



## Strategi Pengembangan Bisnis Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar

<sup>1</sup>MOH Ferdinan Mahrus, <sup>2</sup>Yusuf Hakim, <sup>3</sup>Surya Putra Asy'ari, <sup>4</sup>Sonja Andarini,  
<sup>5</sup>Indah Respati Kusumasari

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Jl. Nusa Indah No. 18 Medokan Ayu,  
Rungkut, Surabaya, Jawa Timur

Email: <sup>1</sup>22042010053@student.upnjatim.ac.id, <sup>2</sup>22042010282@student.upnjatim.ac.id,  
<sup>3</sup>22042010288@student.upnjatim.ac.id, <sup>4</sup>sonja.andarini.adbis@gmail.com.ac.id,  
<sup>5</sup>indah.respati.kusumasari.adbis@gmail.com.ac.id

### Abstrak

Pangsa pasar yang kuat merupakan tujuan utama bagi setiap perusahaan yang ingin berkembang dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Dalam upaya untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat, termasuk inovasi produk, ekspansi geografis, diversifikasi produk, dan penetrasi pasar yang lebih dalam. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai strategi pengembangan bisnis yang dapat membantu perusahaan meningkatkan pangsa pasar.

**Kata Kunci:** Pengembangan, Bisnis, dan Pasar

### Abstract

*A strong market share is the main goal for every company that wants to develop and survive in a competitive business environment. In an effort to achieve these goals, companies must implement appropriate strategies, including product innovation, geographic expansion, product diversification, and deeper market penetration. This article aims to explore various business development strategies that can help companies increase market share.*

**Keywords:** Development, Business, and Market

## PENDAHULUAN

*Market Share* atau pangsa pasar dalam dunia bisnis sangatlah penting karena membantu perusahaan memahami sejauh mana pengaruhnya di pasar dan bagaimana mereka bersaing dengan pesaing. Mengetahui pangsa pasar memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kinerjanya dan membuat keputusan yang lebih baik mengenai pengembangan produk dan strategi pemasaran. Selain itu, peningkatan pangsa pasar dapat menunjukkan bahwa suatu perusahaan melakukan hal yang benar dan mampu menarik pelanggan dari pesaing.

Pangsa pasar yang besar juga dapat mendatangkan keuntungan ekonomi bagi suatu perusahaan. Memiliki pangsa pasar yang besar memungkinkan suatu perusahaan untuk meningkatkan keuntungannya dengan meningkatkan penjualan produk dan jasanya. Dengan meningkatkan produksi, perusahaan dapat memanfaatkan skala ekonomi sehingga menurunkan biaya produksi per unit.

Selain itu, pangsa pasar yang tinggi membantu perusahaan bernegosiasi dengan pemasok dan mengurangi biaya produksi. Pangsa pasar memungkinkan perusahaan memahami posisinya di pasar. Pangsa pasar juga membantu perusahaan mengevaluasi kinerjanya dan membuat keputusan yang lebih baik dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran. Peningkatan pangsa pasar menunjukkan bahwa suatu perusahaan menerapkan strategi yang tepat dan dapat menarik pelanggan dari pesaing.



Pada kesempatan kali ini rumusan masalah yang kami angkat yaitu tentang tujuan dan manfaat pangsa pasar, serta strategi meningkatkan pangsa pasar bagi perusahaan yang ingin berkembang dan bertahan di lingkungan bisnis yang kompetitif yang berdasarkan landasan akademis.

## LANDASAN TEORI

Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk mengalokasikan dan menggunakan kekuatan militer dan sumber daya material di wilayah-wilayah tertentu dengan tujuan tertentu. Dari sudut pandang pertama, strategi bisa didefinisikan sebagai suatu program untuk menetapkan dan mencapai tujuan suatu organisasi serta melaksanakan misinya.

Menurut Anoraga (2007), pengembangan suatu usaha menjadi tanggung jawab setiap pengusaha atau wirausaha yang memerlukan pandangan ke depan, motivasi, dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka peluang besar untuk mengubah usaha yang awalnya kecil menjadi usaha skala menengah atau bahkan besar.

