

PENGENALAN KEPADA PEMASARAN

oleh Dra. Masitoh, M.Pd.

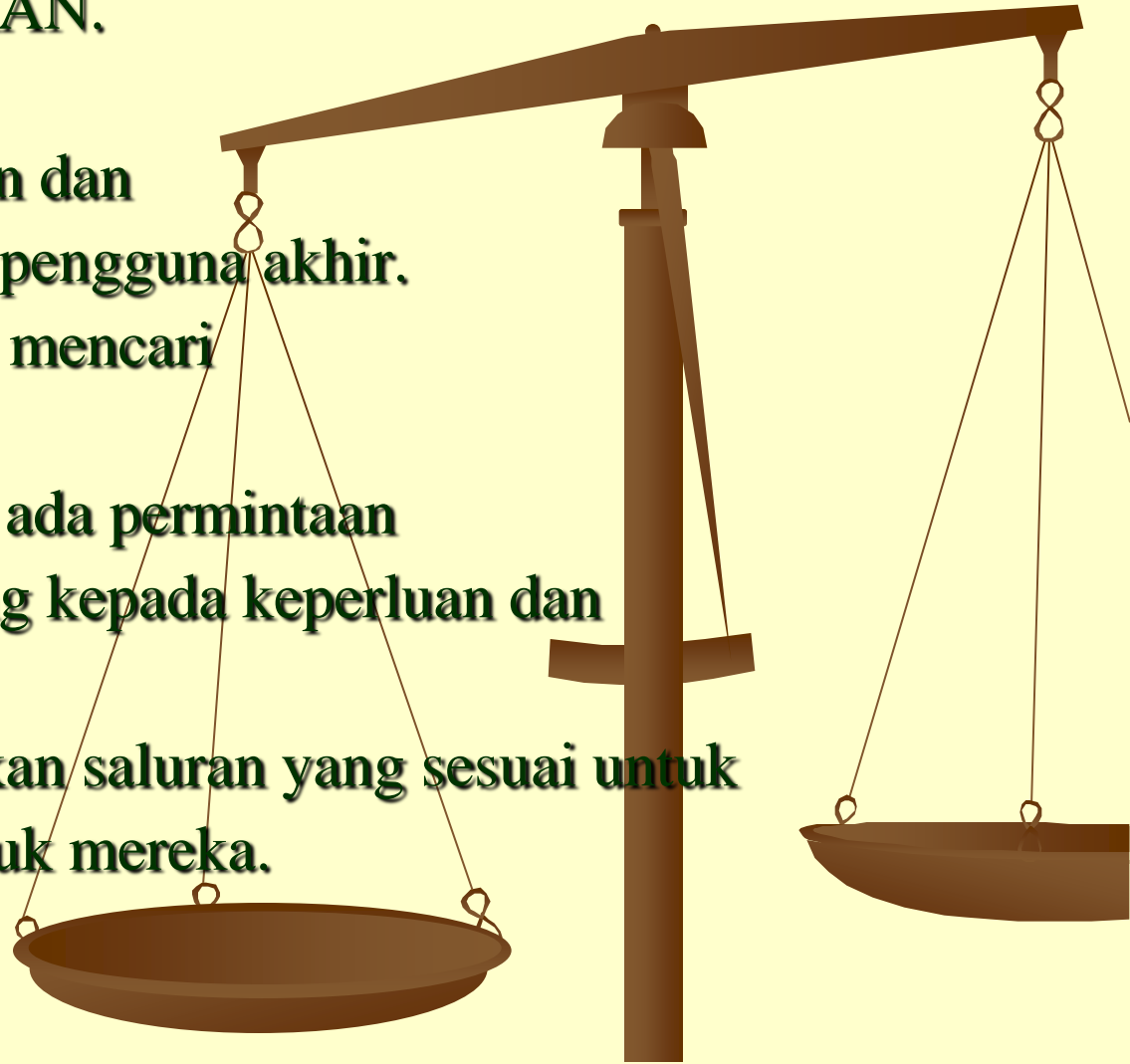
- PENGERTIAN PEMASARAN
- FUNGSI PEMASARAN
- OBJEKTIF DAN AKTIVITI PEMASARAN
- MASALAH PEMASARAN
- STRATEGI PEMASARAN



PENGERTIAN PEMASARAN

■ MAKSUD PEMASARAN.

