

Strategi pasar dan pemasaran pada Gooprex Poultry and shop Diponegoro

Gilang Chaya Putra¹, Nihayatu Aslamatis Solekah²

¹ Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang; ² Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: gilangchayaputra123456789@gmail.com

Kata Kunci:

Pasar, pemasaran, strategi, produk, konsumen

Keywords:

Market, marketing, strategy, product, consumers

ABSTRAK

Gooprex menargetkan peternak lokal dan ibu rumah tangga dengan menawarkan produk berkualitas dengan harga terjangkau, serta memanfaatkan promosi online melalui WhatsApp dan Facebook, serta metode tradisional dari mulut ke mulut. Meski menghadapi persaingan, Gooprex berhasil memanfaatkan kondisi pasar untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Analisis pasar yang cermat dan strategi inovasi memungkinkan bisnis ini bertahan dan berkembang di tengah tantangan. Dengan fokus pada hubungan pelanggan, ketersediaan produk, dan adaptasi terhadap kebutuhan lokal, Gooprex berhasil menciptakan loyalitas pelanggan. Ke depan, diversifikasi produk dan perluasan jaringan distribusi dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis ini sebagai pemain utama dalam distribusi pakan ternak dan telur di wilayah Diponegoro.

ABSTRACT

Gooprex targets local farmers and housewives by offering quality products at affordable prices, and utilizing online promotions via WhatsApp and Facebook, as well as traditional word-of-mouth methods. Despite facing competition, Gooprex has managed to take advantage of market conditions to continuously improve the quality of its services and reach a wider range of consumers. Careful market analysis and innovation strategies have enabled the business to survive and thrive amidst challenges. By focusing on customer relationships, product availability, and adapting to local needs, Gooprex has succeeded in creating customer loyalty. In the future, product diversification and expansion of the distribution network can be the main drivers of the growth of this business as a major player in the distribution of animal feed and eggs in the Diponegoro area.

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis, pemahaman yang baik mengenai pasar dan penerapan strategi pemasaran yang tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Aspek pasar merujuk pada segala hal yang berkaitan dengan lingkungan eksternal, di mana suatu produk atau layanan diperkenalkan dan dipasarkan termasuk karakteristik konsumen, kebutuhan, preferensi, serta faktor-faktor sosial, ekonomi, dan budaya. Hal tersebut yang mempengaruhi permintaan dan penawaran produk di pasar. Aspek pasar mencakup segmentasi pasar, permintaan konsumen, tingkat persaingan, dan kondisi pasar yang dapat mempengaruhi keputusan bisnis dan strategi pemasaran (Iswahyudi



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

et al., 2023). Aspek pasar dapat mengacu dalam pemahaman tentang konsumen, preferensi serta dinamika yang terjadi di pasar, sedangkan pada pemasaran merupakan suatu proses untuk memperkenalkan produk, menarik perhatian konsumen, dan memfasilitasi penjualan. Menurut (Fadilah, 2020), pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan menjalankan, harga, promosi dan distribusi sejumlah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan individu dan organisasi.

Kepuasan suatu individu atau organisasi akan dapat dilihat dari seberapa tertariknya ia dengan produk bisnis yang disajikan (Dewimah, 2024). Produk yang disajikan oleh seorang pembisnis tentunya akan membuat konsumen untuk menjadi pelanggan dikarenakan membangun kesetiaan terhadap produk merupakan sebuah tujuan dari pembisnis. Seperti contoh dalam konteks usaha penjualan pakan ternak, pasar yang terjadi pada usaha ini mencakup banyak hal yakni mulai dari peternak yang menginginkan pakan ternak berkualitas hingga konsumen yang menginginkan produk telur seperti telur bebek dan ayam. Sementara itu, pada pemasaran akan fokus kepada bagaimana produk tersebut dapat dipasarkan secara efektif, dimana diharapkan agar dapat memenuhi permintaan pasar dan menciptakan sebuah hubungan yang berkelanjutan. Sehingga pada pasar dan pemasaran memiliki perannya masing-masing seperti pasar yang berfokus pada peningkatan produk berkualitas dan pada pemasaran memikirkan cara bagaimana produk tersebut dapat dipasarkan secara efektif serta mendapat hubungan baik terhadap konsumen dan menimbulkan hubungan yang berkelanjutan.

