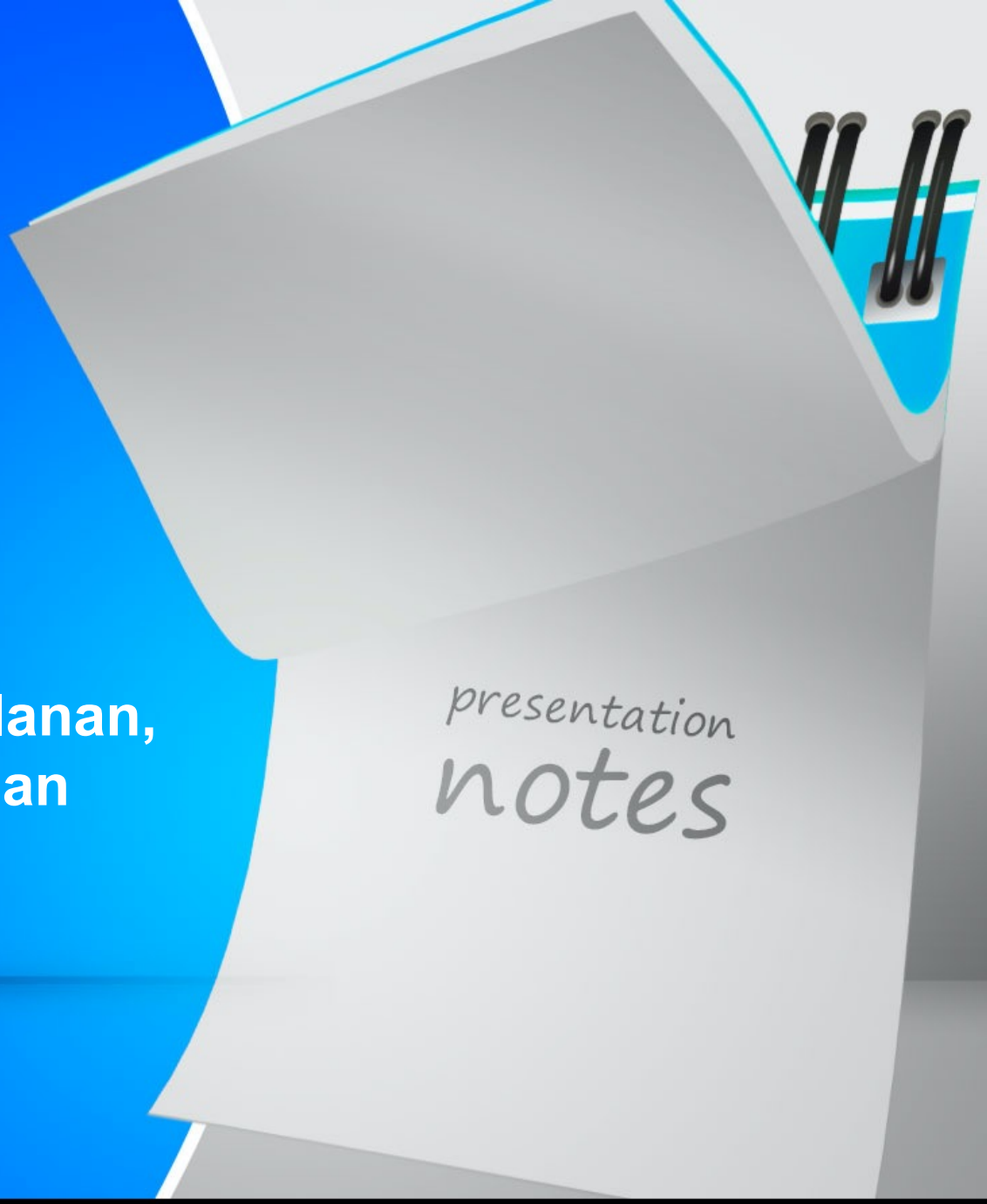
Mengelola Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat

Era Agustina



fppt.com

Pengertian Periklanan

Segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran

fppt.com

Periklanan

Ada 5 keputusan utama dalam mengembangkan program iklan yang dikenal sebagai “Lima M” :

- Misssion : Apa saja tujuan Iklan tersebut ?
- Money : Berapa banyak yang dapat dibelanjakan?
- Message : Pesan apa yang harus disampaikan?
- Media : Media apa yang seharusnya digunakan?
- Measuremant : Bagaimana hasilnya harus dievaluasi?

fppt.com

Manajemen Merek

fppt.com

MEREK (BRAND)

- Adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendeferensiasikannya dari barang atau jasa pesaing. ” *(American Marketing Association)*
- Adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa. (UU Merek No.15 Th.2001 pasal 1 ayat 1)

fppt.com

Pengertian lain dari Merek

- ***Atribut***: Ada sesuatu atribut yg melekat pada suatu merek. Cth: barang mahal, mutu bagus, tahan lama, tidak luntur.
- ***Manfaat***: Atribut perlu diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional. Tahan lama (manfaat fungsinal), barang mahal (manfaat emosional).
- ***Nilai***: Barang mahal memiliki nilai tinggi bagi pengguna, karena dpt menaikan gengsi, kenyamanan, dan keselamatan.
- ***Budaya***: Merek mewakili budaya tertentu. Terkesan, terkenal, efisien, selalu membeli barang berkualitas tinggi
- ***Kepribadian***: Merek mencerminkan kepribadian tertentu.
- ***Pemakai***: Merek menunjukkan jenis (kelas sosial) konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut.

fppt.com

Merek (Brand)

Merek Dagang : merek digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang/beberapa orang/ badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis

Merek Jasa : merek digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang/beberapa orang/ badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis

Merek Kolektif : merek digunakan pada barang/jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang/badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang/jasa sejenis

fppt.com

Tujuan Pemberian Merek

- Pengusaha menjamin konsumen bahwa barang yg dibeli sungguh berasal dari perusahaannya
- Perusahaan menjamin mutu barang
- Produk mudah diingat dan disebut (mudah didentifikasi)
- Memberi motivasi pada saluran distribusi (barang bermerk terkenal cenderung lebih cepat laku)
- Meningkatkan ekuitas merek, yg memungkinkan memperoleh margin lbh tinggi, memberi kemudahan dalam mempertahankan kesetiaan konsumen

fppt.com

Lingkup Penetapan Merek

- Perusahaan mendorong ke penciptaan merek melalui program dan kegiatan pemasaran, namun pada akhirnya sebuah merek adalah suatu yg ada dalam pikiran (persepsi) konsumen
- Penetapan merek menyangkut segala sesuatu tentang penciptaan perbedaan. Perbedaan merek sering dikaitkan dgn atribut atau manfaat produk tsb.
- Penetapan merek mencakup penciptaan struktural mental dan pemberian bantuan kpd konsumen utk mengorganisasi pengetahuan mereka ttg produk dan jasa
- Penetapan merek dpt diterapkan secara virtual dimana saja (barang fisik, jasa, toko, orang, tempat, organisasi, gagasan)

fppt.com

Peran Merek

- Mengidentifikasi sumber atau pembuat produk => penanggung jawab produk
- Menyederhanakan pengambilan keputusan dan mengurangi resiko melalui pembelajaran thdp pengalaman masa lampau suatu produk
- Menunjukkan fungsi-fungsi yg bernilai bagi perusahaan (menyederhanakan penanganan atau penelusuran produk, membantu utk mengorganisasikan catatan inventori dan akunting, menawarkan perlindungan hukum yg kuat/hak paten/hak cipta)
- Dapat menandakan suatu tingkat mutu tertentu
- Kesetiaan thdp merek oleh konsumen memberikan kemampuan utk meramal permintaan yg akan datang sekaligus menghambat pesaing utk memasuki pasar
- Loyalitas thdp merek yg tinggi juga memungkinkan konsumen bersedia utk membayar dengan harga yg lebih tinggi
- Penetapan merek bisa menjadi sarana yg kuat utk mengamankan keuntungan bersaing (sekalipun pesaing bisa meniru, konsumen tdk akan beralih)

fppt.com

Fungsi Merek

- Tanda pengenal
- Sebagai pembeda
- Alat promosi
- Jaminan mutu barang
- Menunjukkan asal barang/jasa

fppt.com

Syarat Memilih Merek

- Mudah diingat
- Menimbulkan kesan positif
- Tepat utk promosi

fppt.com

Kriteria Pilihan Unsur Merek

- ***Dapat diingat.***

  Seberapa mudahnya unsur merek diingat, dikenal dan lainnya.
- ***Bermakna***

  Sejauh mana unsur merek dapat dipercaya dan sugestif terhadap kategori yang berhubungan, dapat mengusulkan sesuatu tentang unsur produk atau tipe orang yang menggunakan merek.
- ***Disukai***

  Konsumen menemukan unsur merek itu menarik secara etnis.
- ***Dapat diubah***

  Unsur merek dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru dalam kategori yang sama atau berbeda.
- ***Dapat diadaptasikan***

  Perusahaan dapat mengadaptasikan dan memutakhirkan unsur merek pada konsumen
- ***Dapat dilindungi***

  Unsur merek harus dapat dilindungi secara hukum, tidak mudah ditiru oleh pesaing.

