

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Surat Tugas Membimbing Skripsi



# UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020  
Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

#### SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 0447/34/ST/AK/D/II/2024

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan ini memberi tugas membimbing skripsi kepada :

Nama : **Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.**  
sebagai Pembimbing I  
Nama : **Muhammad Zaki Rahman, S.Ag., M.Ag., M.M.**  
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **SITI NUR AMELIA**  
NIM : **340220504**  
Program Studi : **Manajemen**  
Judul Skripsi : **ANALISIS SEGMENTING, TARGETING DAN POSITIONING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Suatu Studi Pada ...)**

Surat tugas ini berlaku sampai dengan skripsi selesai paling lambat 1 (satu) tahun setelah penetapan surat tugas ini.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.



Ciamis, 17 Februari 2024  
Dekan,

  
**Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.**  
NIK. 3112770079

Tembusan :

- Yth. Ketua Program Studi yang bersangkutan
- Yth. Mahasiswa yang bersangkutan

## Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



## UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020**  
**PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020**  
**Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251**

Nomor : 505/34/SP/AK/D/II/2024  
 Lampiran : -  
 Perihal : *Ijin Penelitian Skripsi*

Kepada Yth,  
 Pimpinan UMKM Beledag Jagara  
 di  
 T e m p a t

Dengan Hormat,

Berdasarkan Program Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, dalam rangka menyelesaikan studi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. Untuk keperluan tersebut kiranya Bapak/Ibu dapat membantu mahasiswa kami dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data pada Perusahaan/Dinas/Instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun mahasiswa yang dimaksud adalah :

N a m a : Siti Nur Amelia  
 Nomor Pokok / NIM. : 3402200504  
 Asal Program Studi : Manajemen  
 Tempat Tanggal Lahir : Majalengka, 06 Juli 2002  
 Telepon / HP : 081214642979  
 Alamat : Dusun Balemoyan RT/RW 03/02 Desa Mekarjaya Kec. Baregbeg Kab. Ciamis  
 Lamanya Penelitian : **Februari s/d April 2024**  
 Judul Penelitian : Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning dalam Meningkatkan Penjualan

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Ciamis, 28 Februari 2024  
 \_\_\_\_\_  
 Wakil Dekan I  
  
**Eka Herlina, S.Pd., M.M.**  
 NIK. 3112770081

## Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian

**UMKM BELEDAG JAGARA****Citeureup, Kec. Kawali, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46253**

---

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Galuh  
Di  
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan kami terima surat permohonan izin dari Fakultas Ekonomi Universitas Galuh perihal izin melakukan penelitian dalam pencarian data/informasi pada perusahaan kami terkait dengan penyusunan Laporan Tugas Akhir, dengan ini menyetujui memberikan izin kepada:

Nama : Siti Nur Amelia  
NIM : 3402200504  
Asal Program Studi : Manajemen  
Judul Penelitian : Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning dalam Meningkatkan Penjualan (Suatu Studi Pada ...)

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan agar sekiranya bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Kawali, 29 Februari 2024

Pemilik



Ai Iip Apipah

Lampiran 4. Pedoman Wawancara

**PEDOMAN WAWANCARA**

**ANALISIS STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING*  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

**(Suatu Studi pada UMKM Beledag Jagara di Kawali)**

**I. PERTANYAAN UMUM:**

Narasumber: Pemilik Usaha (Ibu Ai Iip Apipah)

1. Bagaimanakah sejarah UMKM Beledag Jagara di Kawali?
2. Bagaimanakah visi dan misi utama UMKM Beledag Jagara di Kawali dalam menjalankan bisnisnya?
3. Bagaimanakah struktur organisasi pada UMKM Beledag Jagara di Kawali dan bagaimana peran setiap anggota tim dalam operasional sehari-hari?
4. Apakah UMKM Beledag Jagara di Kawali menggunakan strategi pemasaran dalam memasarkan produknya?
5. Metode pemasaran apa yang digunakan oleh UMKM Beledag Jagara di Kawali dalam memasarkan produknya?