Gooprex Poultry and Shop adalah salah satu bisnis yang berjalan dalam bidang pakan ternak. Bisnis tersebut terletak di wilayah Diponegoro dan bisnis tersebut juga salah satu usaha yang berhasil dalam menjalankan pasar dan pemasaran produknya secara operasional. Usaha ini didirikan pada tahun 2014 dengan fokus awal yakni pada pengumpulan dan penjualan telur ayam dan bebek. Awal mula bisnis ini berdiri ialah ketika pemilik bisnis memiliki sebuah peternakan bebek, dimana dalam peternakan bebek tersebut telur yang dihasilkan akan dikumpulkan kepada pengepul telur. Setelah cukup lama menjalankan pekerjaan tersebut, pemilik bisnis Gooprex Poultry and Shop memiliki sebuah inovasi untuk membuat bisnis sendiri. Kemudian pada tahun 2014 bisnis telah berdiri yang dimana masih berfokus dalam pengumpulan dan penjualan telur, akan tetapi seiring berjalannya waktu dengan berkembangnya permintaan pasar, maka Gooprex berhasil memperluas lini produk dengan menyediakan pakan ternak unggas yang berkualitas. Keputusan ini mencerminkan kesadaran mereka terhadap kebutuhan pasar yang terus berubah, sekaligus menunjukkan bagaimana mereka dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan industri peternakan.

Pada perkembangan yang terjadi di bisnis Gooprex Poultry and Shop memiliki sebuah rencana pada aspek pasar, dimana Gooprex tidak hanya fokus kepada satu segmen pasar saja melainkan melakukan segmentasi pasar yang lebih luas. Konsumen utama pada bisnis ini ialah para peternak lokal yang membutuhkan pakan ternak yang berkualitas dan harga terjangkau. Konsumen akan tertarik kepada satu produk apabila produk tersebut dapat memberikan sebuah keuntungan (Permatasari & Maryana, 2021). Selain konsumen tertarik dengan produk yang dapat memberikan keuntungan, akan tetapi mereka akan mencari produk yang lebih tinggi dan berkualitas dari produk bisnis

ini. Memahami karakteristik pasar lokal yang sebagian besar berada di kawasan pedesaan sangatlah penting, maka dari itu Gooprex menyadari bahwa adanya faktor harga dan aksesibilitas produk menjadi hal yang sangat penting. Oleh karena itu, mereka menawarkan produk dengan harga yang kompetitif dan memastikan distribusinya dapat menjangkau konsumen dengan mudah, baik melalui toko fisik maupun distribusi. Sehingga pasar yang dilakukan para pesaing cukup memberikan kerugian pada Gooprex, maka dari itu Gooprex memiliki strategi apabila pada aspek pasar kalah, Gooprex akan memainkan pemasaran untuk menarik konsumen.

Pemasaran yang dilakukan oleh Gooprex ialah menerapkan berbagai strategi untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk Gooprex. Strategi pemasaran dapat diterapkan dengan berbagai cara, yang dimana bertujuan untuk menarik para konsumen agar tertarik pada produk (Putri et al., 2023). Strategi pemasaran dapat diterapkan dalam berbagai cara seperti promosi yang berbasis kualitas produk, yakni pakan ternak yang dibuat dari bahan alami dan telur bebek yang berkualitas tinggi. Selain itu, pemasaran juga dilakukan melalui media sosial dan berbagai saluran komunikasi lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Gooprex tidak hanya fokus pada penjualan produk, tetapi juga berusaha membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui layanan yang ramah dan responsif terhadap kebutuhan mereka. Dengan cara ini, Gooprex berusaha menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan, yang akan mendorong pertumbuhan bisnis mereka di masa depan.