Dalam era modern seperti sekarang, perusahaan perlu memiliki kecerdasan dalam mengembangkan bisnis serta strategi pemasaran. Secara sederhana, strategi merupakan rencana utama yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan (Tahlohding 2015). Sementara itu, pasar merupakan bentuk organisasi di mana penjual dan pembeli saling terkait saat melakukan transaksi ekonomi (Rosyidi 2006). Dari konsep pasar tersebut, muncul istilah pemasaran yang merupakan kegiatan ekonomi yang membantu menciptakan nilai bagi sebuah perusahaan (Kamaruddin 2017). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah langkah-langkah yang dilakukan perusahaan dalam kegiatan pemasarannya untuk mencapai tujuan dan memimpin dalam pasar (Marzuki dan Ramdaniah 2019).

Menurut David (2004), strategi adalah metode untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat mencakup berbagai tindakan seperti ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, restrukturisasi karyawan, divestasi, likuidasi, dan kemitraan. Ini merupakan proses di mana pimpinan puncak merencanakan dengan fokus pada tujuan jangka panjang organisasi dan mengatur langkah-langkah untuk mencapainya. Menurut Tjiptono (2008), strategi korporat adalah rencana yang melibatkan seluruh perusahaan yang disusun oleh manajemen tingkat atas untuk mengatur aktivitas organisasi atau operasi yang terdiri dari satu atau lebih unit bisnis. Strategi unit bisnis, di sisi lain, lebih berkaitan dengan pengelolaan operasional dan aktivitas suatu unit bisnis tertentu. Sementara itu, strategi fungsional mengacu pada rencana dalam konteks fungsi manajemen (misalnya, R&D, keuangan, produksi dan operasi, pemasaran, SDM) yang mendukung strategi di tingkat unit bisnis.

## METODE PELAKSANAAN

Artikel ini menggunakan metode pendekatan analitis kualitatif. Temuan ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan strategi pemasaran, inovasi produk, pengembangan merek, dan penetrasi pasar baru. Selain itu, keterlibatan pelanggan, analisis persaingan, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis juga merupakan elemen penting untuk merancang strategi pengembangan bisnis yang sukses. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek ini, perusahaan dapat mengembangkan rencana tindakan yang ditargetkan untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperoleh keunggulan kompetitif dalam industri tempat mereka beroperasi. Studi ini memberikan wawasan berharga bagi praktisi bisnis dan peneliti untuk memahami dinamika pasar dan menerapkan strategi pengembangan bisnis yang efektif.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pangsa Pasar merupakan persentase yang dikuasai suatu perusahaan terhadap segmen pasar tertentu. Hasil perhitungannya adalah salah satu indikator profitabilitas antara suatu perusahaan dengan pesaing yang bergerak di bidang serupa. Pangsa pasar dapat mempengaruhi operasi, harga produk dan layanan, dan berpotensi mempengaruhi kinerja pasar saham. Memperoleh pangsa pasar yang signifikan sering kali dianggap sebagai salah satu tujuan utama manajemen karena dampaknya terhadap operasi dan profitabilitas. Oleh karena itu, pangsa pasar berfungsi sebagai indikator dominasi industri dan pencapaian tujuan bisnis, dan sering kali digunakan sebagai indikator keberhasilan operasional.

Pangsa pasar memiliki tujuan yaitu memudahkan dalam menganalisis target pasar suatu produk berdasarkan segmentasi produk sesuai permintaan spesifik, agar strategi pemasaran lebih tepat sasaran, lebih mudah membedakan pasar, dan melayani pembeli dengan lebih baik.

