

# PEMASARAN

APLIKASI UNTUK  
SOCIAL ENTERPRISE

# APA ITU PEMASARAN

- Proses merencanakan dan melaksanakan konsep harga, promosi, distribusi dari gagasan, produk dan jasa untuk menciptakan kegunaan yang memenuhi tujuan individu dan organisasi (American Marketing Association)

# MANAJEMEN PEMASARAN

- Mencakup analisa, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pemantauan dan pengendalian program yang menciptakan atau memelihara rancangan terapan 4 P

P - PRODUK

P – PROMOSI

P – PENETAPAN  
HARGA

P – PENEMPATAN &  
PENYALURAN

# PASAR

Beragam pelanggan yang potensial dengan kebutuhan yang sama, ingin membeli produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan tersebut, dimana mereka membentuk pasar

Potensi pasar

Volume pasar

Pangsa pasar  
C

Pangsa pasar  
Perushn A

Pangsa pasar  
perushn B

# RENCANA PEMASARAN

- *Rencana Pemasaran mencakup analisa situasi kini usaha, penetapan tujuan & sasaran, menentukan strategi pemasaran, menyusun rencana tindakan & anggaran serta membangun sistem kendali*

# Langkah Langkah Menyusun Rencana Pemasaran

Analisa  
situasi kini

Merencanakan  
kedepan

Menetapkan  
strategi

Rencana Tindakan  
(taktik pemasaran)

Implementasi  
(mengorganisir)

Pengendalian  
Manajemen



# RENCANA PEMASARAN

apa saja yang direncanakan ?

- **Menyusun Tujuan Pemasaran**
- **Menyusun Strategi Pemasaran**
- **Memilih Segmentasi Pasar**
- **Mengidentifikasi Sasaran Pasar**
- **Memposisikan produk/jasa**

# SEGMENTASI PASAR

- Segmentasi pasar adalah membagi seluruh pasar menjadi kelompok pelanggan yang sejenis dengan menggunakan kriteria berbeda.
- Tujuan segmentasi adalah untuk menetapkan pasar mana yang dapat diraih secara efektif dan efisien oleh perusahaan

**(membidik / menyasar calon pelanggan)**

## MEMPOSISIKAN DIFRENSIASI PRODUK

- Apa saja yang membedakan produk/jasa anda dengan produk/jasa lain dan menetapkan difrensiasi dan dikomunikasikan kepada pelanggan

## *EMPAT "P" - BAURAN PEMASARAN*



Aplikasi bauran pemasaran sebagai suatu instrumen diterapkan dalam jangka periode tertentu guna memaksimalkan manfaat yang diperoleh perusahaan terkait dengan tujuan pemasaran

# Produk

- Memuaskan kebutuhan pelanggan
- Sediakan apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan
- Gagasan mengemas produk
  - Memberikan nilai tambah melalui kemasan, fitur baru, layanan prima
- Penelitian pasar
  - Melihat tren di pasar

# Penetapan Harga (Price)

- menetapkan harga yang bersedia dibayarkan oleh pelanggan-pelanggan Anda
- memastikan bahwa harga tersebut menarik dan masih memberi Anda laba yang cukup tinggi

Umumnya, harga Anda haruslah:

- cukup rendah untuk menarik pelanggan agar membeli, dan
- cukup tinggi untuk menghasilkan laba bagi bisnis Anda.

## Informasi yang diperlukan untuk menetapkan harga:

- berapa harga yang pelanggan bersedia bayar
- berapa harga yang ditawarkan pesaing
- mengetahui biaya-biaya dari usaha Anda
- Mempelajari bagaimana membuat harga menjadi lebih menarik bagi pelanggan, pembeli
  - Gunakan potongan harga.
  - Tawaran khusus

# Promosi

## **Promosi adalah upaya**

menginformasikan dan meminta pelanggan untuk membeli barang atau jasa Anda.

- memasang iklan
- melalui promosi penjualan
- MEMPUBLIKASIKAN
- Anda sendiri menjual melalui *personal selling*

# Penempatan & Penyaluran (Place)

lokasi – dimana bisnis Anda berlokasi, dan distribusi – bagaimana cara menyampaikan barang atau jasa Anda ke pelanggan-pelanggan Anda.

Bila usaha Anda tidak berada di sekitar tempat pelanggan, Anda harus mencari cara untuk menyalurkan produk atau jasa ke tempat yang memudahkan pelanggan untuk membeli.

## **Penyaluran langsung**

produk yang cukup mahal - produk khusus - dan memiliki pelanggan khusus

## **Penyaluran eceran**

produk standar dalam jumlah yang besar, harganya rendah memiliki banyak pembeli di wilayah yang luas.