

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)

Lebih jauh secara praktis pemasaran adalah adalah semua yang kita kerjakan untuk mengetahui siapa pelanggan, dan apa yang mereka butuhkan (NEED) dan inginkan (WANT).

Dengan demikian Pemasaran adalah bagaimana cara memuaskan keinginan mereka sambil usaha Anda memperoleh laba dengan:

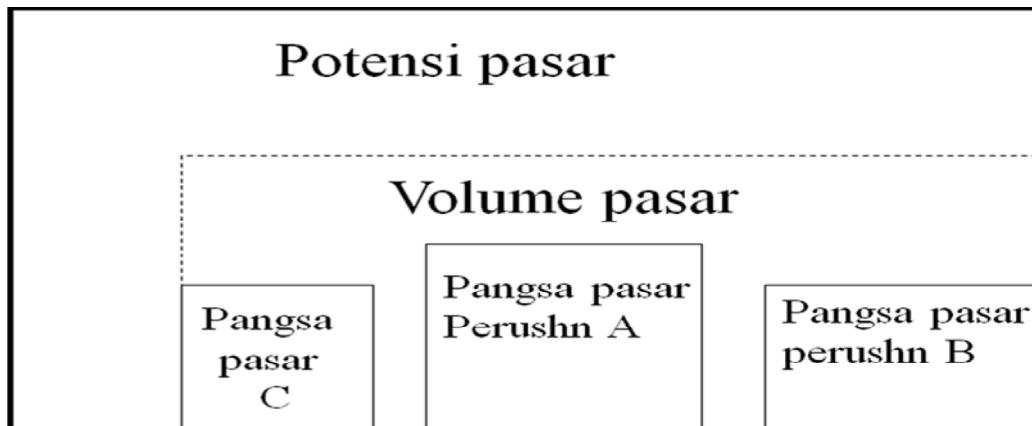
- menyediakan barang atau jasa yang mereka butuhkan
- menetapkan harga yang terjangkau oleh konsumen
- menyampaikan barang atau jasa Anda kepada mereka
- menginformasikan dan menarik mereka untuk membeli barang atau jasa Anda.

MANAJEMEN PEMASARAN

Mencakup analisa, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pemantauan dan pengendalian program yang menciptakan atau memelihara rancangan terapan **4 P (product – price – place – promotion)**.

APA ITU PASAR?

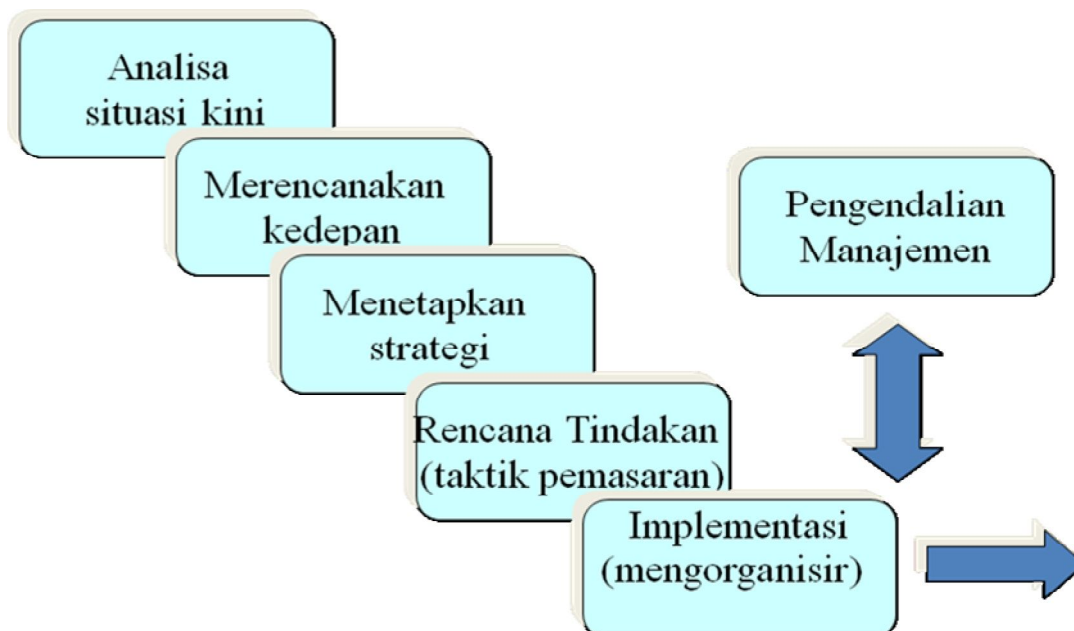
Beragam pelanggan yang potensial dengan kebutuhan yang sama, ingin membeli produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan tersebut, dimana mereka membentuk pasar



