

Pemasaran Dalam Kewirausahaan

Oleh Dra. Masitoh, M.Pd.

Pemasaran adalah

Kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, menentukan tingkat harga, mempromosikannya agar produk dikenal konsumen, dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen

J. Supranto : Tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen.

Strategi pemasaran yang tepat adalah dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Bukan sekedar menjual barang dan jasa yang bisa diproduksi

Perencanaan Pemasaran

1. Menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan
2. Memilih pasar sasaran khusus
3. Menempatkan strategi pemasaran dalam persaingan
4. Memilih strategi pemasaran

Bauran Pemasaran

I. Penelitian dan Pengembangan Pasar

Keunggulan bersaing perusahaan baru terletak pada perbedaan perusahaan tersebut dengan pesaingnya dalam hal:

1. Kualitas yang lebih baik
2. Harga yang lebih murah dan bisa ditawarkan
3. Lokasi yang lebih cocok, lebih dekat, dan lebih cepat
4. Seleksi barang dan jasa yang lebih menarik
5. Pelayanan yang lebih menarik dan memuaskan konsumen
6. Kecepatan dalam pelayanan dan pendistribusian

6 fondasi market driven (strategi yang didorong oleh pasar):

1. Orientasi konsumen
2. Kualitas
3. Kenyamanan dan kesenangan
4. Inovasi
5. Kecepatan
6. Pelayanan dan kepuasan pelanggan

II. Produk

Produk atau barang jasa memiliki siklus hidup, yang terdiri dari tahapan:

1. Tahap pengembangan
2. Tahap pengenalan
3. Pertumbuhan penjualan
4. Tahap kematangan
5. Tahap kejenuhan
6. Tahap penurunan

III. Harga

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga sebuah barang atau jasa yang akan dipasarkan adalah sbb:

1. Biaya barang dan jasa
2. Permintaan dan penawaran pasar
3. Antisipasi volume penjualan produk dan jasa
4. Harga pesaing
5. Kondisi ekonomi
6. Lokasi usaha
7. Fluktuasi musiman
8. Faktor psikologis pelanggan
9. Bunga kredit dan bentuk kredit
10. Sensitivitas harga pelanggan (elastisitas permintaan)

IV. Tempat

Untuk mencapai sasaran tempat yang baik dapat dilakukan dengan jalan :

1. Memperbanyak saluran distribusi
2. Memperluas cakupannya
3. Menata penampilan tempat usaha
4. Menggunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin
5. Mengubah-ubah persediaan dari gudang satu ke gudang yang lain

V. Promosi

- Menginformasikan barang atau jasa yang dihasilkan pada konsumen
- Membujuk konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang dihasilkan
- Mempengaruhi konsumen agar tertarik terhadap barang atau jasa yang kita hasilkan

Kiat Pemasaran Usaha Baru

- Mengetahui peluang pasar
- Mengetahui tempat yang tepat
- Mengetahui banyaknya barang yang dibutuhkan
- Mengetahui target yang hendak dicapai

Kegiatan dalam lingkup pemasaran

- Pembelian
- Penyimpanan
- Sortir dan pengemasan
- Penjualan