## II. PERTANYAAN KHUSUS:

Variabel	Indikator	Pertanyaan Wawancara	Narasumber
<i>Segmenting</i>	Geografik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wilayah mana saja kah yang menjadi jangkauan pemasaran pada UMKM Beledag Jagara di Kawali?</li> <li>2. Bagaimana cara menjangkau pelanggan di berbagai wilayah?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemilik Usaha (<i>Owner</i>)</li> <li>2. <i>Co-Owner</i></li> <li>3. Admin toko</li> </ol>
	Demografik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apabila dilihat berdasarkan karakteristik usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan, segmen mana kah yang dipilih untuk memasarkan produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?</li> <li>2. Apa saja kesulitan yang dihadapi dalam memahami kebutuhan pelanggan dari berbagai usia?</li> </ol>	
	Psikografik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UMKM Beledag Jagara di Kawali mengincar segmen yang memiliki gaya hidup seperti apa?</li> <li>2. Apa alasan utama memilih segmen dengan gaya hidup tersebut?</li> </ol>	
	Perilaku	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana UMKM Beledag Jagara di Kawali mengelompokan pelanggan berdasarkan perilakunya?</li> <li>2. Bagaimana respon terhadap produk pada segmen yang dipilih?</li> </ol>	
<i>Targeting</i>	Segmen Pasar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimanakah proses dalam menentukan target pasar?</li> <li>2. Segmen pasar mana yang menjadi fokus utama pemasaran?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemilik Usaha (<i>Owner</i>)</li> <li>2. <i>Co-Owner</i></li> <li>3. Admin toko</li> </ol>
<i>Positioning</i>	Atribut Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atribut apa yang paling penting untuk produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?</li> <li>2. Apa atribut produk yang sering mendapat umpan balik positif dari pelanggan?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemilik Usaha (<i>Owner</i>)</li> <li>2. <i>Co-Owner</i></li> <li>3. Admin toko</li> </ol>
	Keuntungan yang Dijanjikan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana keuntungan atau nilai tambah yang diberikan kepada konsumen?</li> <li>2. Bagaimana mengkomunikasikan keuntungan yang dijanjikan kepada pelanggan?</li> </ol>	
	Kualitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan?</li> <li>2. Bagaimana menangani umpan balik dari pelanggan terkait kualitas produk?</li> </ol>	
	Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana harga produk yang diterapkan.</li> </ol>	

		2. Bagaimana harga produk UMKM Beledag Jagara di Kawali jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing di pasar?	
	Popularitas Merek	1. Bagaimana tingkat popularitas merek UMKM Beledag Jagara di Kawali di pasar saat ini? 2. Apakah media sosial dan pemasaran online mempengaruhi popularitas merek saat ini?	
	Kesan yang Diinginkan	1. Bagaimana kesan yang diinginkan untuk produk UMKM Beledag Jagara di Kawali? 2. Apa langkah-langkah yang diambil untuk menciptakan kesan positif yang kuat di pasar?	
Penjualan	Volume Penjualan	1. Bagaimanakah tingkat penjualan pada UMKM Beledag Jagara di Kawali? 2. Apa faktor-faktor utama yang menurut Anda menyebabkan kenaikan atau penurunan penjualan saat ini?	1. Pemilik Usaha ( <i>Owner</i> ) 2. <i>Co-Owner</i> 3. Admin toko
	Laba	1. Apakah laba yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan? 2. Apa langkah-langkah yang diambil jika laba yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan?	
	Pertumbuhan Perusahaan	1. Bagaimana pertumbuhan UMKM Beledag Jagara di Kawali? 2. Apa faktor utama yang mendorong pertumbuhan UMKM Beledag Jagara di Kawali?	

## Lampiran 5. Daftar Informan Penelitian

**Informan 1**

Nama Lengkap : Ai Iip Apipah  
Jenis Kelamin/Usia : Perempuan/27 Tahun  
Alamat : Desa Citeureup, Kec. Kawali  
Jabatan : *Owner* (Pemilik Usaha)

**Informan 2**

Nama Lengkap : Deri Andriana  
Jenis Kelamin/Usia : Laki-laki/29  
Alamat : Desa Citeureup, Kec. Kawali  
Jabatan : *Co-Owner*

**Informan 3**

Nama Lengkap : Yanto Adi Putra  
Jenis Kelamin/Usia : Laki-laki/24  
Alamat : Desa Citeureup, Kec. Kawali  
Jabatan : Admin Toko

## Lampiran 6. Data Wawancara

### **Informan 1**

1. Wilayah mana saja kah yang menjadi jangkauan pemasaran pada UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Wilayah Jawa Barat dan luar Jawa Barat, lebih difokuskan pada konsumen yang berada di wilayah Jawa Barat, dari mulai Ciamis dan sekitarnya, seperti Banjar, Majalengka, dan juga Bandung.