- menyalurkan barangan dan perkhidmatan kepada pengguna akhir.
- tujuannya ialah untuk mencari keuntungan
- barang keluar apabila ada permintaan
- permintaan bergantung kepada keperluan dan kehendak.
- pengeluar menggunakan saluran yang sesuai untuk mempromosikan produk mereka.



PERBEZAAN JUALAN DENGAN PEMASARAN

JUALAN	PEMASARAN
UNTUK KEUNTUNGAN	BOLEH MEMUASKAN KEPERLUAN DAN KEHENDAK PELANGGAN DAN DAPAT UNTUNG.
TIDAK AMBIL KIRA KUALITI BARANG	AMBIL KIRA KUALITI BARANG.



FUNGSI PEMASARAN

- **MEMBANTU PENGELUAR MEWUJUDKAN SISTEM PASARAN YANG CEKAP – MEMPUNYAI GABUNGAN PENGELUAR, PEMBORONG DAN PENIAGA.**
- **MENINGKATKAN JUALAN ATAU PERMINTAAN.**



FUNGSI PEMASARAN

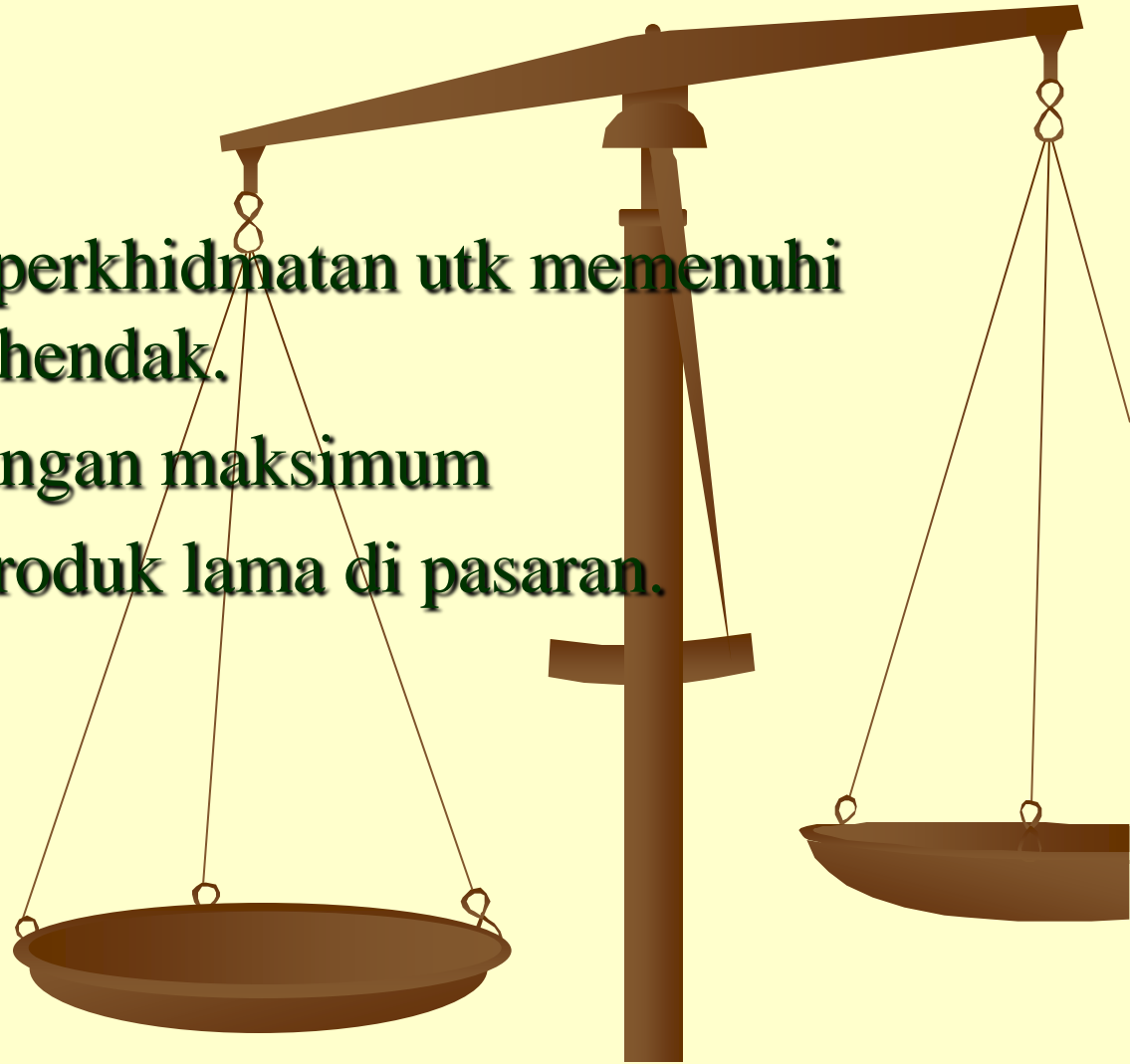
- **KONSEP PEMASARAN – PENEKANAN YG DIBUAT OLEH PENGELUAR DALAM MEMASARKAN BARANGAN.**
- **STRATEGI PEMASARAN – PENGELUAR MENILAI FAKTOR YG MEMPENGARUHI STRATEGI PEMASARAN.**
- **TEKNIK PEMASARAN – TEKNIK UTK MEMASARKAN BARANGAN.**
- **AGENSI PEMASARAN – PERANAN YG DIMAINKAN OLEH AGENSI KERAJAAN/SWASTA.**



