



**MERDEKA
BELAJAR**

**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA



KONSEP PEMASARAN



Presentation by:

**Hanif Zaidan Sinaga, S.E., M.M.S.I.,
CDMS., CCC**

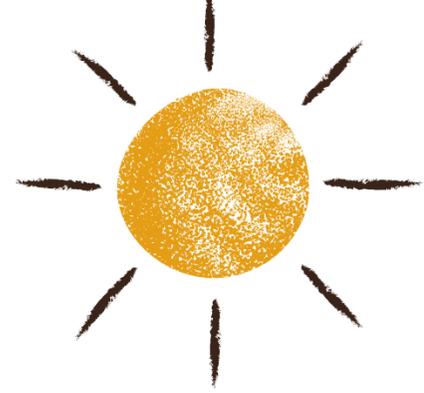
**Universitas Ibn Khaldun Bogor
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Bisnis Digital**



PEMASARAN

aktivitas dalam bisnis guna memperkenalkan produk, jasa, atau layanan ke masyarakat luas mulai dari kegiatan promosi, distribusi, penjualan, hingga tahap pengembangan produk.

TUJUAN PEMASARAN



Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya.

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang. (Budi Rahayu Tanama Putri, 2017, hal. 1)

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.



KONSEP INTI PEMASARAN



MANAJEMEN PEMASARAN

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran.

Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

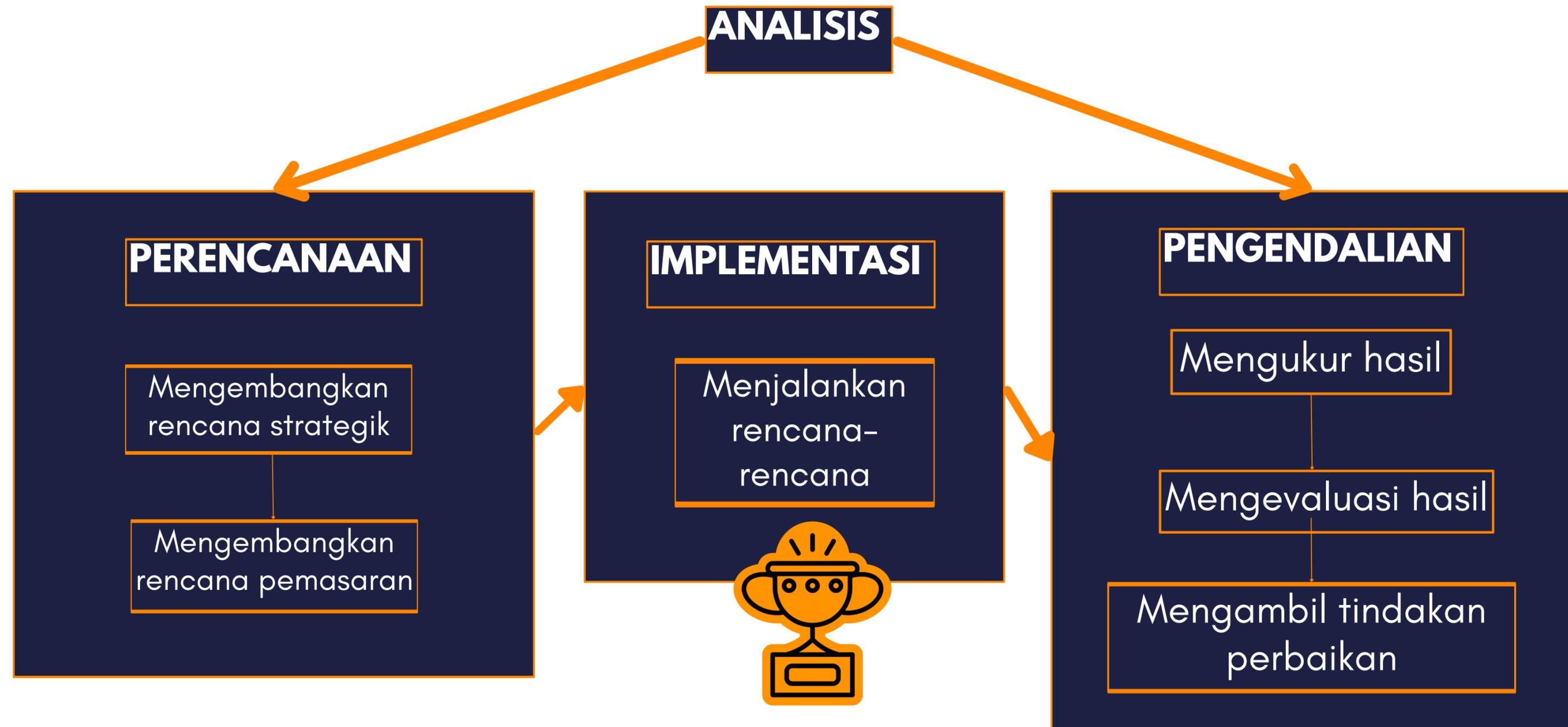
Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (actuating), pengarahan (directing), dan pengawasan (controlling).

