



MANAJEMEN PEMASARAN

Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak, MBA

MARKETING DEFINED



Previous

Next

Help

Pemasaran adalah fungsi organisasi dan seperangkat proses dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai pelanggan serta dalam mengelola hubungan pelanggan yang akan memberikan manfaat kepada organisasi dan *stakeholders*

(AMA: 2004)



Marketing...what for??



Providing people needs and wants



KONSEP INTI PEMASARAN

Target Pasar & Segmentasi

Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan

Produk atau Penawaran

Nilai dan Kepuasan

Pertukaran dan Transaksi

Hubungan dan Jaringan

Saluran Pemasaran

Aliran Pasokan

Persaingan

Lingkungan Pemasaran

Home

Previous

Next

Help

Marketing Is...

Home

Previous

Next

Help

MMix

Product

Place

Price

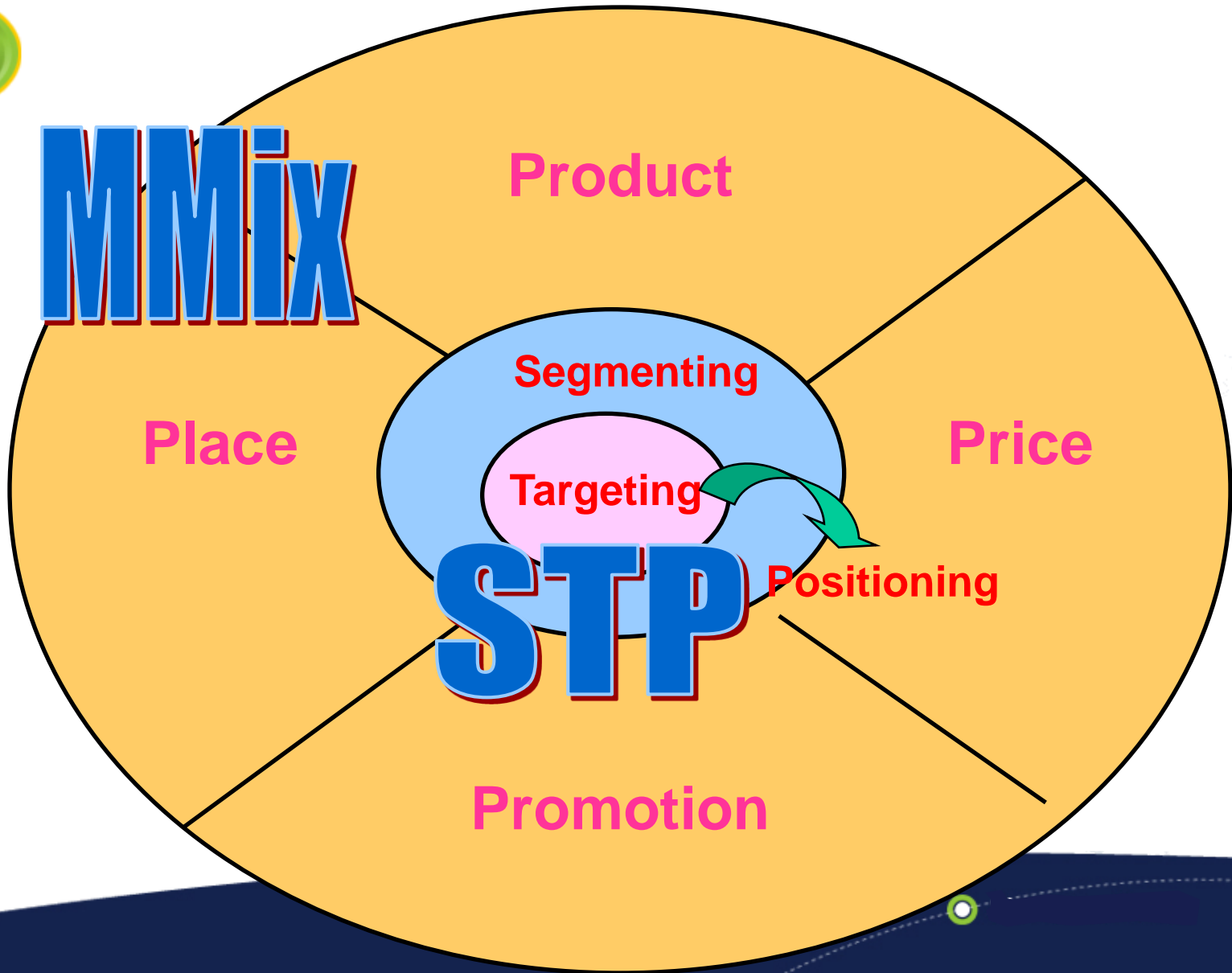
Segmenting

Targeting

STP

Positioning

Promotion



Segmenting

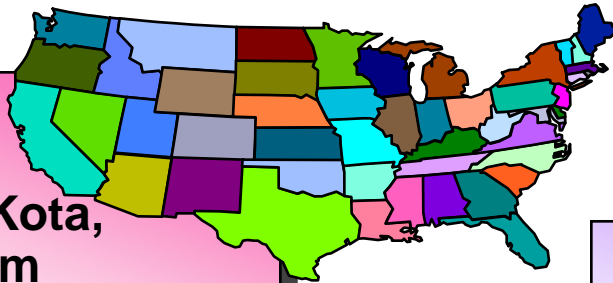
Pengelompokkan pasar berdasarkan karakteristik yang serupa