Secara keseluruhan, penerapan aspek pasar dan pemasaran pada Gooprex Poultry and Shop sangatlah penting dalam menjaga keberlangsungan dan mengoptimalkan potensi pasar. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai pasar lokal dan penerapan strategi pemasaran yang tepat, Gooprex berhasil menjadi pemain utama dalam menyediakan pakan ternak dan telur bebek di kawasan Diponegoro. Keberhasilan ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi pertumbuhan bisnis, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat yang bergantung pada produk.

Pembahasan

Suatu usaha dapat berdiri dan bertahan di pasar ketika mampu mengidentifikasi serta mengoptimalkan potensi yang dimiliki, seperti permintaan pasar, sumber daya, target konsumen, hingga peluang untuk meningkatkan (Putra et al., 2021). Potensi pasar menjadi faktor utama, terutama ketika suatu usaha berhasil menentukan target konsumennya, memanfaatkan momen tertentu, dan terus berinovasi dengan produk yang mengikuti perkembangan zaman. Hal ini menjadi kunci bagi usaha untuk bertahan. Kelancaran produksi juga harus dijamin dengan memastikan ketersediaan bahan baku berkualitas dari pemasok. Selain itu, biaya produksi harus ditutupi oleh pendapatan yang diperoleh sehingga perusahaan dapat mencapai keuntungan. Keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran produk. Jika bisnis mampu memenuhi kebutuhan pasar dan menawarkan lebih banyak, seperti dengan menyediakan variasi produk, maka dapat dikatakan usaha tersebut telah berhasil mengoptimalkan potensi pasar (Satriadi et al., 2022). Potensi pasar pada

Gooprex Poultry and Shop ini ialah pada harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat sekitar dan produk yang selalu siap ada bagi para konsumen. Akan tetapi produk tersebut tidak dihasilkan oleh bisnis ini, bisnis hanyalah sebagai distributor produk kepada masyarakat. Jadi bisnis Gooprex Poultry and Shop ini tidak menghasilkan produk melainkan menyalurkan produk. Walaupun begitu persaingan yang terjadi tidak dapat dihindari, maka dari perlu adanya pencegahan dalam hal tersebut.

Dalam pasar, Persaingan dapat dipandang sebagai hambatan dalam menjalankan usaha atau justru sebagai peluang. Kehadiran pesaing dapat mendorong peningkatan semangat produksi serta memotivasi inovasi terus-menerus agar produk tetap relevan dengan perkembangan zaman dan mampu bersaing dengan produk lainnya (Judijanto et al., 2024). Maka dengan begitu tidak semua persaingan pasar mengakibatkan sesuatu yang buruk. Gooprex Poultry and Shop merupakan sebuah usaha yang berjalan di bidang pakan ternak. Sebagai usaha yang bergerak di usaha tersebut pemilik bisnis menjual bermacam-macam pakan ternak dan hal tersebut membuat bisnis ini dapat berjalan dengan lancar dari adanya persaingan di wilayah tersebut. Bisnis Gooprex berjalan dengan lancar dikarenakan pesaing di satu wilayah yang sama tidak terlalu mementingkan produknya, sehingga hal ini menjadi peluang bagi Gooprex untuk terus meningkatkan kualitas produk. Hal ini tentunya harus berkaitan dengan pemasaran.

Pemasaran yang dilakukan oleh Gooprex ini yaitu salah satunya seperti promosi, promosi yang dilakukan bisnis ini melalui media online seperti WA atau FB dan juga promosi yang dilakukan oleh pemilik bisnis melalui mulut ke mulut. Pada berjalannya suatu bisnis pemasaran seperti promosi merupakan hal yang paling penting untuk menarik para konsumen (Mandasari et al., 2019). Tidak hanya promosi yang menjadi strategi pada pemasaran, akan tetapi terdapat strategi lainnya pada pemasaran seperti menganalisis market share. Market share merupakan sebuah proses untuk memahami posisi perusahaan pasar dan mengevaluasi kinerja perusahaan dibandingkan pesaing lainnya (Natalina & Zunaidi, 2021). Analisis dapat membantu perusahaan dalam berbagai hal seperti memahami tren pertumbuhan atau penurunan market share, menilai efektivitas strategi bisnis, mengidentifikasi peluang dan area pertumbuhan potensial, dan membuat keputusan yang lebih baik untuk meningkatkan posisi di pasar. Gooprex poultry and Shop kali ini memahami perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar seperti memahami pendapatan dari masyarakat sekitar dan membuat sebuah strategi baru. Maka dari itu pemilik bisnis membuat sebuah strategi untuk menarik konsumen walaupun di era pendapatan masyarakat yang kurang.