MANAJEMEN PEMASARAN

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif yang dikenal dengan istilah fungsi manajemen.

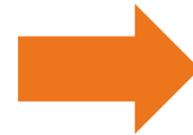
Dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.

FUNGSI MANAJEMEN PEMASARAN



KONSEP KEGIATAN PEMASARAN

Konsep Produksi



Konsep Produk



Konsep Pemasaran



Konsep Penjualan



Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

KONSEP PRODUKSI



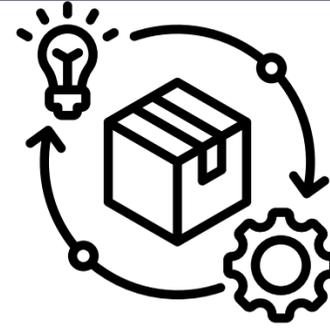
Falsafah bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia diberbagai tempat, mudah dicari, dengan harga yang terjangkau memaksa produsen agar berusaha keras untuk memperbaiki produksi dan efesiensi distribusi.

Konsep ini adalah falsafah paling tua digunakan dalam penjualan. Konsep ini masih berlaku dan bermanfaat pada dua situasi, yaitu:

1. bila permintaan akan produk lebih besar dari penawarannya;
2. terjadi bila biaya produk terlalu tinggi dan perbaikan produktifitas diperlukan untuk menurunkannya.

Akan tetapi, perusahaan yang bekerja dengan falsafah ini menghadapi resiko tinggi dengan fokus terlalu sempit pada operasinya sendiri. Bila perusahaan berusaha menurunkan harga, yang pasti dilupakan adalah kualitas, padahal yang diinginkan konsumen adalah harga rendah dengan barang yang menarik.