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



Apa saja yang direncanakan ?

- Menyusun Tujuan Pemasaran
- Meyusun 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**)

CATATAN UNTUK FASILITATOR - Strategi pemasaran

*Social enterprises sangat mengandalkan kekuatan **komunitas**, **bangunan jejaring** dalam memasarkan produk atau jasa. Oleh karena itu strategi pemasaran harus memperhatikan kekuatan dan peluang ini! Bila dikaitkan dengan **manfaat sosio-ekonomik** akan membuat bisnis lebih cepat tumbuh karena dukungan dan loyalitas pelanggan yang mempunyai kesamaan tujuan sosial.*

MEMPOSISIKAN DIFRENSIASI PRODUK ATAU JASA

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

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



1. 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

2. PENETAPAN HARGA (PRICE)

- Menetapkan harga yang dapat dibayar oleh 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

3. PROMOSI

CATATAN UNTUK FASILITATOR **- Strategi promosi**

Bagi social enterprise mempromosikan manfaat sosial kepada calon pelanggan, kepada masyarakat sekitar adalah sangat efektif untuk menjangkau mereka untuk membeli.

Publikasi secara berkala menggunakan teknik penyampaian informasi yang tepat sangat efektif memelihara pelanggan yang ada dan mencari pelanggan baru..

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*

Usaha Anda boleh jadi berlokasi di tempat yang strategis, memiliki produk yang bagus dengan harga yang terjangkau oleh pembeli, tetapi penjualan Anda masih rendah. Mengapa?

Mungkin Anda belum memberitahu orang-orang mengenai produk atau jasa Anda dan apa keunggulan yang dapat ditawarkan oleh bisnis Anda. Inilah yang disebut promosi dan merupakan P keempat dalam pemasaran. Promosi berarti memberi

informasi dan menarik pelanggan untuk membeli. Jangan berpangku tangan dan menunggu pelanggan datang. Lakukan promosi dan jual lebih banyak lagi.

4. PENEMPATAN DAN PENYALURAN

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.

5. LATIHAN

a. Kasus

Suatu yayasan yang mengembangkan dan mengelola pendidikan bernuansa Islam di Jawa Tengah baru saja mendirikan unit usaha dalam wadah koperasi. Tahap awal koperasi membudi dayakan ikan nila, menjual kepada masyarakat sekitar termasuk keluarga para siswa (ada 1200 siswa). Sejalan dengan usaha ternak ikan nila, memanfaatkan lokasi di pinggir jalan raya, Koperasi juga membuka restoran dengan menu utama ikan nila bakar.

b. Tugas Anda:

Membahas bersama bagaimana mempromosikan usaha koperasi agar penjualan ikan nila dan restoran mampu menghasilkan pendapatan sesuai dengan rencana bisnis yang disusun. Kembangkan gagasan untuk mencari cara-cara promosi yang efektif. Perhatikan pula soal bagaimana mengemas produk dan jasa.

c. Tujuan

Untuk mendiskusikan konsep 4P dan bagaimana menerapkan pada *social enterprises* yang baru mulai (start up business).

d. Prosedur

Gunakan metode partisipatif OPERA yang dibantu oleh Fasilitator.

e. Waktu:

Total 25 menit