

**Manajemen  
Pemasaran I**

# **Pemasaran dalam Realita Baru**

**Yulia Hendri Yeni  
Berri Brilliant Albar  
Ares Albirru Amsal**

Pemenang Hibah Sistem Pembelajaran Daring (SPADA)  
Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi



Scan  
untuk mendapatkan bahan ajar lengkap  
(video, podcast, document & slide)



# Pemasaran

**Pemasaran** adalah salahsatu fungsi organisasi dan sebuah proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen serta untuk mengelola hubungan dengan konsumen dalam upaya memperoleh keuntungan bagi organisasi dan *stakeholder*.

(The American Marketing Association )

# Pemasaran

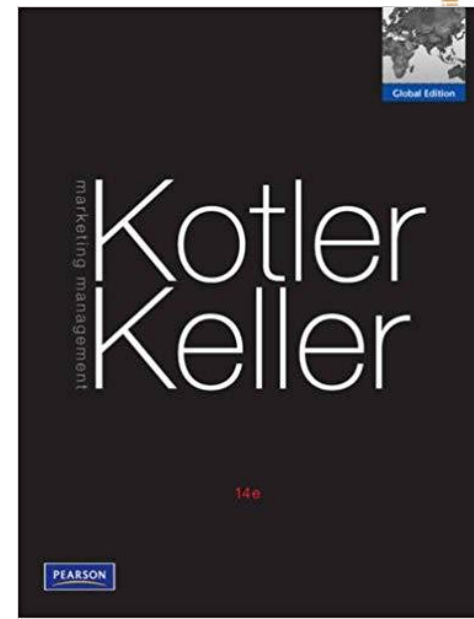
- Sebuah proses social dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan bertukar nilai produk serta jasa dengan yang lain.
- Kegiatan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan kebutuhan social.
- Memenuhi kebutuhan secara menguntungkan  
(Kotler & Keller)



# Manajemen pemasaran

**Manajemen pemasaran** adalah sebuah seni dan ilmu tentang memilih target pasar, mendapatkannya, memelihara, dan meningkatkan konsumen melalui penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian.

(Kotler & Keller)



# Apa yang bisa dipasarkan?

- Barang
- Jasa
- *Events*
- Pengalaman
- Orang
- Tempat
- Properti
- Organisasi
- Informasi
- Ide

# Siapa saja yang akan membeli produk yang kita pasarkan?

- **Pasar konsumen/ *end user***  
(konsumen mengkonsumsi secara langsung)
- **Pasar organisasi:**
  - Organisasi bisnis/ Pasar bisnis** untuk dijual kembali atau digunakan untuk memproduksi produk lainnya)
  - Organisasi Nonprofit/Pasar Pemerintah** (Pemerintah, Tempat ibadah, Universitas/ sekolah, dan Yayasan)
- **Pasar global** (international)