KONSEP PRODUK

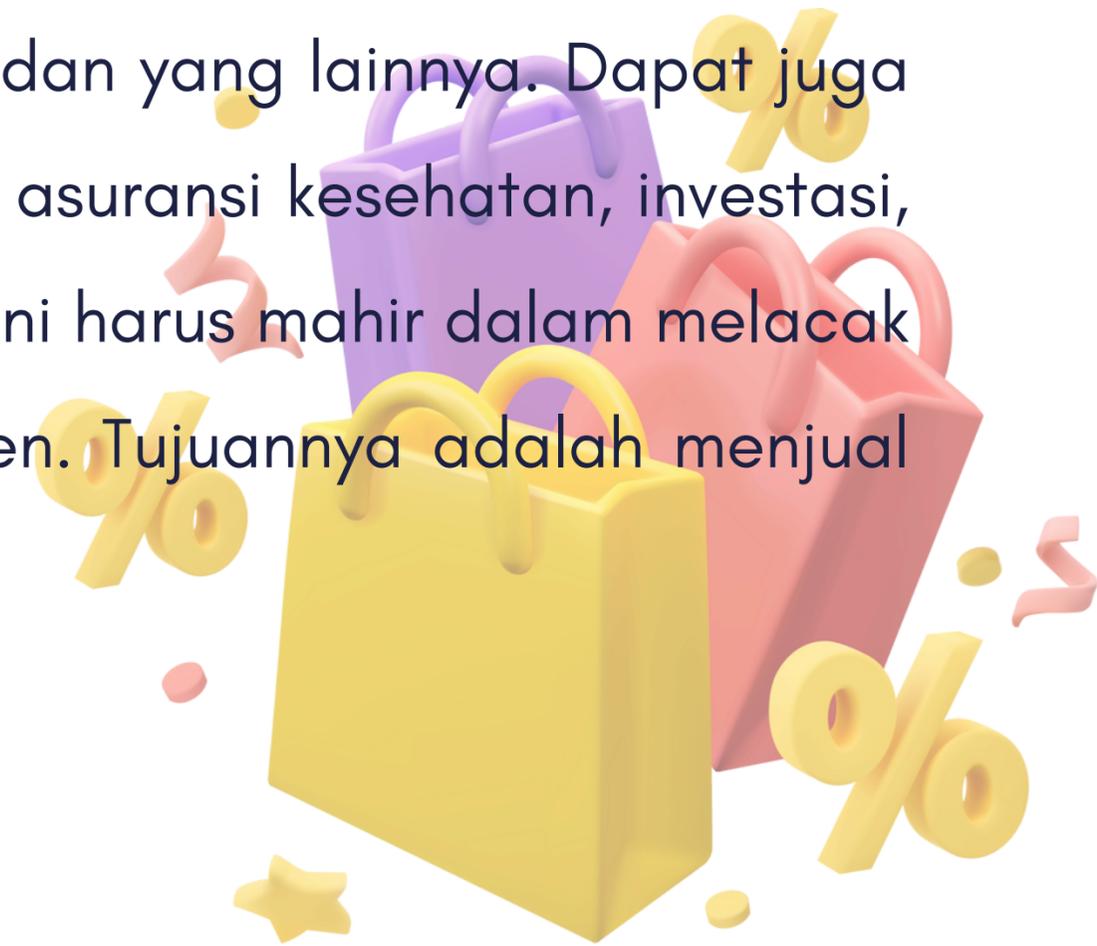


Falsafah bahawa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Produsen harus mencurahkan energi untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menerus menyempurnakannya. Dalam konsep ini, perusahaan mengasumsikan bahwa pembeli menghargai produk yang dibuat dengan baik, dan mereka dapat menilai kualitas dan kinerja suatu produk. Namun seringkali perusahaan terjebak dalam keyakinannya sendiri bahwa produk yang dihasilkan merupakan “produk terbaik” sehingga mengabaikan respon pasar/konsumen terhadap produk tersebut.

KONSEP PENJUALAN



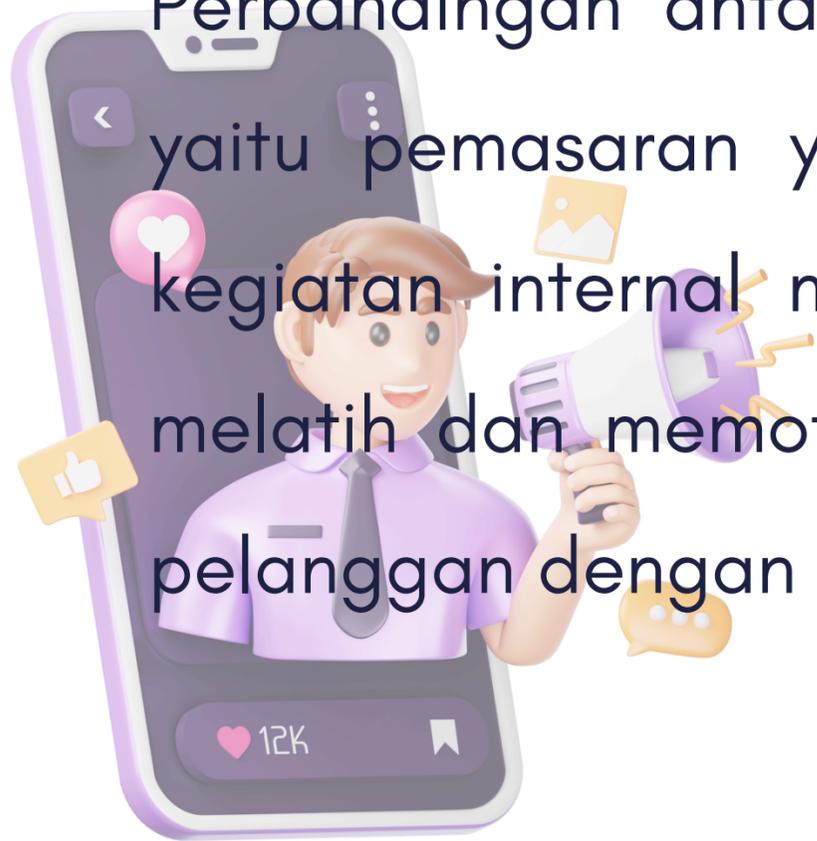
Falsafah bahwa konsumen tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah yang cukup kecuali organisasi mengadakan usaha penjualan dan promosi berskala besar. Konsep ini biasanya dilakukan pada barang yang tidak dicari, yaitu barang yang mungkin tidak terpikirkan untuk dibeli oleh konsumen, contoh: ensiklopedia, tanah makam, dan yang lainnya. Dapat juga diterapkan pada barang yang baru ditawarkan ke pasar, seperti asuransi kesehatan, investasi, dan yang lainnya. Produsen yang menerapkan konsep penjualan ini harus mahir dalam melacak calon pelanggan dan menjual manfaat produk kepada konsumen. Tujuannya adalah menjual yang perusahaan buat, bukan produk apa yang dibutuhkan masyarakat konsumen.