OBJEKTIF DAN AKTIVITI PEMASARAN

■ OBJEKTIF:

- sediakan barang/perkhidmatan utk memenuhi keperluan dan kehendak.
- mendapat keuntungan maksimum
- Mengharapkan produk lama di pasaran.



OBJEKTIF DAN AKTIVITI PEMASARAN

■ AKTIVITI PEMASARAN:

- **PENIAGAAN** – membeli dan menjual utk keuntungan
- **PERGUDANGAN** – menyimpan dan mengred
- **PENGANGKUTAN** – mengagihkan barang
- **PROMOSI** – pengiklanan, promosi jualan, jualan langsung dan publisiti.



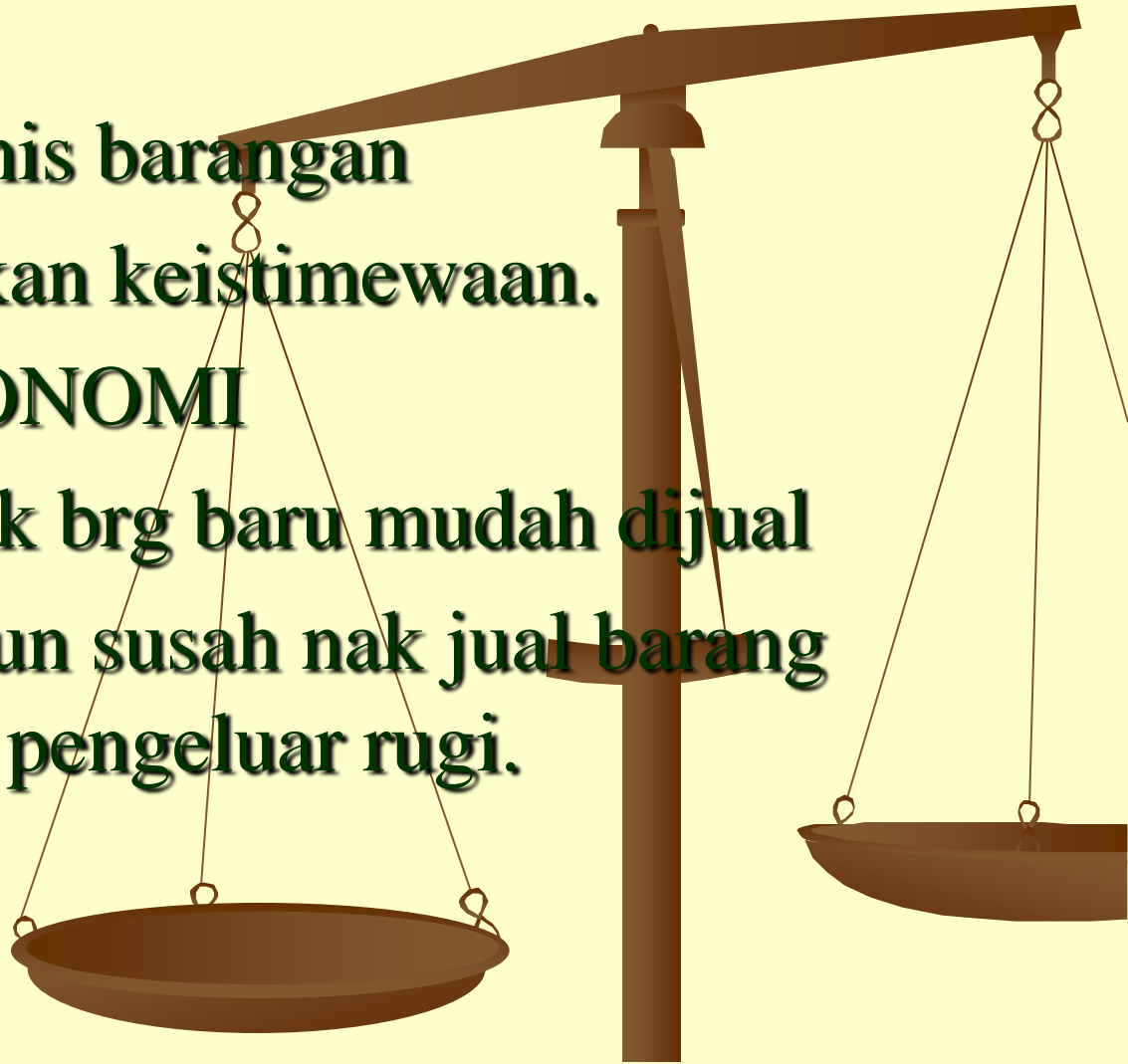
MASALAH PEMASARAN

■ PERSAINGAN

- mengikut jenis barangan
- perlu tonjolkan keistimewaan.

