

## STRATEGI SEGMENTASI DAN PENETAPAN TARGET PASAR PADA UMKM OPUNG WAFFLE DI KOTA PADANG

Muhammad Dzaki Gumay, Muhammad Naufal, Arif Annaufal Azri

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

Email: [dzakigumay17@gmail.com](mailto:dzakigumay17@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi segmentasi dan penetapan target pasar yang diterapkan oleh UMKM Opung Waffle di Kota Padang. Penelitian ini penting mengingat persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk memahami karakteristik konsumennya secara tepat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Opung Waffle menerapkan segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku, serta menggunakan strategi pemasaran terkonsentrasi dengan fokus pada segmen remaja dan mahasiswa. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi UMKM kuliner dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif.

**Kata kunci:** segmentasi pasar, target pasar, strategi pemasaran, UMKM

### Abstract

This study aims to analyze the market segmentation and target market strategies implemented by Opung Waffle MSME in Padang City. This research is important considering the increasing competition in the culinary business which requires business actors to understand consumer characteristics accurately. This study uses a qualitative descriptive method with a case study approach. Data were collected through observation and literature review. The results indicate that Opung Waffle applies geographic, demographic, psychographic, and behavioral segmentation and adopts a concentrated marketing strategy focusing on teenagers and university students. These findings provide practical implications for culinary MSMEs.

**Keywords:** market segmentation, target market, marketing strategy, MSMEs

### Article History

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagiarism checker no 1669

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

UMKM sektor kuliner merupakan salah satu penggerak utama perekonomian daerah. Namun, tingginya tingkat persaingan menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat. Segmentasi dan penetapan target pasar menjadi strategi penting dalam membantu usaha memahami karakteristik konsumen dan menyusun program pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi segmentasi dan target pasar pada UMKM Opung Waffle di Kota Padang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek penelitian adalah UMKM Opung Waffle di Kota Padang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan studi literatur. Data dianalisis dengan membandingkan temuan lapangan dengan teori segmentasi dan penetapan target pasar.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Opung Waffle menerapkan segmentasi geografis dengan menyesuaikan produk terhadap selera masyarakat lokal. Segmentasi demografis difokuskan pada usia remaja dan mahasiswa. Segmentasi psikografis menyasar konsumen dengan gaya hidup santai dan aktif di media sosial, sedangkan segmentasi perilaku ditujukan pada konsumen dengan frekuensi pembelian tinggi. Strategi target pasar yang digunakan adalah pemasaran terkonsentrasi yang dinilai sesuai dengan keterbatasan sumber daya UMKM.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi segmentasi dan penetapan target pasar yang tepat dapat meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM. Fokus pada segmen remaja dan mahasiswa menjadi strategi yang relevan bagi Opung Waffle dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner di Kota Padang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.