KONSEP PEMASARAN

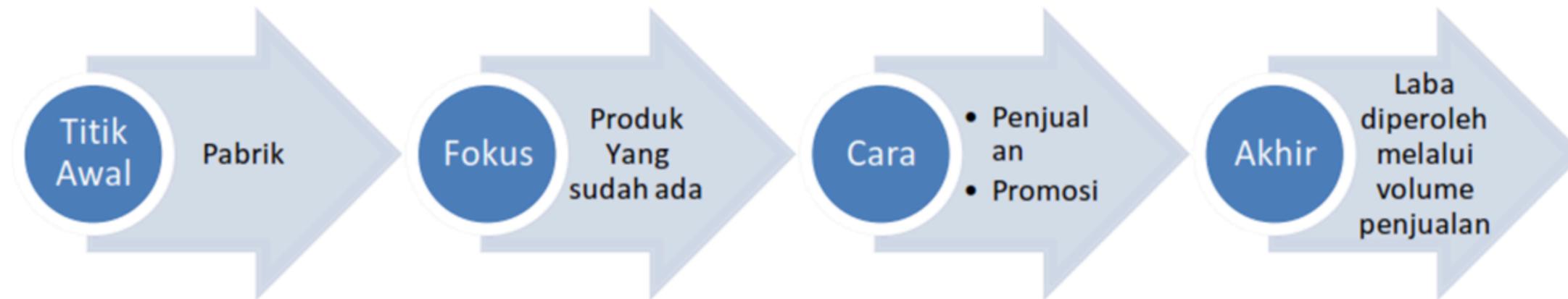
Falsafah manajemen pemasaran ini berkeyakinan bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyampaian kepuasan didambakan itu lebih efektif dan efisien daripada pesaing.

Perbandingan antara konsep penjualan dengan konsep pemasaran, antara lain: yaitu pemasaran yang ditujukan kepada orang-orang di luar perusahaan dan kegiatan internal merupakan kegiatan mengenai keberhasilan dalam menerima, melatih dan memotivasi karyawan yang memiliki kemampuan dan ingin melayani pelanggan dengan baik.