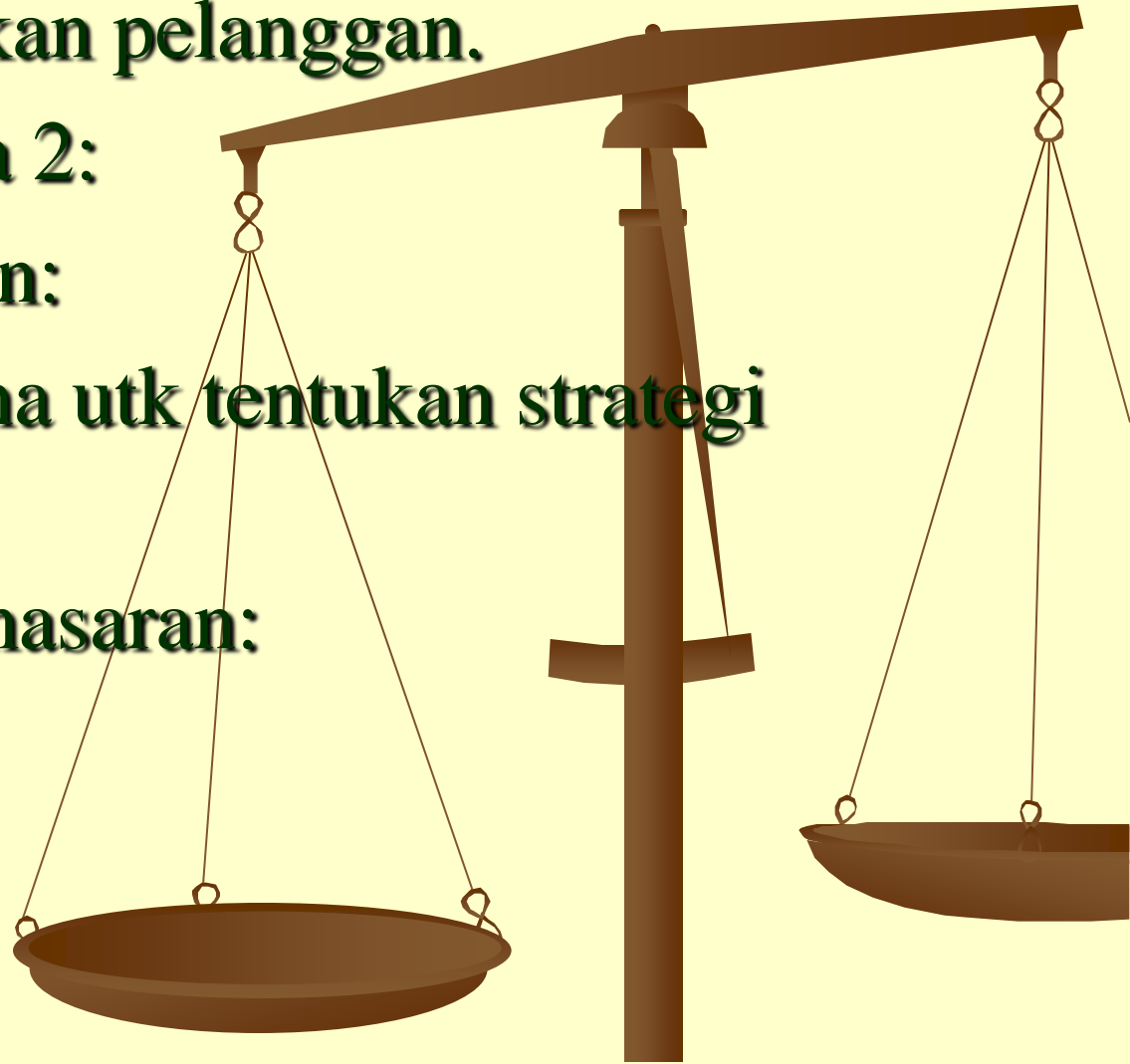
■ KEADAAN EKONOMI

- ekonomi naik brg baru mudah dijual
- ekonomi turun susah nak jual barang
permintaan turun pengeluar rugi.



STRATEGI PEMASARAN

- Untuk mendapatkan pelanggan.
- Terbagi kepada 2:
 - a) Sasaran pasaran:
siapa pengguna utk tentukan strategi pasaran
 - b) Campuran pemasaran:
4 P



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN

■ 4 ELEMEN PENTING:

- Produk
- Harga
- Tempat
- Promosi



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN

■ PRODUK

- **Barangan atau perkhidmatan**
- **Perlu memenuhi kehendak dan keperluan.**
- **Keuntungan yang maksimum**
- **Mempunyai kualiti, jenama, pembungkusan, jaminan dan khidmat sampingan.**



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN - produk

- **Kualitas**

Kualitas tinggi untuk menjamin pasaran kepada barangan tersebut.