Bisnis Gooprex Poultry and Shop ini juga memiliki strategi lainnya untuk melakukan pemasaran seperti menggunakan segmenting, targeting, dan positioning. Pada segmenting bisnis ini ialah bisnis Gooprex Poultry and Shop bertempat tinggal di wilayah pedesaan dan hal ini menjadi sasaran pembisnis untuk melakukan pemasaran dan memberikan sebuah promosi kepada masyarakat sekitar agar tertarik dengan produk tersebut. Pada targeting di bisnis ini ialah masyarakat yang memiliki ternak unggas serta ibu rumah tangga yang menjadi target pasar pada bisnis ini yaitu yang akan tertarik dengan harga produk telur. Positioning pada bisnis ini ialah bisnis ini tidak memiliki pesaing walaupun terdapat satu pesaing, akan tetapi tidak merugikan sama sekali bagi bisnis. Hal tersebut yang menjadi peluang bagi bisnis ini untuk mendapatkan sebuah

keuntungan yang lebih. Sehingga pada pemasaran yang dilakukan oleh Gooprex Poultry and Shop ini yakni melakukan promosi media online, melakukan market share, dan menggunakan strategi segmenting, targeting serta positioning.

Gooprex Poultry and Shop, sebagai distributor pakan ternak dan telur, telah menunjukkan adaptasi yang baik dalam menghadapi tantangan pasar melalui penerapan berbagai strategi pemasaran. Meskipun tidak memproduksi produk sendiri, bisnis ini mampu memanfaatkan potensi pasar di wilayah pedesaan dengan harga produk yang terjangkau dan ketersediaan barang yang selalu siap untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Strategi promosi melalui media online seperti WhatsApp dan Facebook, serta metode tradisional seperti promosi dari mulut ke mulut, menjadi keunggulan utama dalam menarik perhatian pelanggan. Selain itu, pendekatan segmentasi, penargetan, dan positioning (STP) yang diterapkan Gooprex menunjukkan pemasaran yang baik. Dalam menghadapi persaingan, Gooprex berhasil menjadikan kehadiran pesaing sebagai peluang untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan. Analisis pangsa pasar yang dilakukan secara berkala memungkinkan Gooprex untuk memahami dinamika pasar, seperti tren pendapatan masyarakat, dan merancang strategi baru yang lebih relevan. Hal ini mencakup penyediaan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau di tengah kondisi ekonomi yang menantang. Dengan memanfaatkan segmentasi pasar yang terarah dan memahami kebutuhan konsumen, Gooprex mampu membangun citra bisnis yang unggul di tengah minim

Keberhasilan Gooprex tidak hanya bergantung pada aspek pemasaran, tetapi juga pada pengelolaan hubungan dengan pelanggan dan pemanfaatan peluang inovasi. Dalam jangka panjang, langkah-langkah seperti diversifikasi produk, kolaborasi dengan pemasok lokal, dan perluasan jaringan distribusi dapat menjadi faktor pendukung keinginan bisnis ini. Dengan kombinasi strategi yang matang dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, Gooprex Poultry and Shop memiliki potensi untuk terus berkembang sebagai pemain utama di bidang distribusi pakan ternak dan telur di daerah Diponegoro