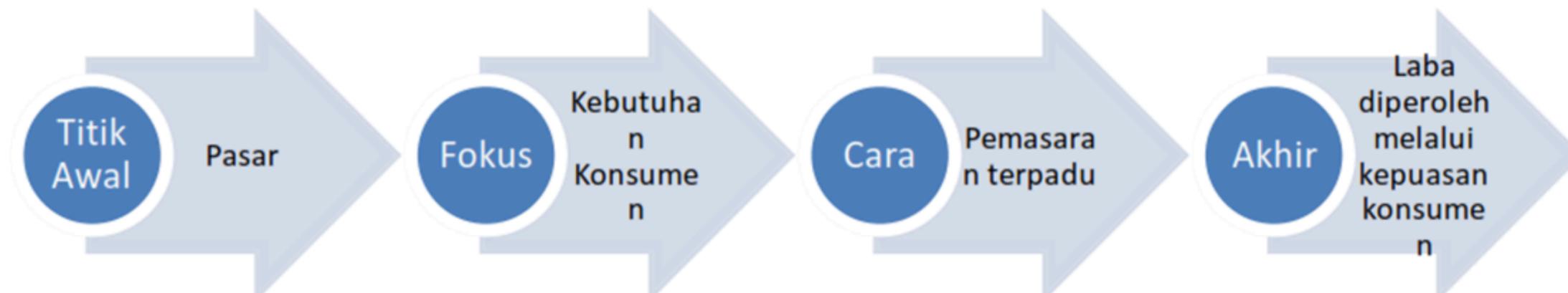


KONSEP PENJUJALAN VS PEMASARAN

Konsep Penjualan

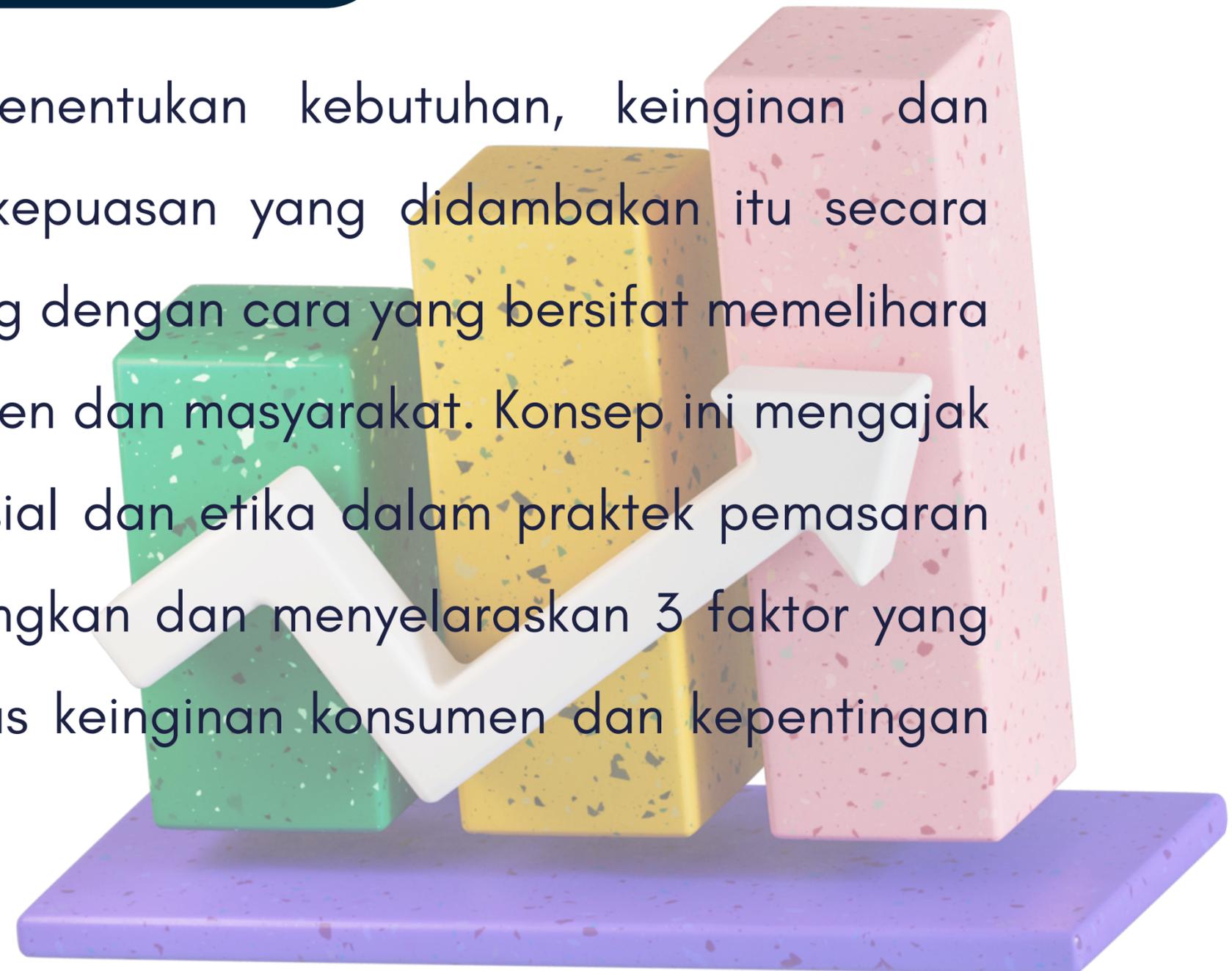


Konsep Pemasaran



KONSEP PEMASARAN BERWAWASAN SOSIAL

Falsafah bahwa organisasi harus menentukan kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar serta menyerahkan kepuasan yang didambakan itu secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing dengan cara yang bersifat memelihara atau memperbaiki kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Konsep ini mengajak pemasar membangun pertimbangan sosial dan etika dalam praktek pemasaran mereka. Hal ini agar dapat menyeimbangkan dan menyelaraskan 3 faktor yang penting, yaitu: laba perusahaan, pemuas keinginan konsumen dan kepentingan publik.