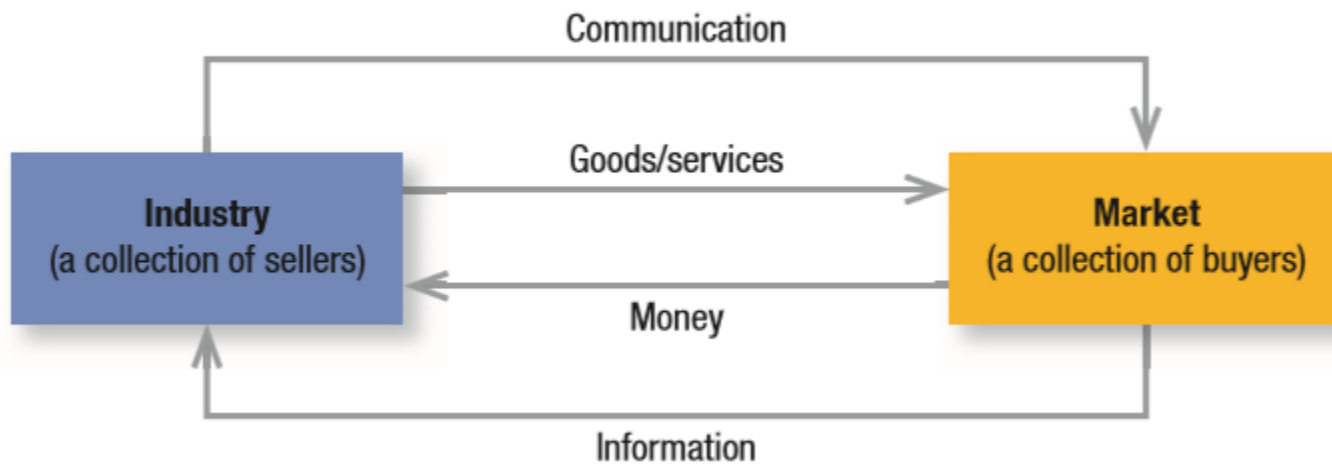


# Sistem pemasaran secara sederhana



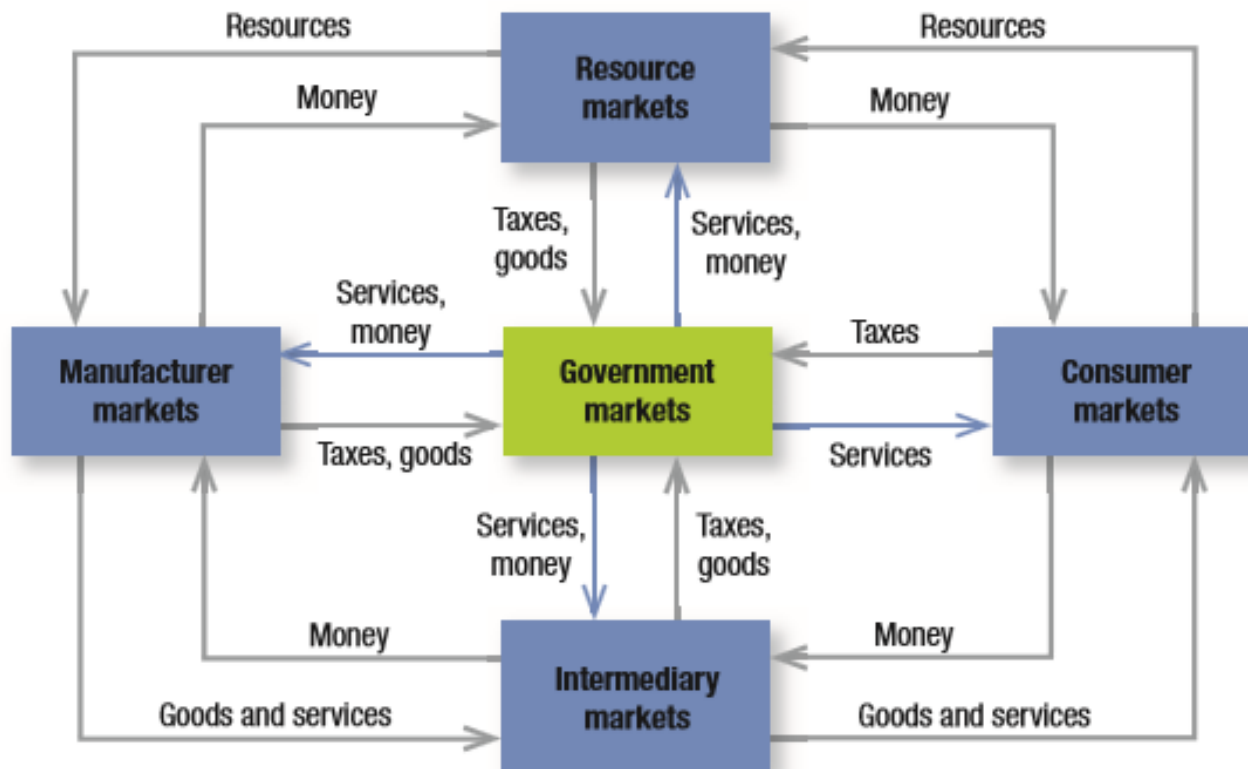
**| Fig. 1.2 |**

A Simple Marketing System





# Struktur dan alur pertukaran Pada ekonomi moderen



| Fig. 1.1 |

Structure of Flows in a Modern Exchange Economy

# Status permintaan

- *Negative* (pasar tidak menyukai produk, bahkan membayar untuk menghindarinya)
- *Nonexistent/tidak ada* (konsumen tidak sadar atau tidak tertarik terhadap produk)
- *Latent* (kebutuhan kuat, tetapi tidak terpenuhi oleh produk yang ada)
- *Declining/turun* (permintaan terhadap produk menurun)
- *Irregular* (permintaan bervariasi karena berbagai hal)
- *Unwholesome* (produk yang mendapat pandangan buruk dari masyarakat)
- *Full* (produk laris/banyak permintaan)
- *Overfull* (permintaan terhadap produk melebihi penawaran)

# Konsep dasar

- ***Needs, wants, and demands***
- ***Target markets, positioning (in mind of target buyers), segmentation***
- ***Offerings (intangible benefit made physical) and brands (offering from a know source)***
- ***Value (set of benefits) and satisfaction***
- ***Marketing channels (communications, distribution, and service)***
- ***Supply chain***
- ***Competition***
- ***Marketing environment***
- ***Marketing planning***
- ***Paid, owned, and earned media***
- ***Impresslons and engagement***

# Realita baru pemasaran

- Teknologi
- Globalisasi
- Tanggung jawab social



# Perubahan dramatis pasar

- Kemampuan baru konsumen
- Kemampuan baru perusahaan
- Perubahan saluran
- Meningkatnya kompetisi



# Orientasi perusahaan di pasar

- Konsep produksi
- Konsep produk
- Konsep penjualan
- Konsep pemasaran
- Konsep pemasaran holistic



# Marketing mix



# Tugas dalam manajemen pemasaran

- Mengembangkan rencana dan strategi pemasaran
- Memperoleh informasi pemasaran
- Membangun merek yang kuat
- Menciptakan nilai
- Mengkomunikasikan nilai
- Menjalankan tanggung jawab pemasaran untuk kesuksesan jangka panjang



# Referensi

- Kotler, P. and Keler, K.L. 2016, *Marketing Management 15<sup>th</sup> edition*. Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, P and Amstrong, G. 2018, *Principles of Marketing, 17<sup>th</sup> edition, International Edition*, Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, P. and Amstrong, G. 2003, *Marketing, An Introduction 6<sup>th</sup> edition*, Prentice Hall
- Kartajaya, H. 2011. *Hermawan Kartajaya on Marketing*, Gramedia, Jakarta
- Maholtra, N. and Birks, D. 2007, *Marketing Research: An Applied Orientation 3<sup>rd</sup> edition*, Pearson Education



## Lecturers



**Berri Brilliant Albar**



**Yulia Hendri Yeni**



**Ares Albirru Amsal**