

MANAJEMEN PEMASARAN

MK. Pengantar Bisnis
Cahyani Pratisti
IIB Darmajaya

Outline

- Pengertian pemasaran
- Konsep pemasaran
- Lingkungan pemasaran
- Strategi pemasaran
- Segmentasi pasar
- Proses riset pasar
- Fungsi saluran distribusi pemasaran

Apa itu pemasaran?

PEMASARAN

PENJUALAN

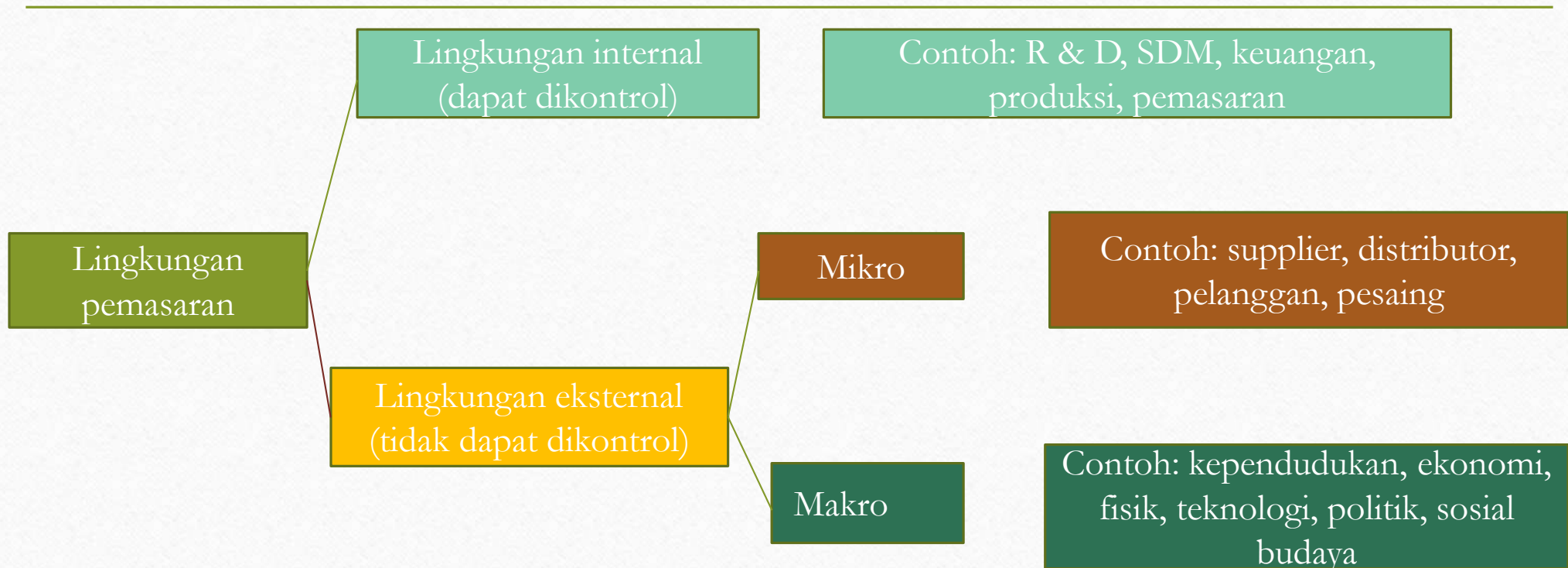
Manajemen Pemasaran

- Menurut Kotler & Amstrong, pemasaran adalah suatu proses manajerial dan sosial yang membuat individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan atau inginkan lewat penciptaan atau pertukaran produk dan nilai dengan orang lain.
- Manajemen pemasaran adalah proses analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi

KONSEP INTI PEMASARAN



Lingkungan Pemasaran



Strategi Pemasaran

- Suatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual dan potensial
- Strategi terdiri dari: STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dan bauran pemasaran atau marketing mix (4P/7P)

7 P'S OF MARKETING MIX

Enter your sub headline here

 01	PRODUCT There is no point in developing a product or service that no one wants to buy.	 02	PRICE A product is only worth what customers are prepared to pay for it. The price also needs to be competitive, but this does not necessarily mean the cheapest.
 03	PLACE The product must be available in the right place at the right time and in the right quantity.	 04	PROMOTION Promotion is the way a company communicates what it does and what it can offer customers.
 06	PEOPLE The reputation of your brand rests in your people's hands.	 05	PROCESS The process of giving service and the behavior of those who deliver are crucial to customer satisfaction.
07	 PHYSICAL EVIDENCE A service can't be experienced before it is delivered. This means that choosing to use a service can be perceived as a risky business because you are buying something intangible.		

Segmentasi Pasar

- Membagi konsumen menjadi kelompok-kelompok yang memiliki keinginan, kebutuhan dan karakter yang sama
- Segmentasi bisa berdasarkan: demografi (usia, jenis kelamin, penghasilan), hobi, perilaku, dll



Proses Riset Pemasaran

Pekerjaan Lapangan/Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data akan melibatkan semua peneliti dan staf lapangan. Wawancara untuk mengumpulkan data dapat dilakukan dengan wawancara langsung atau tatap muka di rumah, kantor, dan pusat keramaian.

Persiapan dan Analisis Data

Sebelum data dapat diolah maka harus dilakukan proses editing dan verifikasi data, coding dari kuesioner. Kuesioner yang telah diisi harus diperiksa dengan cermat agar tidak terjadi kesalahan dalam mentransfer data dari kuesioner ke komputer

Persiapan Laporan dan Presentasi

Riset pemasaran harus didokumentasikan dalam bentuk laporan tertulis. Laporan tersebut berisi pendahuluan yang menjelaskan mengapa penelitian tersebut penting, apa masalahnya, apa tujuan penelitiannya.

Fungsi Saluran Distribusi Pemasaran

- Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen ke konsumen
- Fungsi saluran distribusi: mengumpulkan informasi, melakukan promosi, melakukan kontak dagang, melakukan negosiasi serta distribusi fisik, melaksanakan pengangkutan dan penyimpanan produk, memberikan dukungan keuangan, pengambilan risiko

Marketing is no longer about the stuff that you make, but about the stories you tell – Seth Godin

Thank you