fppt.com

Ciri Merek yang Baik

- Short
- Simple
- Easy to spell (mdh dieja)
- Easy to remember
- Pleasing when read (enak dibaca)
- No disagreeble sound (tak ada nada sumbang)
- Does not go out of date (tak ketinggal zaman)
- Ada hubungan dgn barang dagangan
- Tidak menyinggung perasaan orang/kelompok lain (tdk negatif)
- Membayangkan ttg produk atau memberi sugesti penggunaan produk

fppt.com

Strategi Memberi Nama Merek

1. Nama merek khusus (individual brandname), yaitu pemberian nama merek yang berbeda bagi tiap item jenis produk.
2. Nama yang meliputi keluarga yaitu pengunaan nama merek yang sama pada semua item dan lini produk.
3. Nama keluarga yang terpisah untuk semua produk yaitu pemakaian nama merek yang berbeda bagi tiap lini produk
4. Nama perusahaan digabung dengan nama produk individual

fppt.com

Faktor Ekonomi Merek

Merek berguna bagi:

- ***Konsumen***: memudahkan konsumen dalam mencari barang (sesuai dengan selera, mutu/kualitas, harga yang diinginkan)
- ***Produsen***: barang lebih mudah untuk dikenali, apabila kualitas barang baik maka harga dapat lebih mahal sehingga produsen diuntungkan, mendapatkan fee dari *licensee*
- ***Negara/bangsa***: perdagangan berkembang, investasi, untuk barang berkualitas baik dapat menaikkan prestige, ekspor meningkat

fppt.com

Ekuitas Merek

- Adalah nilai tambah yg diberikan pada produk dan jasa.
- *Merupakan kumpulan dari adanya persepsi merek pada benak konsumen, mulai dari adanya brand awareness (kesadaran merek), brand aceptability (penerimaan merek), brand preference (ada pembeda-bedaan merek), brand priority, akhirnya timbul brand loyality (tidak mau berganti ke merek lain)*
- Seperangkat aset dan liabilitas yang berkaitan dengan suatu merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah barang atau jasa bagi perusahaan ataupun pelanggan.

fppt.com

Ekuitas Merek

Dicerminkan dalam cara konsumen berpikir, merasa, dan bertindak terhadap merek, harga, pangsa pasar, dan profitabilitas yg dimiliki oleh perusahaan

Aset tak berwujud yang sangat penting, yg memiliki nilai psikologis dan keuangan bagi perusahaan

fppt.com

Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan

- Adalah perbedaan dampak (positif/negatif) dari pengetahuan merek pada tanggapan konsumen thdp pemasaran merek itu
- Tiga unsur penting dalam ekuitas merek berbasi pelanggan :
  1. Ekuitas merek muncul dari perbedaan-perbedaan tanggapan konsumen. Jika tak beda => persaingan didasarkan pada harga.
  2. Perbedaan ini merupakan hasil dari pengenalan konsumen terhadap merek.
  3. Tanggapan berbeda oleh konsumen yg membentuk ekuitas merek tercermin dalam persepsi, pilihan, dan perilaku yg terkait dengan semua aspek pemasaran merek.

fppt.com

Manfaat Penting Ekuitas Merek

- ✓ Peningkatan persepsi kinerja produk
- ✓ Loyalitas lebih besar
- ✓ Lebih sedikit kerentanan terhadap aksi pemasaran pesaing
- ✓ Lebih sedikit kerentanan terhadap krisis pemasaran
- ✓ Margin lebih besar
- ✓ Lebih kakunya tanggapan konsumen thdp kenaikan harga
- ✓ Lebih elastisnya tanggapan konsumen thdp penurunan harga
- ✓ Lebih besarnya kerja sama dan dukungan perdagangan
- ✓ Meningkatnya efektifitas komunikasi pemasaran
- ✓ Kemungkinan adanya peluang utk memberi lisensi
- ✓ Peluang utk memperluas merek tambahan

fppt.com

Pendaftaran Merek

- Permohonan pendaftaran merek diajukan secara tertulis kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual
- Merek yang didaftarkan tidak mengandung salah satu unsur di bawah ini :
  1. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum ;
  2. tidak memiliki daya pembeda;
  3. telah menjadi milik umum; atau
  4. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya

fppt.com

Pemohon Pendaftaran Merek

- Orang/Perorangan
- Perkumpulan
- Badan Hukum (CV, Firma, Perseroan)

fppt.com

Fungsi Pendaftaran Merek

1. Sebagai alat bukti sebagai pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan;
2. Sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya;
3. Sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya.

fppt.com

Penyebab tertolaknya permohonan merek oleh Dirjen Hak Kekayaan Intelektual

1. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
2. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
3. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang diterapkan dengan peraturan Pemerintah;
4. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal;
5. Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
6. Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwewenang;
7. Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis pihak yang berwewenang.