Strategi Meningkatkan Pangsa Pasar

1. Peningkatan Inovasi  
Inovasi melibatkan penciptaan produk, layanan, atau proses baru yang memberikan nilai unik kepada pelanggan. Hal ini dapat mencakup kemajuan teknologi, desain produk, atau bahkan model bisnis baru. Melalui inovasi yang berkelanjutan, perusahaan dapat tetap berada di depan pesaingnya dan menjangkau basis pelanggan yang lebih besar.
2. Membangun Loyalitas Pelanggan  
Membangun loyalitas pelanggan sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang. Pelanggan yang loyal mempunyai kemungkinan lebih besar untuk melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Loyalitas dapat dibangun dengan berbagai cara yaitu dengan memberikan layanan pelanggan yang prima, secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, dan memberikan penawaran eksklusif.
3. Menerapkan Periklanan yang Efektif  
Periklanan adalah alat penting untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik pelanggan baru. Kampanye periklanan yang efektif adalah kampanye yang sesuai dengan audiens target pasar, mengkomunikasikan proposisi nilai perusahaan dengan jelas, dan persuasif.
4. Mengakuisisi Bisnis Baru  
Akuisisi adalah cara mudah untuk meningkatkan pangsa pasar. Mengakuisisi bisnis baru memberi perusahaan akses ke basis pelanggan yang lebih besar. Namun, masih belum jelas apakah akuisisi tersebut akan berhasil. Integrasi dan manajemen yang efektif diperlukan untuk memastikan akuisisi berhasil.

Di era digital yang semakin canggih, peningkatan pangsa pasar sangat penting bagi kesuksesan bisnis. Perusahaan harus mampu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi yang ada untuk meningkatkan pangsa pasar. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat Anda terapkan untuk meningkatkan pangsa pasar di era digital. Yang pertama untuk meningkatkan pangsa pasar di era digital, penting bagi pelaku bisnis untuk memperkuat kehadiran online mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan platform digital seperti situs web, media sosial, dan pemasaran email.

Untuk meningkatkan pangsa pasar, perusahaan perlu membangun kesadaran merek dan kepercayaan pelanggan di media sosial. Selain itu, kita dapat menggunakan media sosial untuk mengarahkan pelanggan ke situs web perusahaan dan pemasaran email untuk memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk dan layanan perusahaan. Memperoleh pangsa pasar di era digital memerlukan perhatian pada pengalaman pelanggan. Ini adalah kunci penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelaku bisnis harus memastikan bahwa produk dan layanan yang diberikannya memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan pengalaman yang memuaskan.



Untuk mencapai hal ini, bisnis dapat memanfaatkan teknologi seperti chatbots dan kemampuan layanan pelanggan online lainnya untuk memberikan layanan yang lebih baik dan lebih cepat kepada pelanggan mereka. Menawarkan harga yang kompetitif dan penawaran khusus menjadi kunci untuk meningkatkan pangsa pasar di era digital. Pelanggan kini dapat mengakses informasi detail mengenai produk dan layanan dari berbagai merek. Oleh karena itu, bisnis harus menawarkan harga dan promosi yang kompetitif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi untuk memantau harga pesaing dan menawarkan harga yang lebih kompetitif. Selain itu, bisnis dapat menggunakan platform e-commerce untuk menawarkan promosi dan diskon menarik kepada pelanggan mereka.

Di era digital yang berkembang pesat, dunia usaha harus terus beradaptasi dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pangsa pasar. Strategi seperti memperkuat kehadiran online Anda, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menawarkan harga dan promosi yang kompetitif dapat membantu bisnis memperluas pangsa pasar mereka. Hal ini memungkinkan bisnis untuk mencapai keuntungan yang lebih tinggi dan mencapai tujuan jangka panjang.

