

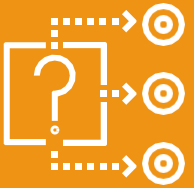
Manajemen Pemasaran II

Konsep Dasar Marketing P1



Dr. Adil Fadillah, SE., MM.

PENDAHULUAN





PENILAIAN ACUAN PATOKAN

Range Nilai	Huruf Nilai	Bobot
85 - 100	A	4.0
80 - 84	A-	3.7
75 - 79	B+	3.3
70 - 74	B	3.0
65 - 69	B-	2.7
60 - 64	C+	2.3
55 - 59	C	2.0
40 - 54	D	1.0
0 - 39	E	0





DEFINISI MANAJEMEN PEMASARAN

Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009)

⑦

kebutuhan
menguntungkan

Mengidentifikasi
dengan cara

dan memenuhi
yang





MANAJEMEN PEMASARAN

Pemasaran

Ex : E-Bay menciptakan lelang online ketika persh menyadari bahwa orang tidak mampu menemukan beberapa barang yang mereka inginkan.

IKEA menyadari bahwa orang menginginkan perabot yang bagus dengan harga yang lebih murah.





DEFINISI MANAJEMEN PEMASARAN

American Marketing Association (AMA)

- 7 Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan NILAI kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi.





CUSTOMER VALUE

Customer Value adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan (Kotler : 2005)

$$\text{NILAI} = \text{MANFAAT} - \text{BIAYA}$$

- Manfaat adalah apa yang diberikan produk kepada konsumennya. Termasuk di dalamnya adalah pelayanan.
- Biaya adalah usaha yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk, termasuk didalamnya adalah harga, jarak tempuh, dll.



DEFINISI MANAJEMEN PEMASARAN

Manajemen Pemasaran

➊ Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, Pengendalian Atas
Serta Program Yang Dirancang Untuk Menciptakan, Membangun, Serta
Mempertahankan Pertukaran Yang Menguntungkan Dengan
Pembeli Sasaran Dengan Maksud Untuk Mencapai Sasaran
Organisasi (Kotler : 2002)





MANAJEMEN PEMASARAN

Siapa yang memasarkan ?

1. Pemasar (marketer)

- ⑦ seseorang yang mencari respons -perhatian, pembelian, dukungan, sumbangan- dari pihak lain yang disebut

2. Prospek

Jika dua pihak ingin menjual sesuatu sama lain, kita menyebut kedua pihak tersebut pemasar





KONSEP INTI PEMASARAN

- Kebutuhan
 - ⑦ Orang membutuhkan udara, makanan, air, pakaian dan tempat tinggal **utk** bertahan hidup. Selain itu memiliki kebutuhan kuat akan rekreasi, pendidikan, kesehatan dan hiburan
- Keinginan
 - ⑦ Hasrat akan pemuasa tertentu dari kebutuhan tsb
- Permintaan
 - ⑦ Keinginan akan produk-produk tertentu yg didukung oleh kemampuan **utk** membayar





IBIK

TERIMA KASIH