2. Bagaimana cara menjangkau pelanggan di berbagai wilayah?

Bekerja sama dengan distributor lokal di berbagai wilayah. Distributor yang dipilih memiliki jaringan dan pemahaman mendalam tentang pasar lokal. Melalui kerjasama ini, produk diharapkan tersedia di toko-toko dan supermarket di wilayah target.

3. Apabila dilihat berdasarkan karakteristik usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan, segmen mana kah yang dipilih untuk memasarkan produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Konsumen berasal dari berbagai agama dan ras, baik laki-laki maupun perempuan, dari mulai anak-anak, remaja ataupun dewasa, dengan beragam profesi pekerjaan, dan dari semua kalangan.

4. Apa saja kesulitan yang dihadapi dalam memahami kebutuhan pelanggan dari berbagai usia?

Perbedaan preferensi dan kebiasaan konsumsi. Konsumen yang lebih muda lebih suka makanan dengan rasa yang ekstrim, sedangkan konsumen yang lebih tua lebih memilih rasa yang lebih klasik. Harus terus-menerus dilakukan riset pasar dan mengumpulkan umpan balik untuk bisa

menyesuaikan produk dan strategi pemasaran agar sesuai dengan preferensi masing-masing kelompok usia.

5. UMKM Beledag Jagara di Kawali mengincar segmen yang memiliki gaya hidup seperti apa?

Konsumen berasal dari latar belakang sosial yang cukup beragam. Gaya hidup yang berfokus pada efisiensi dan kepraktisan.

6. Apa alasan utama memilih segmen dengan gaya hidup tersebut?

Banyak konsumen modern yang memiliki gaya hidup sibuk dan memprioritaskan kemudahan dalam aktivitas sehari-hari. Konsumen cenderung mencari produk yang praktis dan dapat mempermudah hidupnya, seperti camilan yang mudah dikonsumsi.

7. Bagaimana UMKM Beledag Jagara di Kawali mengelompokkan pelanggan berdasarkan perilakunya?

Dibagi menjadi konsumen yang menyukai makanan pedas dan konsumen yang sangat memperhatikan harga.

8. Bagaimana respon terhadap produk pada segmen yang dipilih?

Konsumen yang menyukai makanan pedas menunjukkan respons yang sangat positif terhadap produk dengan berbagai varian rasa pedas. Mereka seringkali membeli produk dalam jumlah besar dan menjadi pelanggan tetap yang setia. Konsumen yang sangat memperhatikan harga, tertarik dengan produk karena harga yang terjangkau tanpa mengorbankan kualitas atau rasa. Segmen ini cenderung mencari nilai lebih dari setiap pembelian mereka.

9. Bagaimanakah proses dalam menentukan target pasar?

Dimulai dengan analisis data demografis, psikografis, dan perilaku konsumen. Kemudian diidentifikasi kelompok konsumen yang memiliki preferensi terhadap makanan pedas dan mengumpulkan informasi mengenai usia, jenis kelamin, dan kebiasaan konsumsi mereka. Berdasarkan data ini, dapat ditentukan segmen pasar yang paling potensial.

10. Segmen pasar mana yang menjadi fokus utama pemasaran?

Konsumen di wilayah Ciamis, Banjar, Majalengka, dan Bandung, terutama yang berusia remaja hingga dewasa dan memiliki ketertarikan pada makanan pedas. Anak-anak tidak diprioritaskan karena produk UMKM Beledag Jagara di Kawali berfokus pada varian rasa pedas.

11. Atribut apa yang paling penting untuk produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Kualitas rasa pedas yang bervariasi.

12. Apa atribut produk yang sering mendapat umpan balik positif dari pelanggan?

Variasi rasa pedas yang ditawarkan. Konsumen menyukai pilihan rasa yang berbeda dan intensitas pedas yang memuaskan

13. Bagaimana keuntungan atau nilai tambah yang diberikan kepada konsumen?

Keuntungan berupa kualitas produk yang superior dan layanan pelanggan yang responsif.