Pangsa pasar sebuah perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks dan beragam. Pertama, kualitas produk atau layanan yang ditawarkan memainkan peran penting dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan pangsa pasar. Perusahaan yang mampu memberikan produk atau layanan berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif cenderung memiliki pangsa pasar yang lebih besar. Selain itu, efektivitas strategi pemasaran juga memengaruhi pangsa pasar, termasuk branding, promosi, dan distribusi produk. Faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, persaingan industri, dan perubahan tren pasar juga berdampak signifikan terhadap pangsa pasar perusahaan. Selain itu, inovasi produk dan teknologi juga dapat menjadi faktor penentu dalam memperluas pangsa pasar, karena konsumen cenderung tertarik pada produk atau layanan yang memberikan nilai tambah atau solusi baru bagi kebutuhan mereka. Faktor-faktor demografi, geografis, dan sosial juga dapat memengaruhi preferensi konsumen dan, akibatnya, pangsa pasar perusahaan dalam berbagai segmen pasar.

Merumuskan strategi pengembangan bisnis yang efektif untuk meningkatkan pangsa pasar suatu perusahaan memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terencana. Pertama-tama, perlu dilakukan analisis menyeluruh terhadap pasar yang dituju, termasuk identifikasi tren pasar, preferensi konsumen, dan perilaku pesaing. Dari analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang pertumbuhan yang dapat dieksplorasi. Selanjutnya, perusahaan perlu menetapkan tujuan yang jelas dan terukur terkait dengan peningkatan pangsa pasar, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Setelah itu, perlu dikembangkan strategi yang sesuai dengan karakteristik perusahaan dan kondisi pasar, seperti pengembangan produk baru, diversifikasi produk, ekspansi geografis, peningkatan distribusi, atau peningkatan promosi dan branding. Selain itu, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor internal seperti sumber daya yang tersedia, kemampuan keuangan, dan keahlian internal untuk mengimplementasikan strategi tersebut. Setelah strategi dikembangkan, langkah selanjutnya adalah melakukan implementasi yang cermat dan terkoordinasi, serta memonitor dan mengevaluasi hasil secara terus-menerus untuk menyesuaikan strategi jika diperlukan. Dengan pendekatan yang sistematis dan terfokus, perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya secara efektif dan berkelanjutan.

Tren pasar saat ini menunjukkan beberapa peluang pertumbuhan yang signifikan bagi perusahaan di berbagai sektor. Pertama-tama, terjadi pergeseran besar-besaran menuju digitalisasi dan teknologi yang memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran, penjualan, dan interaksi dengan pelanggan. Fenomena e-commerce terus berkembang pesat, dengan meningkatnya jumlah konsumen yang beralih ke pembelian online untuk berbagai kebutuhan mereka, baik produk fisik maupun layanan digital. Selain itu, terdapat tren peningkatan kesadaran akan keberlanjutan dan lingkungan, yang mendorong permintaan akan produk dan layanan ramah lingkungan serta tanggung jawab sosial



perusahaan yang lebih besar. Perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen juga membuka peluang baru, seperti peningkatan minat pada produk dan layanan kesehatan, kebugaran, serta gaya hidup yang berkelanjutan.

Di samping itu, globalisasi membuka pintu bagi ekspansi pasar lintas batas, dengan meningkatnya aksesibilitas pasar global melalui teknologi dan infrastruktur yang semakin maju. Peluang pertumbuhan juga muncul dari perkembangan inovasi teknologi seperti kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), dan blockchain, yang memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan pengalaman pelanggan, dan menciptakan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang. Dengan memahami dan merespons tren pasar ini dengan tepat, perusahaan dapat memposisikan diri mereka untuk mengambil keuntungan dari peluang pertumbuhan yang ada dan memperkuat posisi mereka di pasar yang bersaing ketat.

Implementasi yang tepat untuk meningkatkan pangsa pasar memerlukan serangkaian langkah strategis yang terencana dengan baik dan berkesinambungan. Pertama, perusahaan perlu melakukan analisis menyeluruh terhadap pasar dan pesaingnya untuk memahami tren pasar, kebutuhan konsumen, dan kelemahan-kelemahan pesaing. Dari analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang pertumbuhan dan area-area di mana mereka dapat memperkuat posisi mereka. Selanjutnya, perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai, termasuk diferensiasi produk, penetapan harga yang kompetitif, promosi yang efektif, dan strategi distribusi yang tepat.