Memuaskan hati pembeli dan pengguna.

- **Jenama**

Penjenamaan membezakan antara satu produk dengan yang lain.



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN - produk

- **Pembungkusan**

Pembungkusan mampu menarik minat pembeli, menjaga kualiti dan mutu.

Gunakan plastik, kotak atau bekas plastik.

- **Jaminan dan khidmat sampingan**

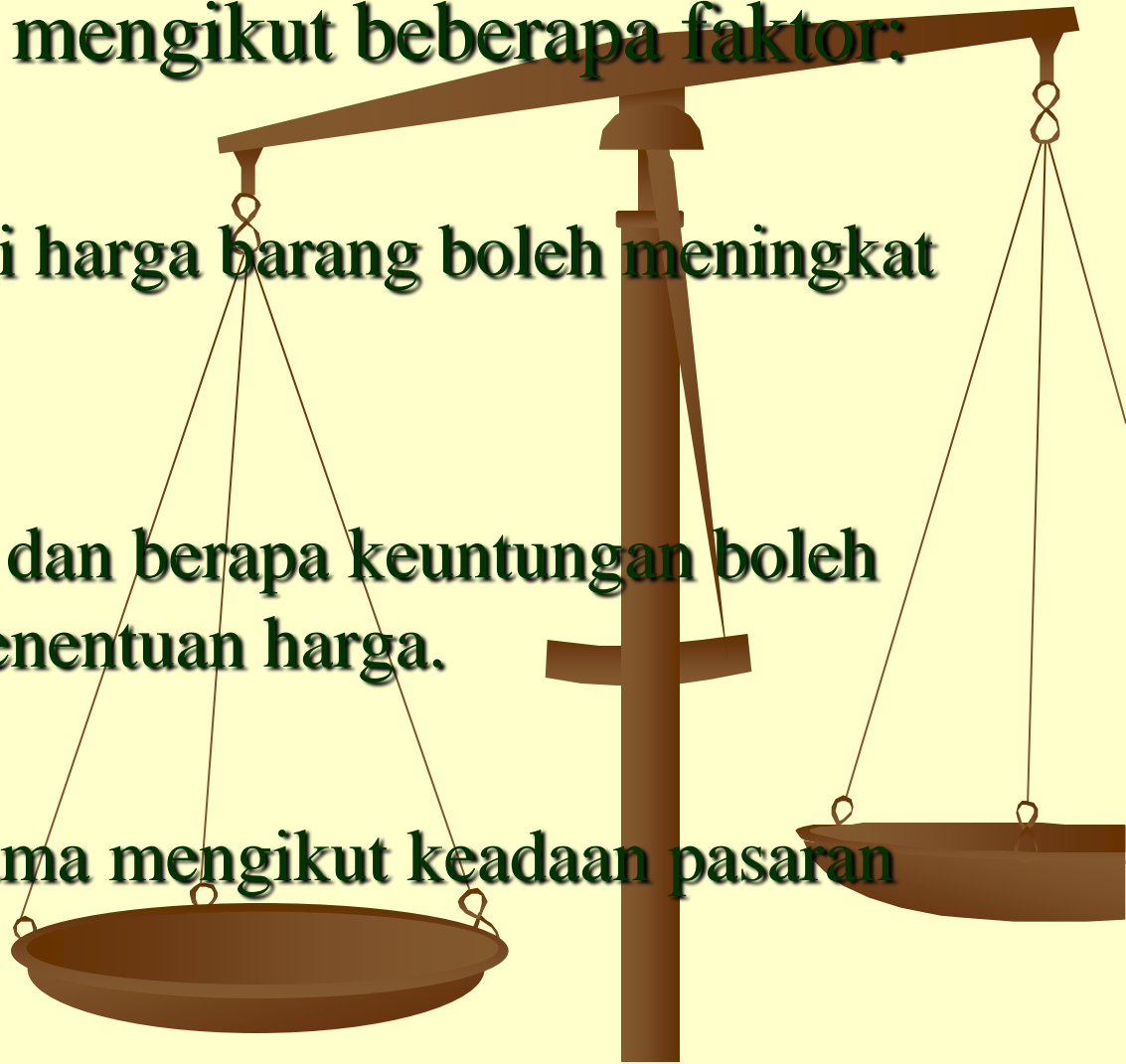
Pembeli merasa terjamin apabila membeli produk yang dijual.