UMKM, LEGALITAS USAHA

SUB DARI PERTEMUAN KE 1

APA ITU UMKM ?





UMKM

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dan PP Nomor 7 tahun 2021.

USAHA MIKRO

UMKM

Definisi

- Usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro.

Modal Usaha

- Memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Hasil Penjualan

- Memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

USAHA KECIL

UMKM

Definisi

- Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil.

Modal Usaha

- Memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan/atau

Hasil Penjualan

- Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).

USAHA MENENGAH

UMKM

Definisi

- Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah

Modal Usaha

- Memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan/atau

Hasil Penjualan

- Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

LEGALITAS USAHA

NIB & OSS

Pengertian

Nomor Induk Berusaha

Bukti registrasi/pendaftaran Pelaku Usaha untuk melakukan kegiatan usaha dan sebagai identitas bagi Pelaku Usaha dalam pelaksanaan kegiatan usahanya (Pasal 12 UU CIPTA KERJA Tahun 2020).

Online Single Submission

Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (PP 24/2018) yang menjadi dasar untuk mengurus perizinan melalui Online Single Submission (OSS). Permenkop Nomor 2 Tahun 2019 tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik bagi Usaha Mikro dan Kecil, dimana NIB diterbitkan oleh OSS (Online Single Submission) <https://oss.go.id/>.

Kategori Pelaku Usaha



Langkah Mengurus Perizinan Berusaha Bagi Usaha Mikro Kecil (UMK) - Orang Perseorangan



1. Pastikan Anda telah memiliki **hak akses**
2. Kunjungi <https://oss.go.id/>
3. Pilih **MASUK**
4. Masukkan **Username** dan **Password** beserta **Captcha** yang tertera, lalu klik tombol **MASUK**
5. Klik Menu **Perizinan Berusaha** dan pilih **Permohonan Baru**
6. Lengkapi **Data Pelaku Usaha**
7. Lengkapi **Data Bidang Usaha**
8. Lengkapi **Data Detail Bidang Usaha**
9. Lengkapi **Data Produk/Jasa Bidang Usaha**
10. Periksa **Daftar Produk/Jasa**
11. Periksa **Data Usaha**
12. Periksa **Daftar Kegiatan Usaha**
13. Periksa dan Lengkapi **Dokumen Persetujuan Lingkungan (KBLI/Bidang Usaha Tertentu)**
14. Pahami dan Centang **Pernyataan Mandiri**
15. Periksa **Draf Perizinan Berusaha**
16. **Perizinan Berusaha terbit**

