

Pengenalan Segmentasi Pasar Demi Meningkatkan Wawasan Petani Karet Di Desa Parsarmaan

Introduction of Market Segmentation to Increase the Insight of Rubber Farmers in Parsarmaan Village

Nurhasanah Waruwu¹, Niwana Pulungan², Hidayatul Fadilah³, Maryam Hasim Hasibuan⁴, Rahmi Atikah Nasution⁵, Nurasyifa Tambak⁶, Farah Fadhilah Nasution⁷, Ahmad Ananda Nasution⁸, Aspan Martua⁹, Eddi Gana Siregar¹⁰
¹⁻¹⁰STAIN Madina

Email: nurhasanahwaruwu2002@gmail.com^{1*}, niwanapl9@gmail.com², lubiskocik@gmail.com³, hasibuanm243@gmail.com⁴, nasutionatika06@gmail.com⁵, nurasyifatambakasyifa@gmail.com⁶, fadhilahfarah131@gmail.com⁷, ahmadanandananasution010@gmail.com⁸, aspansuris27@gmail.com⁹.

Korespondensi penulis: nurhasanahwaruwu2002@gmail.com*

Article History:

Received: Januari 31, 2024

Accepted: Februari 01, 2024

Published: Februari 29, 2024

Keywords: Market

Segmentation, Farmers, Rubber.

Abstract.Objektif. Rubber is the main commodity developed in Parsarmaan Village, and to optimize their production results, as well as increase the sustainability of the rubber industry, a better understanding of the market is very important. Market segmentation is a strategy that can help rubber farmers understand the characteristics and needs of their diverse customers. This article outlines the reasons why market segmentation is necessary and how rubber farmers can implement it effectively. Through demographic geographic analysis and the use of technology, rubber farmers can collect data about their customers. With this data, they can customize their products services and their marketing strategies to achieve greater success. The benefits of introducing market segmentation for rubber farmers include increased sales, business sustainability, innovation, economic prosperity and verified. With a better understanding of different market segments rubber farmers can increase their income, strengthen the rubber industry and improve their own quality of life. With a continued commitment to understanding their customers and following the right approach, rubber farmers in Parsarmaan Village have a great opportunity to achieve long term success in their rubber industry. Market segmentation is an important tool that can help them achieve their goals. Materials and Methods. To achieve the expected goals, the Parsarmaan Village KKN program was carried out using the PAR method. PAR is an abbreviation for Participatory Action Research. Basically, PAR is research that involves all relevant parties in actively researching together current actions (which they experience as problems) in order to change and improve them. In this service, a participatory approach is used to involve local communities in the outreach process. Results. The result of this service for the community is that the community understands market segmentation better, rubber farmers can increase sales and increase the economic welfare of the community. Apart from that, the introduction of market segmentation not only provides more insight into customers, but also opens up opportunities for growth and development of the rubber industry. Conclusion. The introduction of market segmentation is a crucial step in efforts to increase the insight of rubber farmers in Parsarmaan Village. Rubber farmers through the introduction of market segmentation have great potential for success, namely increasing sales, business sustainability, increasing economic welfare, and opportunities for diversification. By focusing on various existing segments they can achieve great success in the changing rubber industry..

*Nurhasanah Waruwu, nurhasanahwaruwu2002@gmail.com

Abstrak.