Selain itu, inovasi produk dan layanan juga menjadi kunci dalam memperluas pangsa pasar. Perusahaan perlu terus-menerus melakukan riset dan pengembangan untuk menciptakan produk atau layanan baru yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau bahkan menciptakan kebutuhan baru. Selain itu, perusahaan harus fokus pada membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pelanggan, baik melalui layanan pelanggan yang unggul, program loyalitas, atau komunikasi yang efektif.

## KESIMPULAN

Strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan pangsa pasar merupakan langkah kritis bagi kesuksesan sebuah perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar. Melalui analisis pasar yang cermat, pengembangan produk dan layanan yang inovatif, serta implementasi strategi pemasaran yang efektif, perusahaan dapat memperluas pangsa pasar mereka dan memperkuat posisi kompetitif mereka. Dengan pemantauan yang terus-menerus terhadap kinerja strategi yang diimplementasikan dan kesiapan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, perusahaan dapat tetap relevan dan berhasil di pasar yang dinamis.

Pengembangan bisnis yang berhasil memerlukan strategi yang terencana dan berkelanjutan. Langkah-langkah seperti analisis pasar yang menyeluruh, pengembangan produk yang inovatif, strategi pemasaran yang efektif, serta pemantauan dan penyesuaian yang terus-menerus sangat penting untuk mencapai tujuan meningkatkan pangsa pasar. Dengan memahami kebutuhan konsumen, merespons tren pasar, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, perusahaan dapat memperluas pangsa pasar mereka dan memperkuat posisi kompetitif mereka di pasar yang bersangkutan.

## SARAN

Dalam rangka meningkatkan pangsa pasar, perusahaan dapat mempertimbangkan beberapa strategi yang terbukti efektif. Pertama, fokus pada inovasi produk atau layanan merupakan kunci utama. Perusahaan dapat melakukan riset pasar secara menyeluruh untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menciptakan produk atau layanan baru yang memberikan nilai



tambah dan membedakan perusahaan dari pesaing. Selanjutnya, penting untuk merancang strategi pemasaran yang tepat, termasuk penetapan harga yang kompetitif, promosi yang efektif, dan distribusi yang efisien. Menggunakan media sosial dan teknologi digital juga dapat menjadi cara yang efektif untuk mencapai dan berinteraksi dengan target pasar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Policy, Privacy . “Pangsa Pasar Besar: Strategi Cuan Untuk Perusahaan.” *Www.bions.id*, 7 Sept. 2023, [www.bions.id/edukasi/saham/pangsa-pasar-besar-strategi-cuan-untuk-perusahaan](http://www.bions.id/edukasi/saham/pangsa-pasar-besar-strategi-cuan-untuk-perusahaan).
- wijanarko. “Strategi Memperluas Pangsa Pasar.” *Ekonomi.bunghatta.ac.id*, 12 Oct. 2020, [ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/766-strategi-memperluas-pangsa-pasar](http://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/766-strategi-memperluas-pangsa-pasar).
- lyrid.prima. “Strategi Meningkatkan Pangsa Pasar Di Era Digital.” *Lyrid Prima Indonesia | Konsultan IT & Digital Service Di Jakarta*, 23 Feb. 2023, [lyrid.co.id/strategi-meningkatkan-pangsa-pasar-di-era-digital/](http://lyrid.co.id/strategi-meningkatkan-pangsa-pasar-di-era-digital/). Accessed 31 Mar. 2024.
- Wijaya, Nasdar. “STRATEGI PENGELOLAAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DESA.” *Jurnal Wahana Bina Pemerintahan*, vol. 10, no. 1, 31 May 2023,
- Sugiharto, Agus, and Puspitasari Puspitasari. “CYBER STALKING ACTIVITY of MILENIAL GENERATION in URBAN SOCIETY in INDONESIA.” *International Review of Humanities Studies*, 31 July 2020,