14. Bagaimana mengkomunikasikan keuntungan yang dijanjikan kepada pelanggan?

Kampanye pemasaran yang jelas dan menarik untuk menyoroti kualitas produk dan layanan

15. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan?

Kualitas produk sudah sangat baik, karena produk selalu memenuhi standar yang ditetapkan.

16. Bagaimana menangani umpan balik dari pelanggan terkait kualitas produk?

Umpan balik pelanggan diterima dengan terbuka dan setiap keluhan ditindaklanjuti untuk perbaikan produk.

17. Bagaimana harga produk yang diterapkan?

Harga produk ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya produksi dan keuntungan yang wajar, harga ini sudah baik dan sesuai dengan nilai ditawarkan kepada konsumen.

18. Bagaimana harga produk UMKM Beledag Jagara di Kawali jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing di pasar?

Harga ini sudah baik dan dapat bersaing untuk menarik minat konsumen tanpa mengorbankan kualitas.

19. Bagaimana tingkat popularitas merek UMKM Beledag Jagara di Kawali di pasar saat ini?

Tingkat popularitas merek meningkat pesat di Kawali, dengan pelanggan yang mengenal dan memilih produk karena kualitas dan harga yang bersaing.

20. Apakah media sosial dan pemasaran online mempengaruhi popularitas merek saat ini?

Media sosial dan pemasaran online sangat berpengaruh, karena membantu menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek secara signifikan.

21. Bagaimana kesan yang diinginkan untuk produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Dikenal sebagai pilihan berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, yang menawarkan nilai lebih bagi konsumen.

22. Apa langkah-langkah yang diambil untuk menciptakan kesan positif yang kuat di pasar?

Fokus pada pengembangan produk berkualitas dan layanan pelanggan yang baik dan responsif untuk memastikan pengalaman positif bagi setiap pembeli.

23. Bagaimanakah tingkat penjualan pada UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Pada awal periode mengalami kenaikan hingga tahun 2021, menunjukkan bahwa UMKM Beledag Jagara di Kawali berhasil meningkatkan penjualan secara signifikan. Peningkatan ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk keberhasilan strategi pemasaran, peluncuran produk baru yang menarik, dan meningkatnya permintaan pasar. Penjualan yang melonjak pada 2020 dan 2021 dapat mengindikasikan bahwa perusahaan berhasil memanfaatkan peluang pasar dengan baik dan menghadapi kondisi ekonomi dengan positif. Namun, kemudian UMKM Beledag Jagara di Kawali

mengalami penurunan penjualan pada tahun 2022 dan 2023 yang mengisyaratkan bahwa ada tantangan yang perlu dihadapi.

24. Apa faktor-faktor utama yang menurut Anda menyebabkan kenaikan atau penurunan penjualan saat ini?

Penurunan penjualan saat ini disebabkan oleh ketidakstabilan dalam strategi pemasaran dan kurangnya penyesuaian terhadap preferensi konsumen terbaru. Belum sepenuhnya menerapkan segmentasi pasar yang efektif, sehingga kurang tepat sasaran.

25. Apakah laba yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan?

Laba UMKM Beledag Jagara umumnya sesuai dengan harapan. Meskipun penjualan menurun dua tahun terakhir, periode sebelumnya menunjukkan pertumbuhan penjualan yang kuat, hampir 60% dari 2019 hingga 2021, yang menunjukkan laba yang meningkat. Penurunan penjualan yang terjadi saat ini telah diimbangi dengan strategi pengelolaan biaya yang efektif, sehingga laba tetap berada dalam target yang diharapkan.

26. Apa langkah-langkah yang diambil jika laba yang dihasilkan tidak sesuai  
Dilakukan evaluasi biaya dan mencari cara untuk mengurangi pengeluaran.

27. Bagaimana pertumbuhan UMKM Beledag Jagara di Kawali?

UMKM Beledag Jagara di Kawali menunjukkan pertumbuhan yang baik, meskipun mengalami penurunan penjualan dalam dua tahun terakhir. Laba bersih dan margin keuntungan tetap sehat, menandakan bahwa perusahaan mampu mengelola biaya dengan efisien dan mempertahankan profitabilitas. UMKM Beledag Jagara di Kawali fokus pada pengelolaan biaya dan

memanfaatkan efisiensi operasional untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

28. Apa faktor utama yang mendorong pertumbuhan UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Inovasi dalam produk dan promosi yang efektif melalui media sosial serta partisipasi dalam event lokal seperti Galuh Kuliner.