Ada tempat untuk membuat aduan.



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN- harga

- **Harga ditentukan mengikut beberapa faktor:**
 - **Permintaan**
Permintaan tinggi harga barang boleh meningkat contoh kereta.
 - **Kos**
Kos pengeluaran dan berapa keuntungan boleh menjadi faktor penentuan harga.
 - **Persaingan**
Berdasarkan jenama mengikut keadaan pasaran



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN- tempat

■ Selesa dan strategik.Ciri-ciri:

i) Jenis perniagaan

- Menentukan tempat per)niagaan
- Perniagaan runcit.

ii) Modal yang ada

- Modal tinggi utk kedai di bandar.

iii) Pesaingan dengan peniaga lain

- Perlu mengkaji saiz pesaing, kelebihan dan kekurangannya.
- Kalau lokasi banyak pesaing kena usaha cari pelanggan



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN- tempat

iv) Jenis pelanggan

-meliputi umur, jantina, pendapatan, tingkat perbelanjaan,kebudayaan dan agama.

v) Kemudahan yang ada

-Lengkap dengan kemudahan asas

vi) Undang-undang dan kawalan zon

-undang-undang ditetapkan oleh majlis kerajaan tempatan, dewan bandaraya dan majlis perbandaran



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN- promosi

- Kaedah, cara untuk memberitahu, menyedarkan, memujuk dan mempengaruhi orang ramai.
- Bertujuan utk mewujudkan, mengekalkan dan memperluaskan pasaran bagi sesuatu produk



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN- promosi

- Aktiviti terbahagi kepada 4:

i) Pengiklanan

a) Iklan penerangan

maklumat dan penerangan . Tidak mempengaruhi pembeli. Contoh Pameran dan Ekspo Sains di UM

b) Iklan memujuk

maklumat dan penerangan terperinci. Memujuk dan mempengaruhi pembeli untuk membeli . Contoh Smart Shop