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Gooprex Poultry and Shop telah membuktikan kemampuannya dalam bertahan dan berkembang di industri distribusi pakan ternak dan telur melalui strategi yang matang dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar. Dengan memahami karakteristik pasar lokal di wilayah pedesaan, bisnis ini berhasil memanfaatkan potensi pasar melalui penawaran produk berkualitas dengan harga yang terjangkau dan ketersediaan yang konsisten. Strategi pemasaran yang efektif, seperti promosi melalui media online, pendekatan tradisional dari mulut ke mulut, dan penerapan segmentasi, penargetan, serta positioning, menjadi kunci keberhasilan bisnis ini dalam menarik perhatian dan menjaga loyalitas pelanggan. Meskipun tidak memproduksi produk sendiri, Gooprex mampu menciptakan nilai tambah melalui distribusi yang efisien dan pelayanan yang ramah, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam menghadapi persaingan, Gooprex melihatnya sebagai peluang untuk terus berinovasi dan memperbaiki kualitas

pelayanan. Dengan langkah-langkah strategi yang fokus pada diversifikasi produk, perluasan jaringan, dan kolaborasi dengan pemasok, Gooprex memiliki potensi besar untuk mempertahankan posisinya sebagai pemain utama di pasar lokal sekaligus berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

Saran

Berdasarkan analisis yang telah disampaikan, beberapa saran dapat diberikan untuk mendukung pengembangan Gooprex Poultry and Shop sebelumnya. Pertama, perlunya diversifikasi produk agar bisnis tidak hanya bergantung pada penjualan pakan ternak dan telur, tetapi juga dapat menawarkan produk tambahan yang relevan seperti vitamin atau suplemen untuk hewan ternak. Kedua, Gooprex perlu memperluas jaringan distribusi agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen di wilayah sekitar, termasuk wilayah yang lebih terpencil, dengan mempertimbangkan efisiensi logistik. Ketiga, optimalisasi strategi pemasaran melalui media sosial harus terus ditingkatkan dengan menghadirkan konten-konten kreatif dan menarik untuk memperluas jangkauan audiens. Selain itu, perlu dilakukan peningkatan pada layanan pelanggan dengan membangun hubungan yang lebih baik melalui program loyalitas, diskon khusus, atau konsultasi terkait perawatan ternak. Selain itu, Gooprex disarankan untuk memperkuat analisis pasar secara berkala guna memahami perubahan tren dan kebutuhan konsumen, serta merancang strategi yang lebih responsif terhadap dinamika tersebut. Terakhir, kolaborasi dengan pemasok lokal atau mitra bisnis lainnya dapat menjadi peluang untuk meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi pasar Gooprex Poultry and Shop sebagai pemain utama di bidang distribusi.

Daftar Pustaka

- Dewimah, P. T. (2024). *PENERAPAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENUMBUHKAN MINAT BERWIRAUSAHA SANTRI SANTRI DI PONDOK PESANTREN MODERN NURUSSALAM SIDOGEDE KEC. BELITANG KAB. OKU TIMUR*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194–211.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., Zahara, A. E., Ardyan, E., Nurchayati, N., & Efdison, Z. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: Strategi dan Praktek yang efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Judijanto, L., Karmagatri, M., Lutfi, M., Sepriano, S., Pipin, S. J., Erwin, E., Indrayani, N., Nugraha, U., & Lukmana, H. H. (2024). *Pengembangan Startup Digital: Referensi Sukses Memulai Bisnis Startup Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123–128.

- Natalina, S. A., & Zunaidi, A. (2021). Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah. *Wadiah*, 5(1), 86–117.
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62–69.
- Putra, I. G. B. N. P., Maharani, I. A. D. P., & Soraya, D. (2021). *Kewirausahaan*. Nilacakra.
- Putri, A. S. L. A., Tanjung, P. A., Hotimah, U., & Muljadi, M. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Hijab Chic Square. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 194–212.
- Satriadi, S., Tubel Agusven, S. T., Elvi Lastriani, S. E., Triyani Capeg Hadmandho, M. B. A., Ramli, R. A. L. P., Annisa Sanny, S. E., Prayoga, D., & KM, S. (2022). *Manajemen pemasaran*. CV Rey Media Grafika.