**Informan 2**

1. Wilayah mana saja kah yang menjadi jangkauan pemasaran pada UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Wilayah sekitar Banjar dan Ciamis.

2. Bagaimana cara menjangkau pelanggan di berbagai wilayah?

Memanfaatkan platform e-commerce untuk menjangkau konsumen dari berbagai wilayah. Selain itu, juga terdapat penawaran khusus seperti diskon dan promosi untuk pembelian pertama yang berlaku secara nasional.

3. Apabila dilihat berdasarkan karakteristik usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan, segmen mana kah yang dipilih untuk memasarkan produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Konsumen dengan berbagai latar pendidikan, muslim dan non muslim, dengan semua profesi pekerjaan dan semua kondisi ekonomi, baik lak-laki maupun perempuan.

4. Apa saja kesulitan yang dihadapi dalam memahami kebutuhan pelanggan dari berbagai usia?

Kesulitan dalam memahami kebutuhan pelanggan, karena setiap kelompok usia memiliki cara yang berbeda dalam berinteraksi dengan produk. Generasi muda lebih aktif di media sosial dan responsif terhadap iklan digital, sedangkan generasi yang lebih tua lebih mengandalkan rekomendasi dari mulut ke mulut. Sulit untuk menciptakan pesan pemasaran yang resonan dengan semua kelompok usia sekaligus.

5. UMKM Beledag Jagara di Kawali mengincar segmen yang memiliki gaya hidup seperti apa?

Konsumen yang mencari kemudahan dan kepuasan dalam berbelanja, dan menyukai produk-produk yang praktis, yang mudah dikonsumsi sebagai camilan untuk sehari-hari.

6. Apa alasan utama memilih segmen dengan gaya hidup tersebut?

Gaya hidup efisien dan praktis memungkinkan untuk menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang sering kali mencari solusi sederhana dan cepat. Produk yang praktis dan mudah dikonsumsi sebagai camilan sehari-hari sangat sesuai dengan pola hidup mereka yang aktif.

7. Bagaimana UMKM Beledag Jagara di Kawali mengelompokkan pelanggan berdasarkan perilakunya?

Konsumen penggemar makanan pedas dan konsumen yang menyukai produk dengan harga terjangkau.

8. Bagaimana respon terhadap produk pada segmen yang dipilih?

Konsumen yang menyukai makanan pedas memberikan respons yang sangat positif terhadap produk, dan sering melakukan pembelian produk secara berulang. Ada juga konsumen yang tertarik dengan produk karena harganya yang bersaing. Mereka mencari produk yang memberikan kualitas baik dengan harga terjangkau, dan produk UMKM Beledag Jagara di Kawali berhasil memenuhi ekspektasi mereka dalam hal ini.

9. Bagaimanakah proses dalam menentukan target pasar?

Dilakukan survei pasar dan analisis kompetitor. Memetakan tren dan preferensi konsumen, serta memeriksa bagaimana produk dibandingkan dengan produk sejenis di pasar, barulah dapat mengidentifikasi segmen pasar yang paling sesuai dengan produk.

10. Segmen pasar mana yang menjadi fokus utama pemasaran?

Konsumen dari Ciamis, Banjar, dan sekitarnya, khususnya yang berusia remaja hingga dewasa, yang menggemari makanan dengan rasa pedas.

11. Atribut apa yang paling penting untuk produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Kualitas dan harga adalah dua atribut yang sangat penting. UMKM Beledag Jagara di Kawali berusaha keras untuk menawarkan rasa pedas yang memuaskan sambil menjaga harga tetap bersaing.

12. Apa atribut produk yang sering mendapat umpan balik positif dari pelanggan?

Kualitas rasa yang konsisten dan memuaskan.

13. Bagaimana keuntungan atau nilai tambah yang diberikan kepada konsumen?

Inovasi berkelanjutan dan harga yang kompetitif, konsumen mendapatkan produk terbaru dengan biaya yang efisien.