Objektif. Karet adalah komoditas utama yang dikembangkan di Desa Parsarmaan, dan untuk mengoptimalkan hasil produksi mereka, serta meningkatkan keberlanjutan industri karet, pemahaman yang lebih baik tentang pasar menjadi sangat penting. Segmentasi pasar adalah strategi yang dapat membantu petani karet memahami karakteristik dan kebutuhan beragam pelanggan mereka. Artikel ini menguraikan alasan mengapa segmentasi pasar diperlukan dan bagaimana petani karet dapat menerapkannya secara efektif. Melalui analisis demografis, geografis, dan penggunaan teknologi, petani karet dapat mengumpulkan data-data tentang pelanggan mereka. Dengan data ini, mereka dapat menyesuaikan produk, layanan, dan strategi pemasaran mereka untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar. Manfaat dari pengenalan segmentasi pasar bagi petani karet termasuk peningkatan penjualan, keberlanjutan usaha, inovasi, kesejahteraan ekonomi, dan diverifikasi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang segmen pasar yang berbeda, petani karet dapat meningkatkan pendapatan mereka, memperkuat industri karet, dan meningkatkan kualitas hidup mereka sendiri. Dengan komitmen untuk terus memahami pelanggan mereka dan mengikuti pendekatan yang tepat, petani karet di Desa Parsarmaan memiliki peluang besar untuk meraih keberhasilan jangka panjang dalam industri karet mereka. Segmentasi pasar adalah alat penting yang dapat membantu mereka mencapai tujuan. Material and Metode. Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, program KKN Desa Parsarmaan dilakukan dengan menggunakan metode PAR. PAR ialah singkatan dari Participatory Action Research. Pada dasarnya PAR adalah penelitian yang melibatkan semua pihak yang relevan dalam meneliti secara aktif bersama-sama tindakan saat ini (yang mereka alami sebagai masalah) dalam rangka untuk mengubah dan memperbaikinya. Dalam pengabdian ini digunakan pendekatan partisipatif digunakan untuk melibatkan komunitas setempat dalam proses penyuluhan dan pelatihan. Hasil. Hasil dari pengabdian ini bagi masyarakat yakni masyarakat lebih mengenali segmentasi pasar dengan baik, petani karet dapat meningkatkan penjualan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Selain itu, pengenalan segmentasi pasar bukan hanya memberikan wawasan lebih tentang pelanggan, tetapi juga membuka peluang untuk pertumbuhan dan perkembangan industri karet. Kesimpulan. Pengenalan segmentasi pasar adalah langkah yang krusial dalam upaya meningkatkan wawasan petani karet di Desa Parsarmaan. Petani karet melalui pengenalan segmentasi pasar memiliki potensi kesuksesan yang besaryakni meningkatnya penjualan, keberlanjutan usaha, meningkatkan kesejahteraan ekonomi, dan peluang untuk diversifikasi. Dengan berfokus pada berbagai segmen yang ada, mereka dapat mencapai keberhasilan yang besar dalam industri karet yang berubah-ubah.

Kata kunci : Segmentasi Pasar, Petani, Karet.

PENDAHULUAN

Desa Parsarmaan yang terletak di daerah pedesaan yang subur telah lama menjadi pusat perhatian bagi para petani karet. Karet adalah komoditas utama yang dikembangkan di sini dan banyak keluarga bergantung pada industri ini sebagai sumber utama penghasilan mereka. Namun, dalam upaya untuk meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan kegiatan ini, sangat penting bagi petani karet di Desa Parsarmaan untuk memahami segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah strategi bisnis yang penting dalam meraih kesuksesan di dunia bisnis modern. Ini adalah proses membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil berdasarkan karakteristik dan kebutuhan yang berbeda. Dalam kasus petani karet di Desa Parsarmaan, segmentasi pasar dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pasar dan mengoptimalkan usaha mereka.

Dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat dan perubahan dalam perilaku konsumen, petani karet di Desa Parsarmaan dituntut untuk terus beradaptasi dan meningkatkan produktivitas mereka. Salah satu langkah penting yang dapat membantu mereka mencapai hal ini adalah dengan memahami konsep segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah

proses penting yang memungkinkan para pelaku bisnis untuk memahami dengan lebih baik siapa pelanggan mereka, apa yang mereka inginkan, dan bagaimana mereka dapat lebih efektif memenuhi kebutuhan mereka.

Dalam kegiatan ini penulis akan menjelaskan mengapa pengenalan segmentasi pasar menjadi kunci untuk meningkatkan wawasan petani karet di Desa Parsarmaan. Penulis akan mengeksplorasi bagaimana penerapan strategi segmentasi pasar dapat membantu petani karet dalam memaksimalkan potensi produksi mereka, meningkatkan penjualan, dan secara keseluruhan, meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang berbagai segmen pasar yang ada, petani karet dapat mengoptimalkan usaha mereka dan menghadapi tantangan pasar dengan lebih percaya diri.

Dalam kegiatan ini, penulis akan membahas langkah-langkah konkret untuk menerapkan segmentasi pasar di Desa Parsarmaan, termasuk analisis demografis, geografis, dan psikografis, serta peran teknologi dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Penulis juga akan menjelaskan manfaat-manfaat nyata yang dapat diperoleh oleh petani karet melalui pengenalan segmentasi pasar, seperti peningkatan pendapatan, keberlanjutan usaha, dan peluang untuk diversifikasi. Dengan demikian kegiatan ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi para petani karet di Desa Parsarmaan untuk memajukan industri karet mereka ke arah yang lebih berkelanjutan dan menguntungkan.

