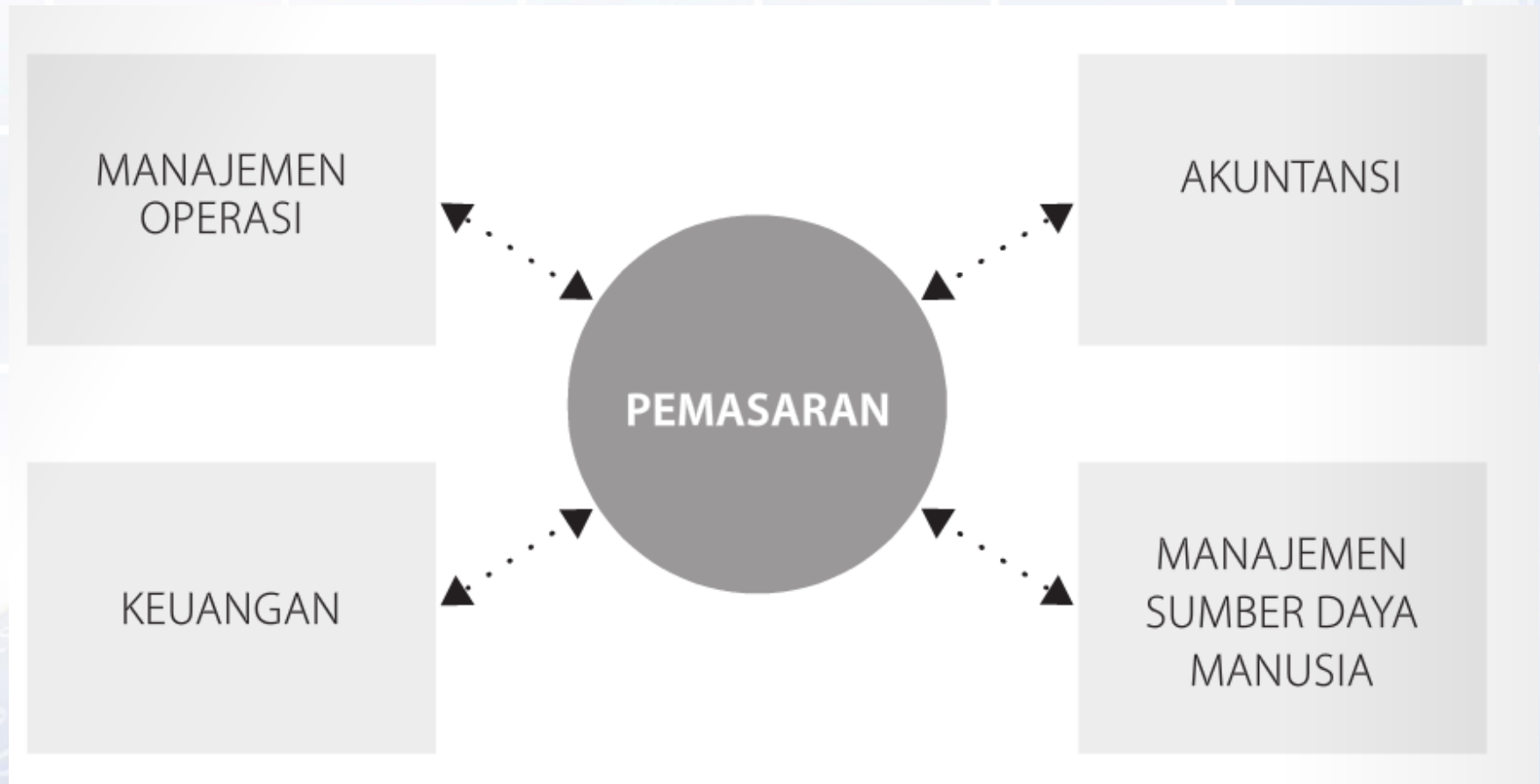




Pemasaran Internasional

Pertemuan 12

Pemasaran Internasional Terintegrasi



Standarisasi & Pengubahsuaian

Pendekatan
Etnosentris

Pendekatan
Polisentris

Pendekatan
Geosentris



Pemasaran Internasional & Strategi Bisnis

2

STRATEGI BISNIS

- Diferensiasi
- Kepemimpinan Biaya
- Fokus

ik

BAURAN PEMASARAN



FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN KUNCI

- Standardisasi vs pengubahsuaian
- Kekuatan hukum
- Faktor-faktor ekonomi/tingkat penghasilan
- Perubahan nilai tukar mata uang
- Target pelanggan: industri atau konsumen
- Pengaruh budaya
- Persaingan

Permasalahan Pemasaran Internasional: Standarisasi vs Ubahsuai

Standardisasi Pemasaran Internasional

Kelebihan	Kekurangan
1. Mengurangi biaya pemasaran	1. Mengabaikan kondisi yang berbeda dari penggunaan produk
2. Mempermudah pengendalian terpusat terhadap pemasaran	2. Mengabaikan perbedaan hukum lokal
3. Meningkatkan efisiensi dalam riset dan pengembangan	3. Mengabaikan perbedaan dalam pola perilaku pembeli
4. Menghasilkan skala ekonomi dalam produksi	4. Menghambat inisiatif pemasaran lokal
5. Merefleksikan <i>trend</i> ke arah pasar global tunggal	5. Mengabaikan perbedaan lain dalam pasar individu

Pengubahsuaian Pemasaran Internasional

Kelebihan	Kekurangan
1. Merefleksikan kondisi yang berbeda dari penggunaan produk	1. Meningkatkan biaya pemasaran
2. Mengakui adanya perbedaan hukum lokal	2. Menghambat pengendalian terpusat terhadap pemasaran
3. Memperhitungkan perbedaan dalam pola perilaku pembeli	3. Menciptakan ketidakefisienan dalam riset dan pengembangan
4. Meningkatkan inisiatif pemasaran lokal	4. Mengurangi skala ekonomi dalam produksi
5. Memperhitungkan perbedaan lain dalam pasar individu	5. Mengabaikan <i>trend</i> ke arah pasar global tunggal

Bauran Pemasaran Internasional: Kebijakan Produk

Standarisasi
Produk atau
Pengubahsuaian
produk

Kekuatan Hukum

Kekuatan Budaya

Faktor Ekonomi

Nama Merek

Bauran Pemasaran Internasional: Penetapan Harga

Kebijakan
Harga Standar

Kebijakan
Harga Dua
Tingkat

Kebijakan
Harga Pasar



Bauran Pemasaran Internasional: Program Promosi

Periklanan

Penjualan
Personal

Promosi
Penjualan

Hubungan
Kemasyarakatan

Bauran Pemasaran Internasional: Distribusi Internasional

