



MARKETING



KD3.7

SIKLUS HIDUP DAUR PRODUK



RAKHMADANI BAGUS NUGROHO, S .Pd



TUJUAN PEMBELAJARAN

1

Peserta didik mampu mengidentifikasi siklus daur hidup produk dengan disiplin cermat, dan teliti

IPK

Mengidentifikasi siklus daur hidup produk

TAHAPAN SIKLUS HIDUP DAUR PRODUK



1

PERKENALAN

2

PERTUMBUHAN

3

KEDEWASAAN

4

PENURUNAN



Product Life Cycle



TAHAP PERKENALAN

Peluncuran produk pada tahap ini bertujuan untuk menarik konsumen dengan cara menjaga kualitas disertai dengan pemasaran yang intensif. Produk masih disesuaikan dengan pasar, pada kondisi ini dimungkinkan pengeluaran-pengeluaran untuk :



Penelitian



Pengembangan
produk



Modifikasi dan
perbaikan proses



Pengembangan
pemasok



TAHAP PERTUMBUHAN

Pada tahap ini desain produk telah mulai stabil



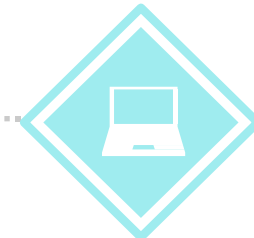
peramalan
kebutuhan
kapasitas
yang
efektif



perlunya penambahan
kapasitas atau
peningkatan kapasitas
yang sudah ada



menampung
peningkatan
permintaan produk



menaikkan jumlah
penjualan



TAHAP KEDEWASAAN

Tahap kedewasaan ditandai dengan penambahan jumlah permintaan sejalan dengan bertambahnya keuntungan



sudah
mulai ada
pesaing



harus lebih efisien
dalam hal biaya



biaya per unit rendah



diferensiasi produk



TAHAP PENURUNAN / KEMUNDURAN

Pada tahap ini tidak ada lagi tambahan permintaan, bahkan cenderung berkurang dan beralih ke produk lain yang mempunyai fungsi lebih baik, baik dalam hal penampilan, atau harga yang lebih menarik



Keuntungan yang diperoleh sudah semakin berkurang



tidak mempunyai keunikan



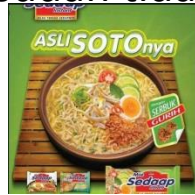
Produk Tidak dapat dijual dengan harga tinggi



produksi harus dihentikan

KASUS

Video contoh produk yang sudah tidak di jumpai dan produk yang masih kita jumpai



<https://youtu.be/rr79TMOrK9A>

<https://youtu.be/OYXrfCdFDbI>

Dari video dua link di atas analisislah mengenai hal berikut :

Mengapa produk di video Mei Selera Rakyat sudah tidak kita jumpai ?

Pada tahap apa siklus daur produk Mei Selera Rakyat sebelum menghilang?

Pada tahap apa produk baru Mei Sedap Soto dalam video?

Bagaimana siklus daur produk apa yang akan dialami produk baru tersebut selanjutnya ?

Link lembar kerja

<https://forms.gle/hxfSzZXQ6tA6pGtt8>

Karakter pada Tahap Perkenalan

2

Pada tiap tahap siklus kehidupan produk terdapat peluang dan masalah yang berbeda-beda dalam kaitannya dengan strategi pemasaran dan potensi laba.



- Produk baru diluncurkan ke Pasar (Market)
- Kapasitas produksi masih rendah
- Biaya per unit yang masih tinggi



- Omset penjualan yang masih rendah
- Cash Flow Negatif



- Distributor berkemungkinan enggan untuk mengambil produk yang masih belum terbukti Kualitasnya.