MATERIAL DAN METODE

Adapun metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode yang berbasis PAR. PAR ialah singkatan dari *Participatory Action Research*. Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode dan pendekatan untuk mencapai tujuan proses penyuluhan dan pengenalan segmentasi pasar, memfasilitasi pengenalan segmentasi pasar kepada masyarakat, serta melibatkan para petani karet. Pada dasarnya PAR adalah penelitian yang melibatkan semua pihak yang relevan dalam meneliti secara aktif bersama-sama tindakan saat ini (yang mereka alami sebagai masalah) dalam rangka untuk mengubah dan memperbaikinya. Dalam pengabdian ini digunakan pendekatan partisipatif digunakan untuk melibatkan komunitas setempat dalam proses penyuluhan dan pelatihan. Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa metode PAR ini bermakna dimana mahasiswa (peneliti) secara berdampingan dan bersama-sama melakukan identifikasi masalah perencanaan dan aksi informatif untuk memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi. Adapun pihak yang terlibat dalam pengabdian ini adalah mahasiswa, masyarakat dan pemerintah desa.

Pemilihan metode pada pengabdian ini menggunakan pendekatan yang bergantung pada situasi, sumber daya yang tersedia, dan kebutuhan komunitas Desa Parsarmaan. Pendekatan aktif sangat dipertimbangkan dengan baik guna memastikan masyarakat khususnya petani karet untuk mendapatkan dukungan dan fasilitas agar masyarakat dapat mempraktekkan langsung ilmu segmentasi pasar yang sudah dibekali sebelumnya sehingga petani karet dapat menganalisisnya dengan cermat untuk mengidentifikasi segmen pasar yang berbeda. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik dan kebutuhan setiap segmen, mereka dapat menyesuaikan produk, layanan, dan strategi pemasaran mereka. Dengan demikian, metode segmentasi pasar akan membantu petani karet di Desa Parsarmaan meningkatkan kualitas produksi, mengoptimalkan penjualan, dan mencapai keberlanjutan ekonomi yang lebih baik dalam industri karet mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengenalan segmentasi pasar untuk meningkatkan wawasan petani karet di Desa Parsarmaan memiliki potensi besar untuk memberikan manfaat signifikan bagi industri karet dan ekonomi lokal. Hasil Setelah menganalisis data demografis, petani karet mengidentifikasi dua kelompok utama pelanggan - yang pertama adalah kelompok pemuda usia 18-30 tahun yang lebih berpendidikan dan memiliki minat dalam produk karet organik. Kelompok kedua adalah lanjut usia (di atas 60 tahun) yang memiliki pengetahuan yang kaya tentang industri karet tradisional. Pembahasan dengan memahami demografi pelanggan, petani karet sekarang dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka. Mereka dapat menggunakan media sosial untuk menjangkau pemuda yang lebih berpendidikan dan lebih sadar lingkungan, sementara untuk kelompok lanjut usia, kampanye promosi yang lebih tradisional seperti pertemuan komunitas dapat lebih efektif. Hasil Melalui pemetaan pelanggan, petani karet menemukan bahwa sebagian besar pelanggan mereka adalah penduduk lokal Desa Parsarmaan, tetapi ada juga beberapa pelanggan dari desa-desa tetangga. Pembahasan, Pemahaman tentang lokasi pelanggan memungkinkan petani karet untuk mengatur rencana distribusi yang lebih efisien. Dengan mengetahui lokasi pelanggan dari desa-desa tetangga, mereka dapat merencanakan rute pengiriman yang lebih efektif untuk mencapai pasar yang lebih luas. Hasil dengan penggunaan teknologi Petani karet telah mengembangkan aplikasi seluler sederhana untuk mengumpulkan data pelanggan dan memberikan informasi tentang produk karet mereka. Aplikasi ini telah mendapatkan respon positif dari pelanggan. Pembahasan Penggunaan teknologi ini telah mempermudah pengumpulan data dan interaksi dengan pelanggan. Ini juga

memberikan peluang untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dan mempertahankan hubungan yang lebih erat dengan konsumen.



Gambar. 1. Kegiatan sosialisasi bersama Masyarakat dan petani di Desa Parsarmaan.

Manfaat yang Diharapkan dengan hasil dari segmentasi pasar ini dan implementasi strategi yang sesuai, petani karet di Desa Parsarmaan dapat mengharapkan sejumlah manfaat, Peningkatan penjualan, terutama kepada pemuda yang peduli lingkungan. Keberlanjutan usaha dengan fokus pada produk organik yang mendukung nilai-nilai lingkungan. Peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa parsarmaan. Pengenalan segmentasi pasar bukan hanya memberikan wawasan lebih dalam tentang pelanggan, tetapi juga membuka peluang untuk pertumbuhan dan perkembangan industri karet di Desa Parsarmaan. Dengan pendekatan yang tepat dan komitmen untuk terus memahami perubahan pasar, petani karet dapat menghadapi masa depan dengan lebih percaya diri dan sukses.

