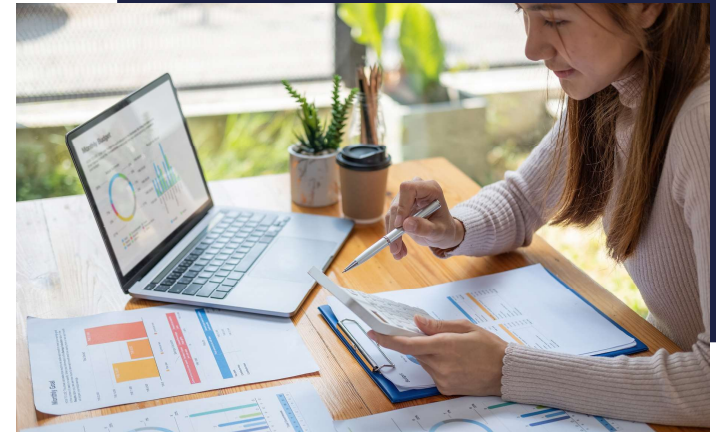




# STRATEGI BAURAN PEMASARAN

Presentation by:

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



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

# STRATEGI BAURAN PEMASARAN

- Strategi Pemasaran
- Strategi Pemasaran Dimata Penjual
- Strategi Pemasaran Dimata Pembeli
- Proses Manajemen Pemasaran
- Strategi Bauran Pemasaran
- Bauran Pemasaran
- Strategi Produk
- Strategi Pemasaran Moderen

# 1. STRATEGI PEMASARAN

- Segmentasi
- Targetting
- Positioning



## 2. STRATEGI PEMASARAN DIMATA PENJUAL

- Produk Yang Bermutu (Product)
- Harga Yang Kompetitif (Price)
- Tempat Yang Strategis (Place)
- Promosi Yang Gencar (Promotion)



### 3. STRATEGI PEMASARAN DI MATA PEMBELI

- **Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan** (Customer Needs and Wants)
- **Biaya Pelanggan** (Cost To the Customer)
- **Kenyamanan** (Convenience)
- **Komunikasi** (Communication)



# 4. PROSES MANAJEMAN PEMASARAN

## **(PHILIP KOLTER 1994)**

- **Menganalisis Pemasaran**
- **Meneliti Dan Memilih Pasar Sasaran**
- **Merancang Strategi Pemasaran**
- **Merencanakan Program Pemasaran**
- **Mengorganisir, Melaksanakan Dan Mengawasi Usaha Pemasaran**

- **Analisis Pasar**
- **Segmentasi Pasar**
- **Penempatan Pasar**
- **Bauran Pemasaran**
- **Penentuan**
- **Kepuasan Pelanggan**

## **ANALISA PASAR**

**Dimulai dari suatu pertanyaan yang ditujukan pada " apa yang dibeli pelanggan", yaitu produk yang bernilai melalui proses penjualan dan prestasi produk, kesetiaan pelanggan yang terbentuk**

## **SEGMENTASI PASAR**

**Segmentasi yang di maksud di sini adalah mengelompokan pelanggan berdasarkan hal-hal yang melekat pada diri pelanggan**

## **PENEMPATAN PASAR**

Untuk menempatkan produk di pasar serta mampu di serap oleh konsumen, pemasar harus jeli dalam melihat hal-hal yang diinginkan oleh pelanggan sesuai dengan persepsi serta harapan-harapannya

## **BAURAN PEMASARAN**

Merupakan suatu gabungan dari beberapa unsur kombinasi yang saling berkaitan yang memungkinkan kita mendapatkan pelanggan yang sesuai dengan target



## **KEPUASAN PELANGGAN/KONSUMEN**

**Puas atau tidak terhadap prestasi suatu produk sangat tergantung pada prioritas harapan serta pembobotan terhadap unsur-unsur yang dituntut serta di anggap penting bagi konsumen**

## 5. STRATEGI BAURAN PEMASARAN



### McCharly

- Product (produk)
- Price (harga)
- Place (tempat)
- Promotion (promosi)



### Kotler (1980)

- People (Consumer)
- Process (Corporation-competitor)
- Physical evidence
- (Circumstances)



- Produk
- Saluran Distribusi
- Penentuan Harga
- Promosi dan Periklanan

## 6. BAURAN PEMASARAN

**PRODUK**

**HARGA**

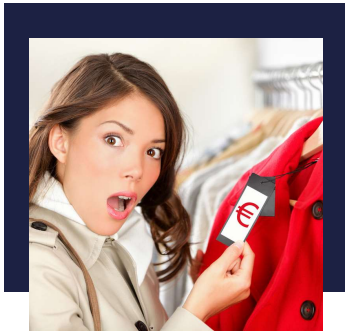
**PROMOSI**

**DISTRIBUSI**

# 7. STRATEGI PRODUK

## PERUSAHAAN MENCARI PRODUK BARU

- Melalui Pembelian Perusahaan Lain
- Melalui Pembelian Hak Paten
- Pembelian Lisensi Memproduksi Produk Perusahaan Lain
- Melalui Penelitian dan Pengembangan Produk Baru



### **Tahap Pengembangan**

harga sangat mahal, belum ada pendapatan penjualan mengalami kerugian



### **Tahap Pengenalan Pasar**

biaya sangat tinggi, harga mahal, volume penjualan kecil, mengalami kerugian



### **Tahap Pertumbuhan Biaya**

mengalami penurunan seiring naiknya volume produksi, volume penjualan mengalami peningkatan signifikan, memperoleh keuntungan, penyesuaian harga untuk memaksimalkan market share.



### **Tahap Matang Biaya**

sangat rendah, volume penjualan mencapai titik optimal, mengalami penurunan harga seiring pertumbuhan jumlah pesaing, mengalami titik puncak pencapaian.

## 8. STRATEGI PEMASARAN MODERN

- Lakukan riset pasar
- Pilih target pasar
- Prioritaskan prospek
- Lakukan pemasaran online
- Bangun brand produk
- Kembangkan mindset positif
- Jadilah unik / berciri khas
- Buat website / blog
- Jadilah pakar/profesional

- Bangun hubungan
- Beri yang pelanggan inginkan
- Tunjukkan testimoni
- Lakukan personal branding
- Bangun kepercayaan
- Beri penawaran yang sulit ditolak
- Berikan batas waktu saat promosi
- Fokus dan konsisten
- Jadilah produktif

**THANK YOU**