- Diperlukannya promosi secara besar-besaran dalam rangka memperkenalkan produknya (biaya promosi yang tinggi)

Karakter pada Tahap Perkenalan

Tahap Perkembangan (Growth) adalah tahap dimana produk yang diperkenalkan tersebut sudah dikenal dan diterima oleh konsumen



- Meningkatnya kapasitas produksi
- Biaya per unit akan turun ke skala yang ekonomis



- Omset penjualan yang naik signifikan
- Cash Flow mulai berubah menjadi Positif



- Memperluas pasar
- Pasar semakin berkembang, laba juga akan meningkat, namun pesaing-pesaing baru akan mulai bermunculan



- Produk mulai diterima oleh pasar

Karakter pada Tahap Kedewasaan

Peningkatan Omset penjualan yang mulai melambat, bersaing dengan ketat dan berjuang dalam merebut pangsa pasar dengan pesaing-pesaingnya



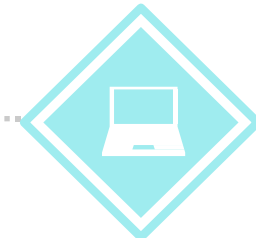
- Kapasitas produksi yang tinggi
- Harga Produk mulai turun



- Memiliki laba yang besar bagi mereka yang dapat memimpin pasar
- Cash Flow akan berada dalam kondisi Positif yang kuat



- Pesaing yang lemah dan kalah bersaing akan mulai keluar dari pasar



- Produk sudah familiar dibenak konsumen

Karakter pada Tahap Penurunan

Pada tahap penurunan, penjualan dan keuntungan akan semakin menurun dan jika tidak melakukan strategi yang tepat, produk yang ditawarkan mungkin akan hilang dari pasar (market)



Kapasitas produksi akan menurun



Laba menurun secara signifikan dan Cash flow akan melemah



Pasar menjadi Jenuh



Akan banyak Pesaing-pesaing yang keluar dari pasar

BAGAN

	TAHAP DALAM PLC			
	INTRODUCTION	GROWTH	MATURITY	DECLINE
Penjualan	Penjualan rendah	Penjualan meningkat dengan cepat	Puncak penjualan	Penurunan penjualan
Biaya	Biaya per konsumen tinggi	Biaya per konsumen sedang	Biaya per konsumen rendah	Biaya per konsumen rendah
Laba	Negatif	Laba yang meningkat	Laba tinggi	Laba yang menurun
Pelanggan	Innovators	Early adopters	Middle majority	Laggards
Pesaing	Sedikit	Jumlahnya meningkat	Jumlahnya tetap meski mulai menurun	Jumlahnya menurun
Tujuan Pemasaran	Menciptakan product awareness and trial	Memaksimumkan pangsa pasar	Memaksimumkan laba dan mempertahankan pangsa pasar	Mengurangi biaya dan "memerah" merek tersebut

Sumber: Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. 1997

KASUS

Video contoh produk air minum AQUA



<https://youtu.be/bmGfBB3CQt8>

Pertanyaan

Pada tahapan siklus daur produk manakah produk AQUA ?

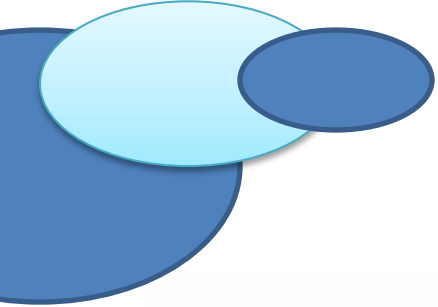
Mengapa produk AQUA masih tetap eksis dan ada dimana mana ?

Strategi apakah yang di lakukan AQUA untuk bertahan di tahapan siklus daur produk ?