KESIMPULAN

Pengenalan segmentasi pasar adalah langkah yang krusial dalam upaya meningkatkan wawasan petani karet di Desa Parsarmaan. Dalam artikel ini, penulis telah menguraikan metode langkah demi langkah yang dapat digunakan oleh petani karet untuk memahami pasar mereka dengan lebih baik dan mengoptimalkan usaha mereka. Hasil yang diharapkan dari pengenalan segmentasi pasar adalah pemahaman yang lebih mendalam tentang karakteristik dan kebutuhan pelanggan, yang dapat membantu dalam penyesuaian produk, layanan, dan strategi pemasaran.

Pentingnya segmentasi pasar dalam konteks industri karet di Desa Parsarmaan sangatlah jelas. Dengan memahami demografi pelanggan, petani karet dapat menyesuaikan pendekatan mereka terhadap pelanggan-pelanggan yang berbeda. Melalui analisis geografis, mereka dapat mengoptimalkan distribusi dan mencapai pasar yang lebih luas. Analisis

psikografis membantu mereka memahami nilai dan minat pelanggan, sementara penggunaan teknologi modern mempermudah berkomunikasi dengan pelanggan.

Manfaat yang dapat diperoleh oleh petani karet melalui pengenalan segmentasi pasar adalah peningkatan penjualan, keberlanjutan usaha, peningkatan kesejahteraan ekonomi, dan peluang untuk diversifikasi. Dengan berfokus pada berbagai segmen pasar yang ada, mereka dapat mencapai keberhasilan yang lebih besar dalam industri karet yang berubah-ubah.

Oleh karena itu, pengenalan segmentasi pasar adalah langkah yang sangat dianjurkan bagi petani karet di Desa Parsarmaan. Ini bukan hanya alat untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga kunci untuk memajukan industri karet secara keseluruhan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi komunitas dan ekonomi lokal. Dengan berkomitmen untuk terus memahami pelanggan mereka dan mengikuti pendekatan yang sesuai, petani karet dapat menghadapi masa depan dengan keyakinan dan memastikan kelangsungan usaha mereka dalam industri ini.

Dengan kegiatan ini, diharapkan kepada petani karet di Desa Parsarmaan dan komunitas terkait dapat memahami lebih dalam pentingnya segmentasi pasar dan bagaimana menerapkannya dalam konteks industri karet lokal. Dengan pengetahuan yang ditingkatkan ini, mereka dapat memaksimalkan potensi mereka, mendiversifikasi pendapatan, dan menciptakan masa depan yang lebih cerah untuk industri karet di Desa Parsarmaan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu melancarkan kegiatan KKN ini:

1. Dosen Pembimbing KKN yaitu Syamsiah Depalina Siregar, M.Pd selaku dosen pembimbing KKN kelompok 49 Desa Parsarmaan selama 50 hari
2. Bapak Kepala Desa yaitu Ali Musa Dalimunthe yang telah memberikan arahan dan fasilitas selama KKN berlangsung
3. Ketua NNB beserta anggotanya yang telah ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan Program KKN
4. Masyarakat dan anak-anak yang telah ikut berpartisipasi selama KKN berlangsung

Rekan-rekan KKN 49 yang telah bertanggung jawab dan bekerja sama dalam proses kegiatan KKN selama KKN berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & McLoughlin, D. (2010). *Strategic Market Management: Global Perspectives*. John Wiley & Sons.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing: An Introduction*. Pearson Education.
- Churchill, G. A., & Brown, T. J. (2019). *Basic Marketing Research*. Cengage Learning.
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2012). *Marketing: Concepts and Strategies*. Cengage Learning.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2019). *Marketing Strategy*. Cengage Learning.
- Gilbert, D. C. (2017). *Retail Marketing Management: Principles and Practice*. Pearson UK.
- Hooley, G., Piercy, N., & Nicoulaud, B. (2012). *Marketing Strategy and Competitive Positioning*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Framework for Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., & Saunders, J. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2017). *Essentials of Marketing*. Cengage Learning.
- Malhotra, N. K. (2017). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Pearson.
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (2015). *Advertising Communications & Promotion Management*. Routledge.
- Sheth, J. N., Mittal, B., & Newman, B. I. (2019). *Customer Behavior: Consumer Behavior and Beyond*. Oxford University Press.
- Wedel, M., & Kamakura, W. A. (2012). *Market Segmentation: Conceptual and Methodological Foundations*. Springer Science & Business Media.