

MANAJEMEN PEMASARAN

ERA AGUSTINA Y, S.E., M.SC



Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran → seni dan ilmu mengenai cara memilih sasaran pasar dan bagaimana untuk bisa mendapatkan dan menjaganya, yaitu dengan cara menciptakan, memberikan serta mengkomunikasikan nilai yang superior kepada pelanggan (Kotler dan Keller, 2013)





Manajemen pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan konsep yang diterapkan produsen atau perusahaan untuk menciptakan produk atau jasa yang diinginkan pelanggan dan dapat mendatangkan keuntungan.



Proses Manajemen Pemasaran

- Analisis peluang-peluang pasar,
- Penelitian dan pemilihan pasar sasaran
- Pengembangan strategi pasar
- Perencanaan strategi pemasaran
- Pelaksanaan
- Pengendalian





Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran → seperangkat alat pemasaran yang dapat dikendalikan, yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya (Hawkins dan Mothersbaugh, 2013)

Bauran Pemasaran





Product

Produk → segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar sehingga mendapatkan perhatian konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen

Price

Price → sejumlah biaya yang bersedia dibayarkan atau dikeluarkan oleh konsumen untuk sebuah produk atau jasa





Place

Place → cara pemasar memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik.

Promotion

Promotion → suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.



Physical Evidence

Physical evidence → Sarana fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan :

- ✓ Bangunan fisik
- ✓ Peralatan
- ✓ Perlengkapan,
- ✓ Logo
- ✓ Warna





People

People → semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli



Process

Process → semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.