Home

Previous

Geografis

Wilayah, ukuran Kota, kepadatan, iklim



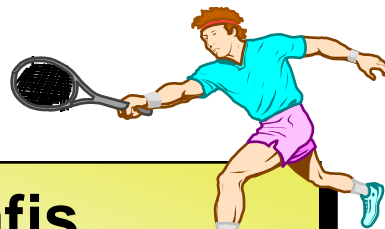
Demografis

usia, kelamin, keluarga dan siklus hidup, Ras, pekerjaan, atau penghasilan ...



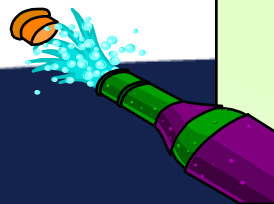
Psychografis

Gaya hidup & Kepribadian



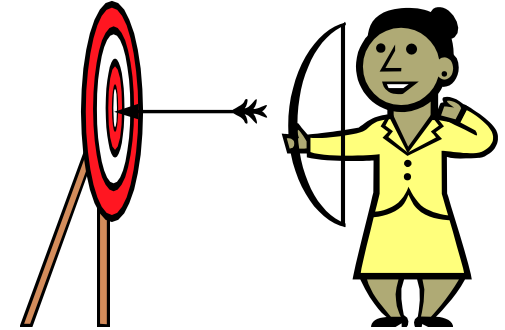
Perilaku

Kejadian, Manfaat, guna, sikap



Targeting

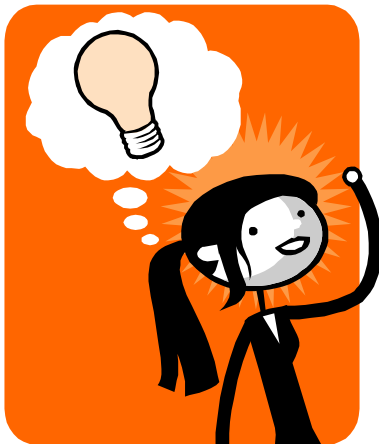
Pemilihan segmen pasar yang paling menarik



Positioning

Penanaman produk di benak konsumen → Diferensiasi:

- Produk
- Pelayanan
- Karyawan
- Citra



Home

Peric

Next

Help

MMix: Product

Home

Previous

Next

Help

Segala sesuatu yg dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, didapatkan, digunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan

- Atribut Produk: kualitas, fitur, gaya, dan desain
- Branding
- Packaging
- Labeling
- Product Support Service

MMix: Price

Home

Previous

Next

Help

Sejumlah uang yg dikenakan utk suatu produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat suatu produk atau jasa yang dimiliki atau digunakan

- Cost-Based Pricing
- Break-Even Analysis and Target Profit Pricing
- Value-Based Pricing
- Competition-Based Pricing

MMix: Place

Home

Previous

Next

Help

Seperangkat organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses penyampaian produk atau jasa ke tangan konsumen

- Channel Level
- Channel Conflict
- Vertical Marketing System

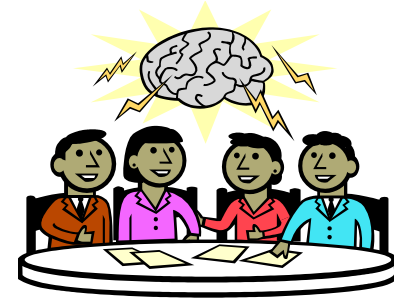
MMix: Promotion

Integrated Marketing Communications (IMC): suatu konsep dimana perusahaan secara hati-hati mengintegrasikan dan mengkoordinasikan saluran komunikasinya utk menyampaikan pesan yg jelas, konsisten, dan utuh mengenai perusahaan dan produknya.

- Advertising
- Sales promotion
- Public Relations
- Personal Selling
- Direct Marketing

MMix (Bauran Pemasaran)

Product: Produk apa yg dihasilkan



Price: Penetapan harga dari suatu produk

Place: Bagaimana agar produk sampai ke tangan konsumen



Promotion: Bagaimana mengkomunikasikan ke tangan konsumen bahwa produk kita ada

Product

Previous



Teh Botol Sosro



- Segmentasi: Demografis → Usia
- Targeting: Semua kelompok usia
- Positioning: Apapun makanannya, minumannya Teh Botol Sosro....

Next

Help



Teh Botol Sosro



Next

Help

- Product: Teh Botol Sosro
- Price: Rp. 1500 – Rp. 4.000
- Place: Dister, Agen, Grosiran, Pengecer (toko, warung, restaurant..dll)
- Promotion: Iklan (Media cetak, elektronik)

Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran Perusahaan

