**MATERI INISIASI 4**

**SIKLUS HIDUP PRODUK**

Siklus hidup produk dalam kegiatan pemasaran adalah suatu perjalanan mulai dari bagaimana suatu produk mulai diperkenalkan, lalu berjalan perlahan, terus berkembang, lalu mengalami tahap pendewasaan (kondisi yang relatif stabil), lalu tahap penurunan, dan kemudian menghilang atau selesai ditawarkan.

Dalam pemasaran sosial, siklus hidup produk sosial tergantung dari: seberapa jauh produk yang ada memenuhi kebutuhan yang sebenarnya, konsistensi dengan kecenderungan lain dalam masyarakat, norma dan nilai sosial yang ada, serta Perkembangan teknoiogi yang digunakan.

Tahapan Umum yang dilalui suatu produk sosial adalah:

1. *Tahap perkenalan*, yaitu tahap dimana suatu produk baru diluncurkan atau diperkenalkan kepada masyarakat
2. *Tahap pertumbuhan*, yaitu tahap dimana pengetahuan masyarakat terhadap produk yang diluncurkan semakin banyak, jumlah masyarakat yang mengetahui akan adanya produk juga semakin banyak, serta makin banyaknya masyarakat yang menggunakannya semakin menyukai produk yang ditawarkan.
3. *Tahap kedewasaan*, yaitu tahap kestabilan yang bisa saja terjadi peningkatan yang tidak terlalu signifikan atau mungkin terjadi penurunan terhadap produk yang ditawarkan.
4. *Tahap penurunan*, yaitu tahap dimana terjadi penurunan yang sangat tajam terhapa produk yang ditawarkan karena kejenuhan.

Pada kenyataannya, suatu produk memiliki waktu hidup yang terbatas, dan dapat mengalami tantangan serta hambatan yang berbeda-beda di dalam tiap tahap kehidupannya. Sehingga pemasar perlu membuat strategi yang berbeda-beda di tiap tahap kehidupan produk agar produk tersebut dapat bertahan.

Bila berbagai strategi untuk mempertahankan produk sudah dilakukan pemasar, dan pada kenyataannya produk tersebut tidak dapat bertahan, maka pemasar dapat melakukan pembentukan produk baru (*Inovasi*). Tentu saja dengan tujuan utama yang sama. Selaiin inovasi terhadap produk, pemasar juga dapat melakukan diferensiasi dan diversivikasi produknya. *Diferensiasi* adalah perbedaan produk yang dibuat oleh pihak tertentu dengan pihak yang lain. Sedangkan *diversifikasi* adalah usaha pemasar untuk memperluas daerah pasar yang dapat dilakukan dengan cara menambah pemasarannya dengan produk baru.

Demikianlah pemahasan singkat tentang siklus hidup produk yang dapat menjadi pemahaman awal saudara. Untuk lebih rincinya, silahkan baca modul 4 BMP SOSI4313 Pemasaran Sosial.