

## **BAB II PELUANG PASAR**

### **2.1 LINGKUNGAN PEMASARAN**

✂ **Lingkungan Pemasaran dapat dibedakan :**

#### **1. Lingkungan Mikro Perusahaan**

Adalah terdiri dari para perilaku dalam lingkungan perusahaan yang langsung berkaitan dengan perusahaan yang mempengaruhi kemampuan untuk melayani pasar. Lingkungan Mikro Perusahaan meliputi :

- a. Perusahaan
- b. Pensuplay  
Adalah perusahaan-perusahaan individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dan para pesaing untuk memproduksi barang dan jasa tertentu.
- c. Perantara  
Adalah perusahaan-perusahaan yang membantu perusahaan dalam promosi, penjualan dan distribusi barangnya pada para pembeli terakhir.
- d. Pelanggan  
Para pelanggan biasa disebut pasar sasaran :  
Ada 5 (lima) macam pasar sasaran :
  - 1). Pasar Konsumen  
⇔ Individu-individu dan rumah tangga yang membeli barang produk dan jasa untuk konsumsi pribadi.
  - 2). Pasar Industri  
⇔ Organisasi-organisasi yang membeli barang produk/jasa yang dibutuhkan untuk memproduksi produk/jasa lainnya dengan maksud memperoleh keuntungan atau mencapai sasaran.
  - 3). Pasar Penjual Kembali  
⇔ Organisasi-organisasi yang membeli barang produk/jasa dengan maksud menjual kembali barang/jasa itu yang memberikan keuntungan mereka.
  - 4). Pasar Pemerintah  
⇔ Lembaga-lembaga pemerintah yang membeli produk/jasa agar menghasilkan pelayanan kepada masyarakat umum atau mengalihkan barang/jasa itu kepada pihak lain yang membutuhkan.
  - 5). Pasar Industri Internasional

⇨ Pembeli yang berada diluar negri termasuk konsumen, produsen, penjual kembali dan pemerintah asing.

e. Pesaing

f. Masyarakat

Adalah beberapa kelompok yang mempunyai minat nyata atau yang masih terpendam atau yang memberikan dampak terhadap kemampuan organisasi untuk mencapai sasarannya.