1

Pastikan Anda telah memiliki **hak akses**

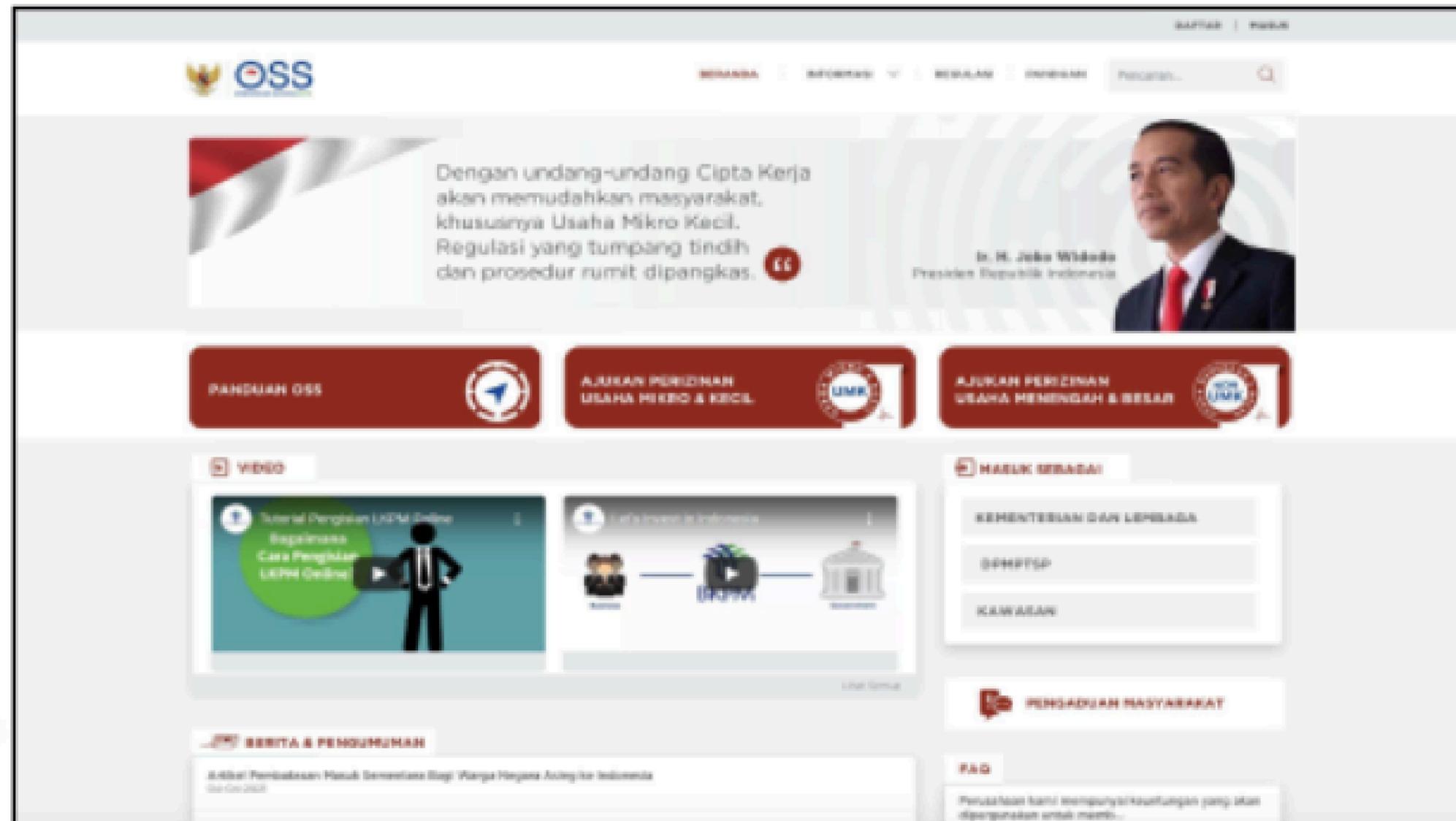
Hak akses berupa **username** dan **password** yang dikirimkan ke *e-mail* yang dicantumkan pada saat pendaftaran



tulisuri.' Another paragraph follows: 'Jika anda tidak melanjutkan proses pengajuan Perizinan Berusaha dalam jangka waktu 20 (duga pasti) hari, maka sistem akan membatalkan hak akses anda secara otomatis.' Below the text, there is a 'Selam,' greeting and the text 'Lembaga OSS - Kementerian Investasi/BKPM'. At the bottom, there are contact details: a phone icon with '169', an email icon with 'es@oss.go.id', and a location pin icon with 'Jalan Jenderal Gatot Subroto No. 44, Jakarta 12100, Indonesia'. At the very bottom, there are four social media icons: Instagram, Facebook, Twitter, and YouTube."/>

2

Kunjungi <https://oss.go.id/>



Dokumen Perseroan Terbatas (PT) penuh :

1. Akte Pendirian
2. Nomor Induk Berusaha (NIB)
3. Izin Lokasi
4. Surat Keputusan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI
5. Berita Acara Negara RI



Dokumen Perseroan Terbatas (PT) perorangan :

6. Nomor Induk Berusaha (NIB)
7. Sertifikat Pendaftaran Pendirian Perseroan Perorangan
8. Surat Pernyataan Pendirian Perseroan Perorangan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB)

9120301700911

Pemerintah Republik Indonesia c.q. Lembaga Pengelola dan Penyelenggara OSS berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, menerbitkan NIB kepada:

Nama Perusahaan	:	PT LUMINA AGRO MADANIA
Alamat Perusahaan	:	Perumahan Taman Yasmin Sektor 5, Jl. Palem Raja VII No. 1, Kel. , Kec. , Kota Bogor, Prop. Jawa Barat
NPWP	:	86.562.750.9-404.000
Nomor Telepon	:	0811999351
Nomor Fax	:	-
Email	:	-
Nama KBLI	:	Lihat Lampiran
Kode KBLI	:	Lihat Lampiran
Status Penanaman Modal	:	PMDN

NIB merupakan identitas Pelaku Usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB adalah bukti Pendaftaran Penanaman Modal/Berusaha yang sekaligus merupakan pengesahan Tanda Daftar Perusahaan.