Link lembar kerja

<https://forms.gle/H2sFGmsxDEsuKRHy5>

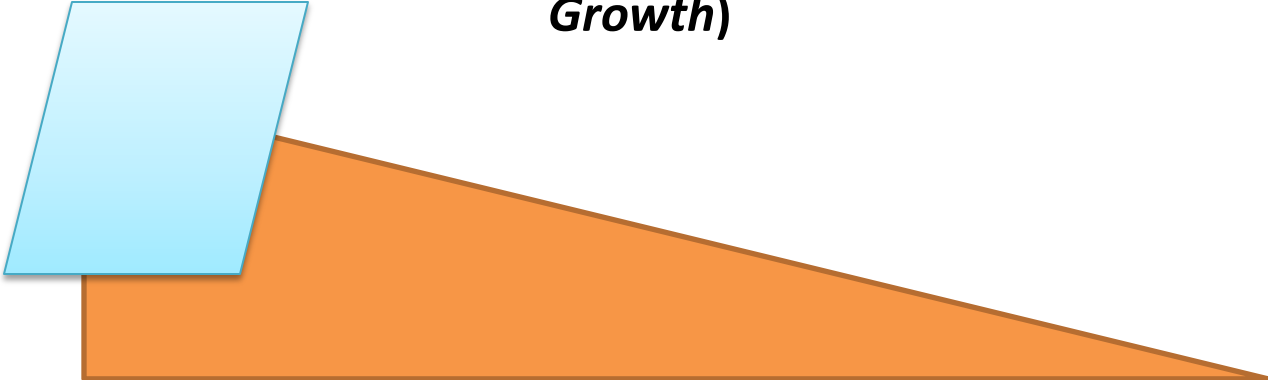
Strategi Pemasaran Tahap Pertumbuhan



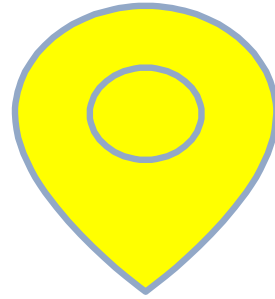
**Pertumbuhan
Cepat (*Rapid
Growth*)**



**Pertumbuhan
Lambat (*Slow
Growth*)**



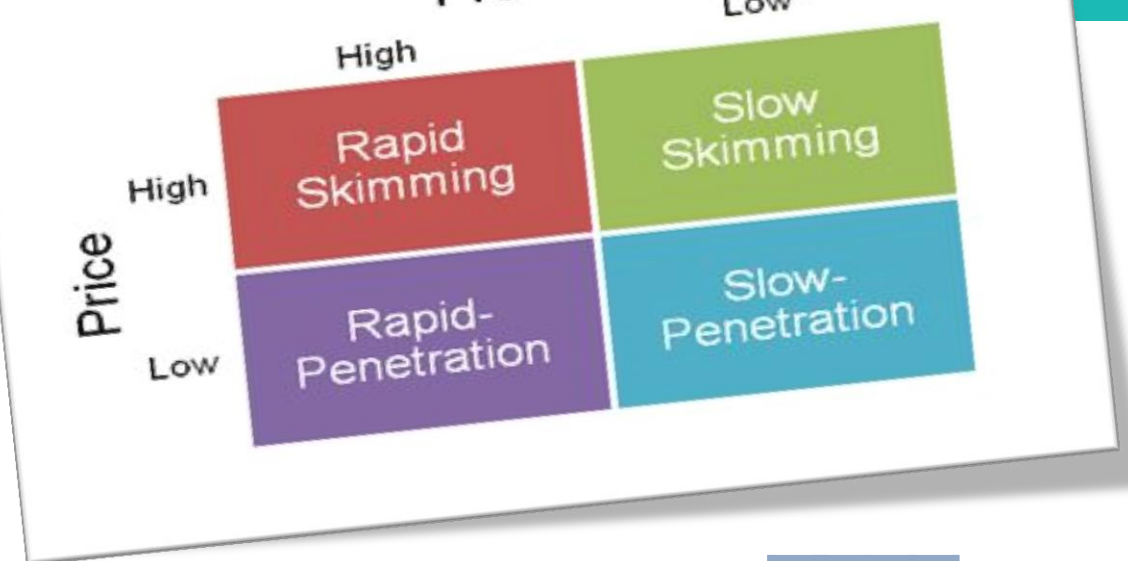
Strategi Pemasaran Tahap Perkenalan



Strategi peluncuran lambat



Strategi peluncuran cepat

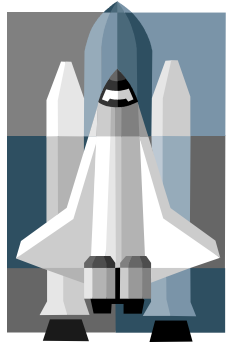


Strategi penetrasi cepat

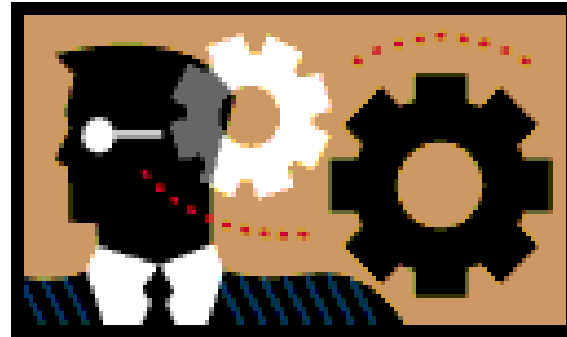


Strategi penetrasi lambat

Strategi Pemasaran Tahap Kedewasaan



- Modifikasi pasar yaitu dengan konsep menarik perhatian orang yang bukan pemakai, memasuki segmen pasar baru, dan merebut pelanggan pesaing

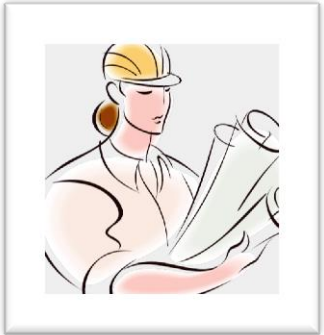


- Modifikasi produk yaitu meningkatkan volume penjualan dengan cara memodifikasi karakteristik produk melalui peningkatan mutu produk, peningkatan ciri-ciri atau fitur-fitur produk, dan peningkatan model produk.



Modifikasi bauran pasar yaitu dengan diskon harga, distribusi, iklan, sales, personil penjualan, dan pelayanan

Strategi Pemasaran Tahap Kemunduran / Penurunan



