



# 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

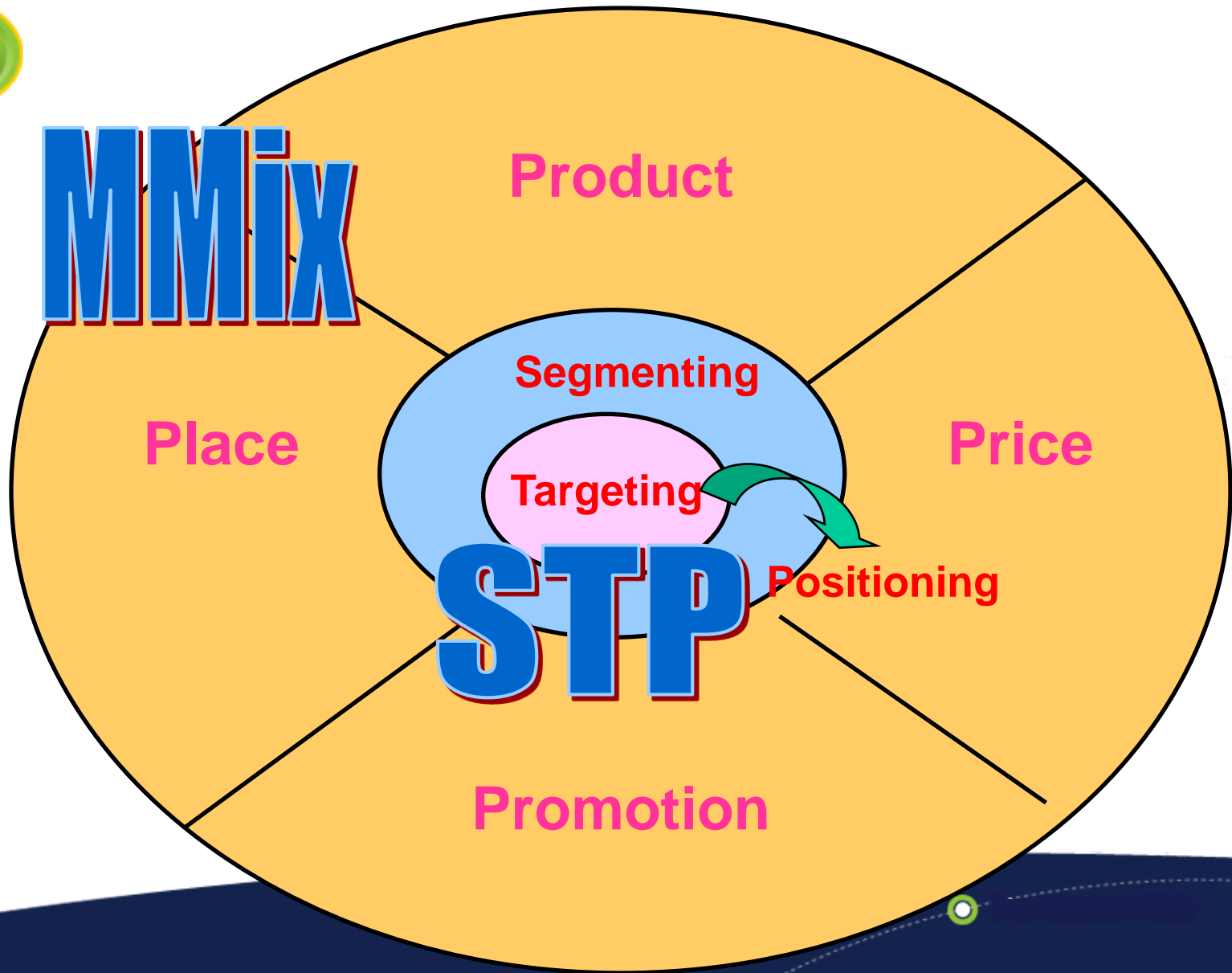
# Marketing Is...

Home

Previous

Next

Help



# Segmenting

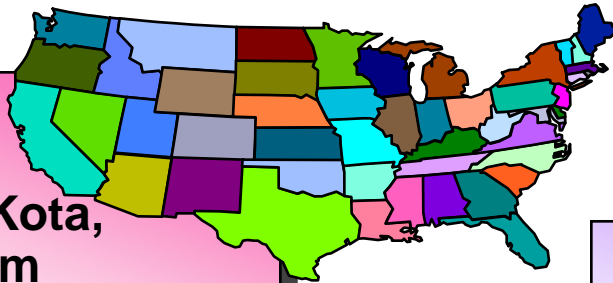
Pengelompokkan pasar berdasarkan karakteristik yang serupa

Home

Previous

## Geografis

Wilayah, ukuran Kota, kepadatan, iklim



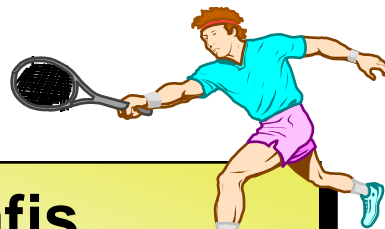
## Demografis

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



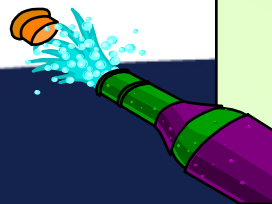
## Psychografis

Gaya hidup & Kepribadian



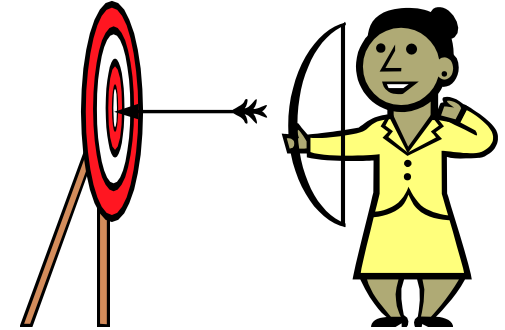
## Perilaku

Kejadian, Manfaat, guna, sikap



# Targeting

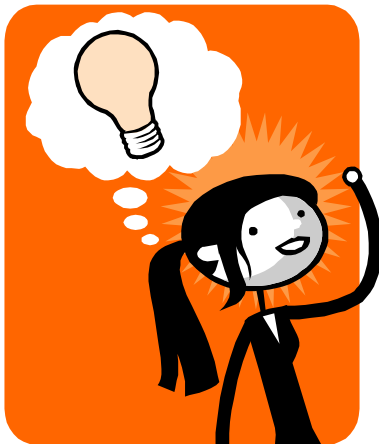
Pemilihan segmen pasar yang paling menarik



## 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

---

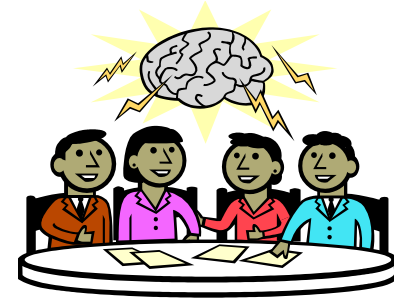
**Integrated Marketing Communications (IMC):** suatu konsep dimana perusahaan secara hati-hati mengintegrasikan dan mengkoordinasikan saluran komunikasinya utk menyampaikan pesan yg jelas, konsisten, dan utuh mengenai perusahaan dan produknya.

- 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

