

Lembar Kerja: Analisis Target Pasar (STP)

Tujuan

Siswa mampu menganalisis ide bisnis mereka menggunakan konsep **Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)** untuk mengidentifikasi target pasar yang tepat serta membuat strategi positioning yang jelas.

Instruksi

1. Kerjakan secara berkelompok sesuai dengan ide bisnis yang sudah ditentukan.
 2. Diskusikan dan jawab pertanyaan pemantik di setiap bagian (Segmentasi, Targeting, dan Positioning).
 3. Catat jawaban kelompok kalian di lembar kerja ini.
 4. Siapkan presentasi singkat (maks. 6 slide) yang merangkum hasil diskusi kalian.
-

A. Segmentasi Pasar

1. Dari tiga dasar segmentasi (Geografis, Demografis, Psikografis), mana yang paling relevan untuk ide bisnis kalian? Mengapa?

Jawaban: _____

2. Bagaimana kalian mengelompokkan pasar berdasarkan segmentasi tersebut?
(contoh: usia 18–25, tinggal di perkotaan, gaya hidup sehat)

Jawaban: _____

3. Apakah segmen yang kalian buat memenuhi syarat segmentasi efektif (Measurable, Substantial, Accessible, Differentiable, Actionable)? Jelaskan.

Jawaban: _____

B. Menentukan Target Pasar

1. Dari segmen-segmen yang sudah dibuat, segmen mana yang paling potensial untuk menjadi target utama?

Jawaban: _____

- Gunakan faktor daya tarik pasar (ukuran, pertumbuhan, profitabilitas, risiko) untuk mengevaluasi segmen yang dipilih. Apa alasannya?

Jawaban: _____

- Pola targeting mana yang paling sesuai untuk bisnis kalian?
(Single Segment Concentration, Selective Specialization, Product Specialization, Market Specialization, Full Market Coverage). Jelaskan pilihanmu.

Jawaban: _____

- Apa risiko yang mungkin timbul dari strategi targeting yang kalian pilih? Bagaimana cara mengantisipasinya?

Jawaban: _____

C. Positioning (Citra & Diferensiasi Produk)

- Bagaimana kalian ingin bisnis/produk kalian dipersepsikan di benak konsumen?
(contoh: “produk sehat dengan harga terjangkau”)

Jawaban: _____

- Keunggulan kompetitif (competitive advantage) apa yang membedakan produk kalian dari pesaing?

Jawaban: _____

- Apa manfaat utama yang ingin kalian janjikan kepada konsumen?

Jawaban: _____

- Buatlah matriks positioning (sumbu X = harga, sumbu Y = kualitas):
 - Plotkan posisi 6 pesaing utama berdasarkan harga dan kualitas.
 - Tentukan posisi perusahaan kalian sesuai dengan strategi yang dipilih.
(lampirkan diagram di bawah ini)
- Apakah positioning yang kalian pilih realistis dengan sumber daya yang kalian miliki? Mengapa?

Jawaban: _____

Diskusi Penutup

1. Bagaimana hasil STP (segmentasi, target, positioning) ini dapat membantu memperkuat ide bisnis kelompokmu?

Jawaban: _____

2. Jika kondisi pasar berubah, bagian mana dari STP yang harus paling cepat disesuaikan?

Jawaban: _____