fppt.com

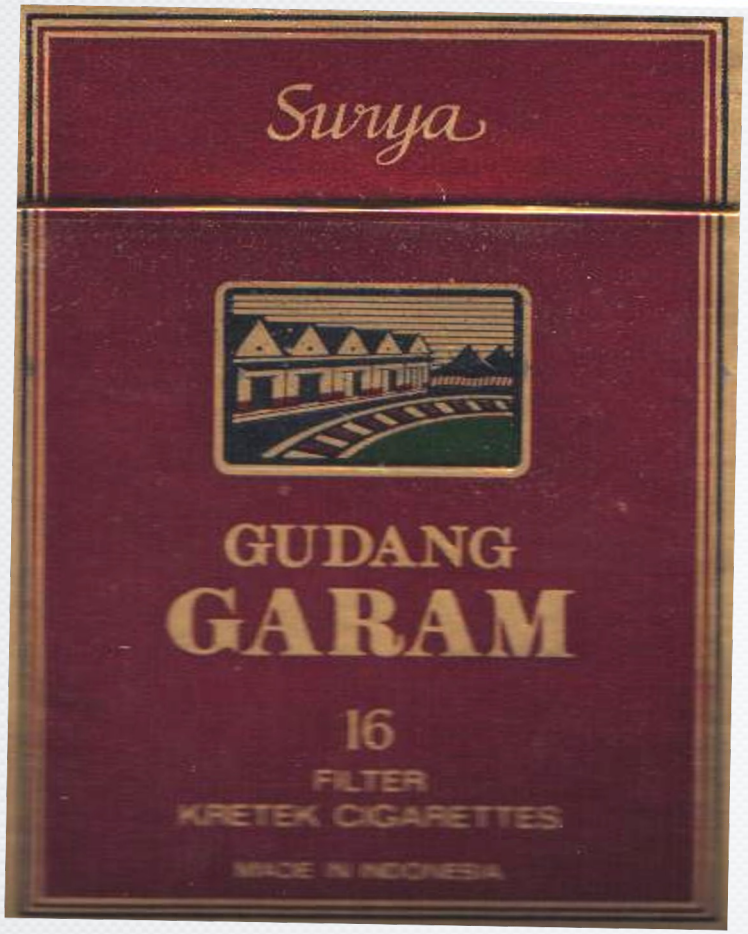
Penghapusan Merek Terdaftar

- Merek terdaftar dapat dihapuskan karena empat kemungkinan yaitu:
  1. Atas prakarsa DJHKI;
  2. Atas permohonan dari pemilik merek yang bersangkutan;
  3. Atas putusan pengadilan berdasarkan gugatan penghapusan;
  4. Tidak diperpanjang jangka waktu pendaftaran mereknya.
- Yang menjadi alasan penghapusan pendaftaran merek yaitu:
  a. Merek tidak digunakan selama 3 tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir, kecuali apabila ada alasan yang dapat diterima oleh DJHKI, seperti: larangan impor, larangan yang berkaitan dengan ijin bagi peredaran barang yang menggunakan merek yang bersangkutan atau keputusan dari pihak yang berwenang yang bersifat sementara, atau larangan serupa lainnya yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah;
  b. Merek digunakan untuk jenis barang/atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya,termasuk pemakaian merek yang tidak sesuai dengan pendaftarannya.

fppt.com

KASUS PELANGGARAN MEREK - PASSING OFF

fppt.com


Surya
GUDANG
GARAM
16
FILTER
KRETEK CIGARETTES
MADE IN INDONESIA

Super
KEBUN
KOPI
16
FILTER
KRETEK CIGARETTES
MADE IN INDONESIA

fppt.com

"Biskuit No.1 di Amerika"
OREO
Biskuit Sandwich Coklat
HALAL
NETTO : 120g
"Biskuit No.1 di Amerika"
OREO
Biskuit Sandwich Coklat
HALAL
NETTO : 120g
NABISCO
8 992760 122011

NISSIN
The Most Autentic Taste!
RODEO
Chocolate Sandwich Cookies
Netto: 200g.
NISSIN
The Most Autentic Taste!
RODEO
Chocolate Sandwich Cookies
Netto: 200g.
KOMPOSISI :
INGREDIENTS :
PT. SERENA INDOPANGAN INDUSTRI

fppt.com

Top Rangking Merek Dunia

Filter list by: Rank | Company | All industries ▾ | Search by brand name

	Rank	Brand	Brand Value	1-Yr Value Change	Brand Revenue	Company Advertising	Industry
	#1	Apple	$154.1 B	6%	$233.7 B	$1.8 B	Technology
	#2	Google	$82.5 B	26%	$68.5 B	$3.2 B	Technology
	#3	Microsoft	$75.2 B	9%	$87.6 B	$1.9 B	Technology
	#4	Coca-Cola	$58.5 B	4%	$21.9 B	$4 B	Beverages
	#5	Facebook	$52.6 B	44%	$17.4 B	$281 M	Technology

fppt.com