelompok industri:
- bahan baku dan suku cadang,
- barang modal,
- pasokan dan layanan bisnis.

# Bahan baku dan suku cadang

---

- Barang-barang yang seluruhnya masuk ke produk produsen tersebut. Dibagi menjadi dua kelompok:
  1. Bahan mentah, dibagi menjadi dua:
    - produk pertanian (gandum, kapas, ternak, buah dan sayuran),
    - Produk alam (ikan, kayu, minyak mentah dan biji besi)
  2. Bahan baku dan suku cadang yang diproduksi



## 2. Suku cadang yang diproduksi, dibagi menjadi dua:

---

- Diproduksi dibagi menjadi dua katagori:
  1. Bahan baku komponen ( besi, benang, semen, kabel) dan
  2. suku cadang komponen (mesin kecil, ban, Cetakan)

# Diferensiasi produk dan jasa

---

- **Diferensiasi produk** berdasarkan bentuk, ukuran, model atau struktur fisik produk.
- **Diferensiasi jasa** adalah kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pelanggan, konsultasi pelanggan serta pemeliharaan dan perbaikan, serta pemeliharaan dan perbaikan.



## 6 tingkat Hierarki produk

1. **Keluarga kebutuhan**, kebutuhan inti mendasari keberadaan suatu kelompok produk. Contoh: keamanan
2. **Keluarga produk**, semua kelas produk yang dapat memenuhi kebutuhan inti dengan lumayan efektif.
3. **Kelas produk**, sekelompok produk dalam keluarga produk yang diakui mempunyai ikatan fungsional tertentu, Contoh: instrumen keuangan.

## 6 tingkat Hierarki produk ...

---

4. **Lini produk**, Sekelompok produk dalam kelas produk yang saling terkait erat karena produk melakukan fungsi yang sama, dijual pada kelompok pelanggan yang sama, dipasarkan melalui saluran yang sama atau masuk dalam rentang harga tertentu.
5. **Jenis produk**, Sekelompok produk contoh asuransi berjangka.
6. **Barang**, variant produk, contoh: asuransi Jiwa berjangka prudential yang dapat diperpanjang.



## 4 tipe penggolong produk yang bergantung pada volume penjualan dan promosi:

---

- **Produk inti**

Komputer dasar yang menghasilkan volume penjualan yang tinggi dan sangat gencar dipromosikan tetapi mempunyai margin yang rendah karena dipandang sebagai komoditas yang tidak terdiferensiasi.

- **Kebutuhan pokok**

Barang-barang dengan volume penjualan lebih rendah dan tanpa promosi, seperti CPU yang lebih cepat atau memori yang lebih besar. Barang ini menghasilkan margin yang agak lebih tinggi.

## 4 tipe penggolong produk yang bergantung pada volume penjualan dan promosi ...

---

- **Kekhususan**

Barang-barang yang volumen penjualannya lebih rendah, tetapi mungkin sangat gencar dipromosikan seperti peralatan pembuatan film digital.

- **Barang kemudahan**

Barang-barang tambahan yang terjual dengan volume yang tinggi, tetapi kurang mendapatkan promosi seperti monitor komputer, printer. Konsumen cenderung membeli di tempat yang asli, daripada harus jauh-jauh. Barang-barang ini dapat menghasilkan margin lebih tinggi.