- Meningkatkan investasi perusahaan untuk mendominasi atau memperkuat posisi pasar.



- Mempertahankan level investasi sampai ketidakpastian industri itu terselesaikan.



- Mengurangi investasi secara selektif dengan melepas pelanggan yang tidak menguntungkan.



- Melepas usaha secepat mungkin dengan menjual asetnya.



- Menuai investasi untuk memulihkan kas secepatnya.

KASUS

Tugas

Video contoh unit usaha bisnis

<https://youtu.be/qs3my3NkNEc>



Berdasarkan video dengan link diatas kerjakan beberapa analisa sebagai berikut :

Pada tahapan siklus daur produk manakan usaha bisnis tersebut ?

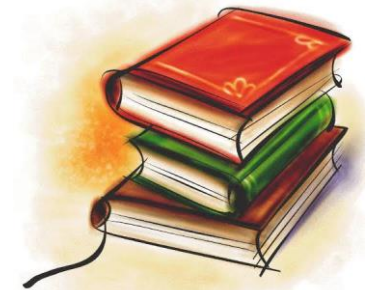
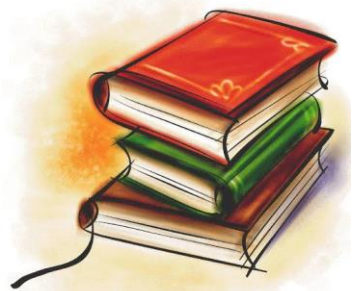
Jelaskan hasil analisa ciri/karakter yang terjadi pada tahapan siklus daur produk yang sudah anda pilih ?

Strategi yang tepat seperti apa yang harus dilakukan agar usaha bisnis tetap bertahan dalam lini tahapan siklus hidup daur produk ?

Strategi yang tepat seperti apa yang diharus dilakukan agar usaha bisnis bisa berkembang ke tahap selanjutnya ?

Link lembar kerja

<https://forms.gle/6hDsAtQz4p2gHb9s6>



SALAM SUKSES
TERIMAKASIH