OSS berwenang untuk melakukan evaluasi dan/atau perubahan atas izin usaha (izin komersial/operasional) sesuai ketentuan perundang-undangan.

Seluruh data yang tercantum dalam NIB dapat berubah sesuai dengan perkembangan kegiatan berusaha

Ditetapkan tanggal : 01 Juli 2019





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB)
9120301700911**

No.	Nama KBLI	Kode KBLI
1	PERTANIAN HORTIKULTURA SAYURAN DAUN	01131
2	PERTANIAN HORTIKULTURA BUAH	01132
3	PERTANIAN HORTIKULTURA SAYURAN BUAH	01133
4	PERTANIAN HORTIKULTURA SAYURAN UMBI	01134
5	PERTANIAN ANEKA UMBI PALAWIJA	01135
6	JASA PENGOLAHAN LAHAN	01611
7	JASA PEMUPUKAN, PENANAMAN BIBIT/BENIH DAN PENGENDALIAN HAMA DAN GULMA	01612
8	JASA PEMANENAN	01613
9	KEGIATAN PENUNJANG PENDIDIKAN	85500
10	WISATA AGRO	93231

Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Nama KBLI dan Kode KBLI yang tercantum dalam lampiran ini



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2311220541569**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : PT DIGITAL KREATIVA MANDIRI |
| 2. Alamat Kantor | : Taman Yasmin Sektor 5, Jl. Palem Raja VII no. 1, Desa/Kelurahan Curug Mekar, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat, Kode Pos: 16113 |
| No. Telepon | : 0811999984 |
| Email | : kreativa.mandiri@gmail.com |
| 3. Status Penanaman Modal | : PMDN |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepabeanaan, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laport Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 23 November 2022

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN

NOMOR INDUK BERUSAHA: 2311220541569

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	63122	Portal Web Dan/Atau Platform Digital Dengan Tujuan Komersial	Taman Yasmin Sektor 5 Jl. Palem Raja VII no. 1 , Desa/Kelurahan Curug, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 16113	Rendah	NIB	Terbit	-
2	63121	Portal Web Dan/Atau Platform Digital Tanpa Tujuan Komersial	Taman Yasmin Sektor 5, Jl. Palem Raja VII no. 1 , Desa/Kelurahan Curug, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 16113	Rendah	NIB	Terbit	-
3	74130	Aktivitas Desain Komunikasi Visual/ Desain Grafis	Taman Yasmin Sektor 5, Jl. Palem Raja VII no. 1 , Desa/Kelurahan Curug, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 16113	Rendah	NIB	Terbit	-
4	62090	Aktivitas Teknologi Informasi Dan Jasa Komputer Lainnya	Taman Yasmin Sektor 5, Jl. Palem Raja VII no. 1 , Desa/Kelurahan Curug, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 16113	Rendah	NIB	Terbit	-
5	70209	Aktivitas Konsultasi Manajemen Lainnya	Taman Yasmin Sektor 5 Jl. Palem Raja VII no. 1 , Desa/Kelurahan Curug, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 16113	Rendah	NIB	Terbit	-
6	73100	Periklanan	Taman Yasmin Sektor 5 Jl. Palem Raja VII no. 1 , Desa/Kelurahan Curug, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 16113	Rendah	NIB	Terbit	-
7	77322	Aktivitas Penyewaan dan Sewa Guna Tanpa Hak Opsi Alat Alat Bantu Teknologi Digital	Taman Yasmin Sektor 5 Jl. Palem Raja VII no. 1 , Desa/Kelurahan Curug, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 16113	Rendah	NIB	Terbit	-
8	82190	Aktivitas Fotokopi, Penyiapan Dokumen	Taman Yasmin Sektor 5 Jl. Palem Raja VII no. 1 , Desa/Kelurahan Curug, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat	Rendah	NIB	Terbit	-

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-E-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.