14. Bagaimana mengkomunikasikan keuntungan yang dijanjikan kepada pelanggan?

Media sosial, disampaikan informasi tentang inovasi terbaru dan harga kompetitif dengan infografis dan testimonial pelanggan untuk menarik perhatian.

15. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan?

Produk sudah berada pada tingkat yang sangat memuaskan dan selalu berusaha untuk terus meningkat.

16. Bagaimana menangani umpan balik dari pelanggan terkait kualitas produk?

Umpan balik pelanggan dikumpulkan melalui berbagai saluran komunikasi dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola masalah. Informasi ini digunakan untuk melakukan

17. Bagaimana harga produk yang diterapkan?

Untuk menentukan harga, dilakukan analisis biaya dan ditetapkan harga yang kompetitif sambil memastikan margin keuntungan yang baik. Harga produk sudah baik dan adil di pasar.

18. Bagaimana harga produk UMKM Beledag Jagara di Kawali jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing di pasar?

Harga sebanding dengan pesaing, dan harga ini sudah baik karena terdapat nilai tambah melalui layanan dan kualitas tambahan lainnya.

19. Bagaimana tingkat popularitas merek UMKM Beledag Jagara di Kawali di pasar saat ini?

Popularitas merek sedang berkembang, meskipun masih ada ruang untuk pertumbuhan lebih lanjut. Terus berusaha untuk memperluas jangkauan.

20. Apakah media sosial dan pemasaran online mempengaruhi popularitas merek saat ini?

Media sosial dan pemasaran online mempengaruhi popularitas merek dengan cara yang positif. Terjadi peningkatan interaksi dan keterlibatan yang mendukung pertumbuhan

21. Bagaimana kesan yang diinginkan untuk produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Solusi yang inovatif dan dapat diandalkan, memberikan pengalaman positif dan memuaskan bagi konsumen.

22. Apa langkah-langkah yang diambil untuk menciptakan kesan positif yang kuat di pasar?

Dengan strategi pemasaran yang efektif, termasuk promosi dan media sosial, untuk menyoroti keunggulan produk dan membangun kesadaran merek.

23. Bagaimanakah tingkat penjualan pada UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Mengalami kenaikan penjualan yang kuat pada tahun 2020 dan 2021, menunjukkan bahwa UMKM Beledag Jagara di Kawali berhasil menarik minat konsumen secara signifikan. Kenaikan yang tajam mengindikasikan adanya strategi yang efektif dalam memasarkan produk atau layanan, dan peluncuran produk yang memenuhi kebutuhan pasar dengan sangat baik. Peningkatan ini juga menunjukkan adanya ekspansi pasar yang berhasil melalui penambahan saluran distribusi baru. Namun, kemudian mengalami penurunan penjualan pada dua tahun terakhir yakni 2022 dan 2023

menunjukkan adanya tantangan yang perlu diatasi. Penurunan dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah kemungkinan adanya perubahan dalam preferensi konsumen, di mana produk atau layanan yang sebelumnya populer mungkin telah kalah bersaing dengan alternatif baru.

24. Apa faktor-faktor utama yang menurut Anda menyebabkan kenaikan atau penurunan penjualan saat ini?

Penurunan penjualan dipengaruhi oleh perubahan dalam perilaku konsumen dan kehadiran pesaing. Perlu lebih fokus pada segmentasi pasar untuk menghadapi persaingan dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen.

25. Apakah laba yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan?

Laba perusahaan telah optimal, meskipun penurunan penjualan terjadi belakangan ini, perusahaan telah menyesuaikan strategi dan biaya untuk mempertahankan laba tetap sesuai dengan target.

26. Apa langkah-langkah yang diambil jika laba yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan?

Meningkatkan promosi dan penawaran spesial untuk menarik lebih banyak pelanggan. Menganalisis data penjualan untuk memahami pola pembelian dan menyesuaikan strategi pemasaran agar lebih efisien dan hemat biaya.

27. Bagaimana pertumbuhan UMKM Beledag Jagara di Kawali?

UMKM Beledag Jagara di Kawali pertumbuhannya berjalan dengan baik melalui upaya pengelolaan biaya yang efisien dan penyesuaian strategi

pemasaran. Meskipun ada penurunan penjualan, aspek lain terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Seperti inovasi produk, dengan memperkenalkan variasi rasa pedas baru dan meningkatkan kualitas produk, yang menunjukkan komitmen terhadap kebutuhan pelanggan dan adaptasi terhadap tren pasar. Kepuasan pelanggan tetap tinggi, dan reputasi merek semakin kuat di pasar lokal. Semua ini menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan, bisnis tetap berada di jalur pertumbuhan yang positif.