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN- promosi

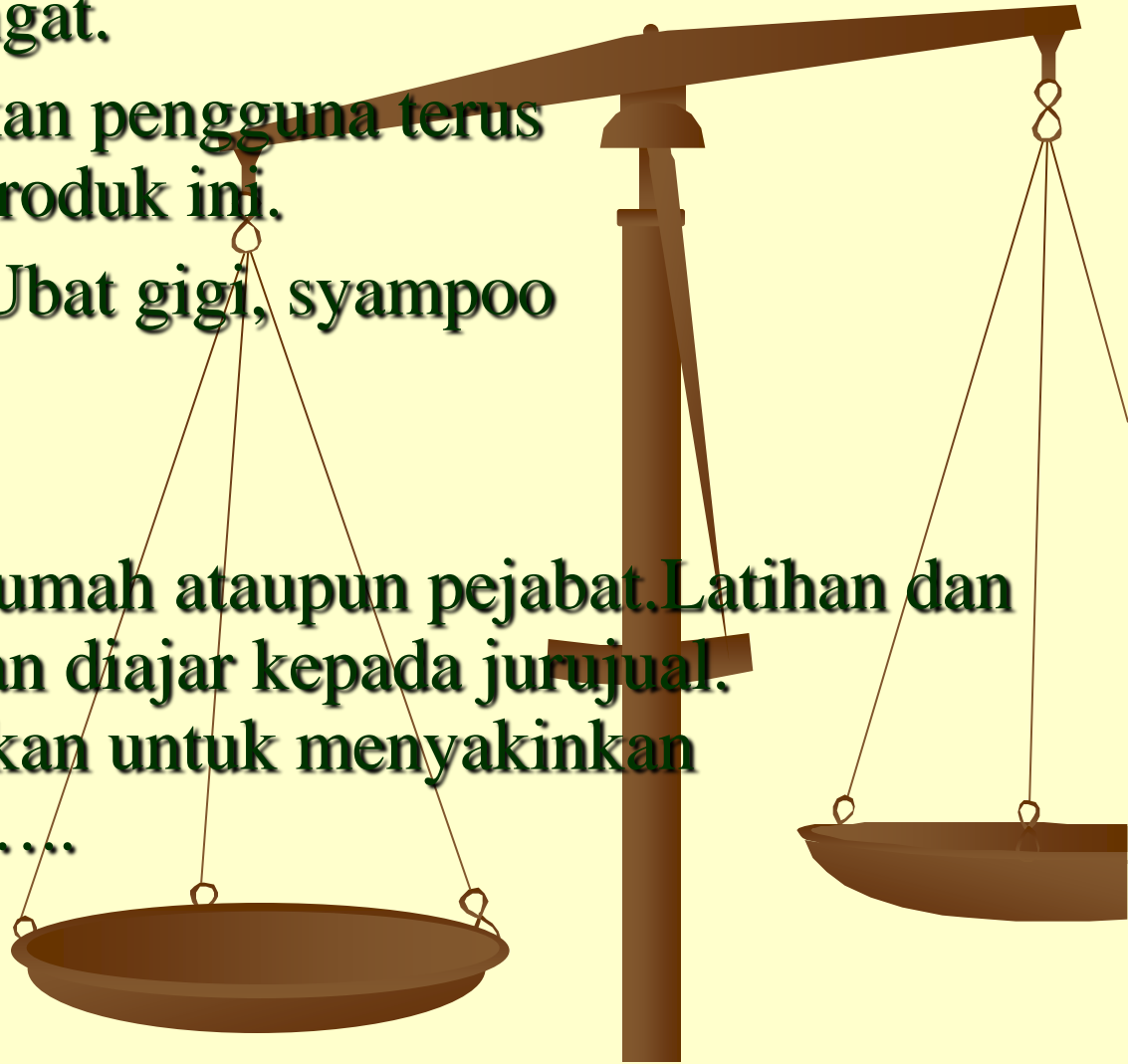
c) Iklan mengingat.

memastikan pengguna terus menggunakan produk ini.

Contoh: Ubat gigi, syampoo

ii) Jualan langsung.

Jurujual datang ke rumah ataupun pejabat. Latihan dan teknik memujuk akan diajar kepada jurujual. Demonstrasi dilakukan untuk menyakinkan pengguna. Contoh



ELEMEN CAMPURAN PEMASARAN- promosi

iii) Promosi jualan

menambahkan kualitas jualan.

hadiah percuma, cabutan bertuah dan jualan murah.

iv) Publisiti

menggunakan media seperti suratkhabar, tv ,
radio dan sebagainya.



KEPENTINGAN CAMPURAN PEMASARAN

- **MEMPERKENALKAN PRODUK**
- **MENARIK MINAT PEMBELI**
- **MENINGKATKAN JUALAN**
- **KEUNTUNGAN YANG TINGGI**



TEMPAT YG SESUAI UTK PASARKAN PRODUK

- KEMUDAHAN INFRASTRUKTUR
- BERHAMPIRAN PELANGGAN
- KEMUDAHAN PENGANGKUTAN



PILIH PROMOSI YG SESUAI UNTUK TUJUAN PEMASARAN

- JENIS PRODUK
- KOS MEMPROMOSI
- SAIZ PERNIAGAAN
- GOLONGAN PENGGUNA SASARAN
- TUJUAN MEMPROMOSI
- POLISI KERAJAAN
- LIPUTAN PASARAN