28. Apa faktor utama yang mendorong pertumbuhan UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Kemitraan dengan distributor lokal dan peningkatan jangkauan pasar melalui e-commerce.

**Informan 3**

1. Wilayah mana saja kah yang menjadi jangkauan pemasaran pada UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Konsumen sebagian besar berasal dari wilayah Ciamis, Majalengka, dan sekitarnya.

2. Bagaimana cara menjangkau pelanggan di berbagai wilayah?

Pemasaran digital, menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok, sehingga bisa menargetkan konsumen di wilayah-wilayah tertentu.

3. Apabila dilihat berdasarkan karakteristik usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan, segmen mana kah yang dipilih untuk memasarkan produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Konsumen yang sering datang ke toko rata-rata merupakan remaja dan juga orang dewasa, baik perempuan ataupun laki-laki, dengan berbagai profesi pekerjaan termasuk golongan ibu rumah tangga dan lainnya.

4. Apa saja kesulitan yang dihadapi dalam memahami kebutuhan pelanggan dari berbagai usia?

Kesulitan dalam menyeimbangkan antara variasi produk dan biaya. Untuk memenuhi kebutuhan berbagai kelompok usia, perlu menawarkan berbagai varian produk. Namun, mengelola stok dan distribusi untuk berbagai varian itu rumit dan mahal.

5. UMKM Beledag Jagara di Kawali mengincar segmen yang memiliki gaya hidup seperti apa?

Konsumen yang memiliki karakteristik sosial aktif dan terhubung dalam komunitas lokal Gaya hidup konsumen cenderung praktis.

6. Apa alasan utama memilih segmen dengan gaya hidup tersebut?

Produk UMKM Beledag Jagara di Kawali memiliki keunggulan dalam kemudahan akses dan konsumsi. Produk ini dapat dengan mudah diperoleh baik melalui pembelian langsung di toko maupun secara online, memberikan fleksibilitas kepada konsumen dalam memilih cara berbelanja yang paling nyaman bagi mereka. Selain itu, produk ini dirancang untuk mudah dikonsumsi sebagai camilan sehari-hari, sehingga sesuai dengan gaya hidup praktis konsumen yang mencari solusi camilan yang cepat dan sederhana.

7. Bagaimana UMKM Beledag Jagara di Kawali mengelompokkan pelanggan berdasarkan perilakunya?

Konsumen yang sangat antusias dengan varian rasa pedas dari produk UMKM Beledag Jagara di Kawali.

8. Bagaimana respon terhadap produk pada segmen yang dipilih?

Mereka memberikan respons yang positif dan seringkali memilih produk karena tersedia berbagai varian rasa pedas yang mereka sukai. Segmen pelanggan lainnya adalah mereka yang sangat memperhatikan harga. Mereka tertarik dengan produk harganya yang kompetitif namun tetap menjaga kualitas produknya tetap terjaga.

9. Bagaimanakah proses dalam menentukan target pasar?

Dengan mengandalkan umpan balik langsung dari pelanggan dan data penjualan.

10. Segmen pasar mana yang menjadi fokus utama pemasaran?

Wilayah Ciamis dan sekitarnya, seperti Banjar dan Majalengka, khususnya untuk remaja dan orang dewasa yang menyukai camilan pedas. Anak-anak tidak dijadikan target utama karena produk dirancang untuk konsumen yang lebih dewasa

11. Atribut apa yang paling penting untuk produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Kualitas produk yang konsisten

12. Apa atribut produk yang sering mendapat umpan balik positif dari pelanggan?

Harga yang terjangkau. Konsumen mendapatkan nilai lebih karena produk tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga terjangkau.

13. Bagaimana keuntungan atau nilai tambah yang diberikan kepada konsumen?

Personalisasi layanan dan program loyalitas.

14. Bagaimana mengkomunikasikan keuntungan yang dijanjikan kepada pelanggan?

Komunikasi langsung melalui tim layanan pelanggan dan dukungan chat online.

15. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan?

Kualitas produk sudah sangat baik, namun tetap terus dipantau dan dilakukan perbaikan untuk mempertahankan standar tersebut.

16. Bagaimana menangani umpan balik dari pelanggan terkait kualitas produk?

Terdapat karyawan yang menangani umpan balik pelanggan, memastikan masalah ditangani dengan cepat dan efisien.

17. Bagaimana harga produk yang diterapkan?

Harga produk ditetapkan berdasarkan nilai tambah dan umpan balik pasar.

Harga ini sudah memadai

18. Bagaimana harga produk UMKM Beledag Jagara di Kawali jika

dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing di pasar?

Harga bersaing dengan pesaing dan seringkali dilengkapi dengan promosi khusus. Harga sudah baik dan memberikan daya tarik tambahan bagi pelanggan.

19. Bagaimana tingkat popularitas merek UMKM Beledag Jagara di Kawali di pasar saat ini?

Merek cukup dikenal, terutama di kalangan pelanggan lokal, dan masih terus berusaha untuk memperkuat posisi melalui berbagai strategi pemasaran.

20. Apakah media sosial dan pemasaran online mempengaruhi popularitas merek saat ini?

Media sosial dan pemasaran online memainkan peran penting dalam meningkatkan popularitas merek. Melalui media sosial menjadi terhubung langsung dengan konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

21. Bagaimana kesan yang diinginkan untuk produk UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Pilihan yang praktis dan terjangkau.

22. Apa langkah-langkah yang diambil untuk menciptakan kesan positif yang kuat di pasar?

Secara aktif meminta umpan balik dari pelanggan dan melakukan perbaikan berkelanjutan berdasarkan saran mereka, memastikan bahwa produk dan layanan selalu memenuhi harapan.

23. Bagaimanakah tingkat penjualan pada UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Mengalami kenaikan penjualan di tahun-tahun awal, yang mencerminkan keberhasilan dalam peluncuran produk baru dan strategi pemasaran yang efektif. Namun, penjualan mengalami penurunan dalam dua tahun terakhir yang menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperbarui strategi pemasaran dan memperbaiki hubungan dengan pelanggan.

24. Apa faktor-faktor utama yang menurut Anda menyebabkan kenaikan atau penurunan penjualan saat ini?

Penurunan penjualan sebagian besar disebabkan oleh pemilihan target pasar yang kurang tepat. Produk belum cukup relevan pada konsumen yang menjadi target pasar. Produk tidak cukup menarik bagi kelompok konsumen yang ditargetkan saat ini.

25. Apakah laba yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan?

Laba perusahaan sudah sesuai harapan. Penurunan penjualan yang terjadi tidak selalu berarti laba yang dihasilkan buruk, terutama jika perusahaan

berhasil menjaga efisiensi biaya dan strategi harga yang tepat, laba masih bisa berada dalam kisaran yang diharapkan. Dengan manajemen yang baik, laba masih tetap optimal. Penurunan ini mungkin mencerminkan perlunya penyesuaian dalam strategi pemasaran, namun laba tetap dapat dikelola dengan baik jika perusahaan terus berfokus dalam pengembangan dan pengelolaan biaya.

26. Apa langkah-langkah yang diambil jika laba yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan?

Diadakan rapat evaluasi bulanan untuk membahas penurunan laba dan merumuskan strategi perbaikan.

27. Bagaimana pertumbuhan UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Pertumbuhan saat ini menunjukkan adanya fase penyesuaian setelah periode pertumbuhan yang cepat pada tahun 2020 dan 2021. Meskipun pertumbuhan saat ini tidak secepat sebelumnya. Namun, UMKM Beledag Jagara di Kawali tetap menunjukkan pertumbuhan yang baik dengan pencapaian dalam beberapa aspek penting. Aspek-aspek seperti efisiensi operasional, inovasi produk, dan kesadaran merek menunjukkan bahwa perusahaan tetap berkembang secara positif. Perusahaan memiliki landasan yang kuat untuk melanjutkan pertumbuhan di masa depan.

28. Apa faktor utama yang mendorong pertumbuhan UMKM Beledag Jagara di Kawali?

Peningkatan kualitas produk dan layanan pelanggan yang lebih baik. Selain itu, partisipasi dalam festival lokal dan promosi musiman.

Lampiran 7. Dokumentasi



