



IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN DARING KOLABORATIF 2023

ANTARA



DENGAN



UNIVERSITAS
TEKNOLOGI
SUMBAWA

SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI BIMA



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

**PROGRAM HIBAH IMPLEMENTASI
PEMBELAJARAN DARING KOLABORATIF 2023
DARI DIREKTORAT PEMBELAJARAN DAN
KEMAHASISWAAN
DIREKTORAT JENDERAL DIKTI, RISET DAN
TEKNOLOGI TAHUN 2023**



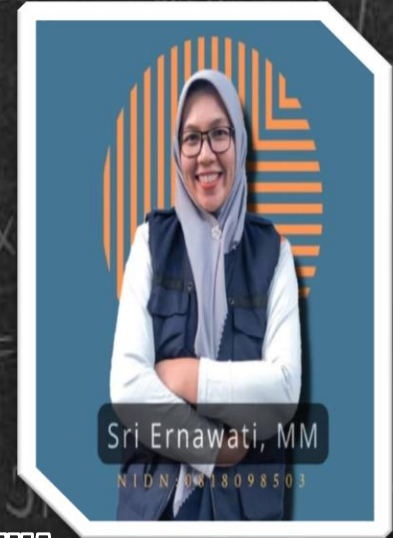
DOSEN PENGAMPU



NURUL HUDANINGSIH, M.T
UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA



ARIS MUNANDAR, MM
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BIMA



Sri Ernawati, MM
NIDN: 0018098503

SRI ERNAWATI, MM
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BIMA





PEMASARAN PRODUK





DEFINISI PEMASARAN PRODUK

Pemasaran produk adalah proses yang melibatkan kegiatan promosi dan pemasaran produk kepada konsumen potensial dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek, minat dan keinginan untuk membeli produk tersebut. Dalam pemasaran produk, tujuan utama adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menciptakan keuntungan bagi bisnis.



DEFINISI PRODUK

Ditinjau dari wujudnya

- Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. (Sunarto, 2004:153)

Definisi secara luas

- produk meliputi objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran dari semua bentuk tersebut. (Sunarto, 2004:153)

Produk jasa

- merupakan bentuk produk yang terdiri atas aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang menjual dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. (Sunarto, 2004:153)



MAKNA PRODUK

Bagi KONSUMEN:

a bundle of perceived benefit that will meet his/her needs
(Kelompok manfaat yang diterima oleh konsumen disesuaikan dengan kebutuhan mereka)

Bagi PRODUSEN:

a bundle of attribute that ideally will meet consumers needs
(Ciri dari produk yang ideal yang disenangi oleh konsumen)

Bagi PRODUCT MANAGER:

a way of life
(sebagai jalan/sumber hidup)

Bagi ADVERTYSING AGENCY:

a communication challenge
(tantangan dalam mengenalkan satu produk tertentu)

Bagi TREASURE (pemilik Modal):

a source of fund
(sebagai sumber dana)



PENARAWAN PRODUK

BARANG BERWUJUD MURNI

- Sabun
- Pasta gigi
- Minyak goreng
- Rokok

BERWUJUD JASA MURNI

- Servis komputer
- Servis HP
- Servis mobil

Hibrid (barang berwujud dan jasa dengan porsi yang sama)

- Jasa penerbangan yang di dalamnya menawarkan minuman dan makanan
- Dealer motor: selain menawarkan motor, juga menawarkan jasa pemeliharaan, perbaikan



5 Tingkat Produk

Manfaat Inti : *Manfaat dasar yang dibeli pelanggan. (tamu hotel beli "istirahat & tidur")*

Produk Dasar: *Manfaat dasar dirubah menjadi produk dasar. (kamar hotel meliputi " tempat tidur, kamar mandi, meja tulis, meja rias, handuk")*

Produk yang Diharapkan: *Atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan pembeli ketika membeli produk. (kamar hotel meliputi " tempat tidur yang bersih, kamar mandi bersih, nyaman, murah")*

Produk yang Ditingkatkan: *Melihat sistem konsumsi pembeli. Menambahkan sesuatu pada produk (pengemasan, layanan, iklan, saran untuk pelanggan, dan hal lain yang dianggap berguna bagi pelanggan")*

Calon Produk : *Perusahaan mencari cara baru untuk memuaskan pelanggan dan membedakan tawarannya.*



TUJUAN PEMASARAN PRODUK

- ❖ **Meningkatkan Kesadaran Merek**
- ❖ **Meningkatkan Keterlibatan Pelanggan**
- ❖ **Meningkatkan Pangsa Pasar**
- ❖ **Meningkatkan Penjualan**
- ❖ **Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**
- ❖ **Meningkatkan Profitabilitas**



TEKNIK PEMASARAN PRODUK, YAITU:

- Iklan
- Promosi Penjualan
- Pemasaran Konten
- Pemasaran Sosial
- Pemasaran Influencer
- Pemasaran Email



UNIVERSITAS
TEKNOLOGI
SUMBAWA

SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI BIMA

Mengenal Strategi Pemasaran 4P





4P

Produk

Jenis, desain, merek, ukuran, bentuk, kemasan, pelayanan dan lain-lain.

Harga

Daftar harga, potongan, laba bersih, kredit, pinjaman, pembayaran.

Promosi

Promosi, penjualan, iklan, usaha, penjualan, hubungan, Periklanan, Penjualan pribadi, Publisitas -media sosial, cetak, dll.

Tempat

Saluran distribusi, Keputusan pergudangan, Penanganan produk, Logistik, Kontrol inventaris, Proses pemesanan, Cakupan

PERKEMBANGAN BAURAN PEMASARAN

4P

- PRODUCT
- PRICE
- PLACE
- PROMOTION

4C

- CUSTOMER
- COST
- CONVENIENCE
- COMMUNICATION

4E

- EXPECTATION
- EXCELLENCE
- EXPERIENCE
- EMOTION

7 Cara terbaik dalam memasarkan produk

1

Riset target konsumen dan pasar

2

Social media marketing

3

Menawarkan *sample* atau *free trials*

4

Lokasi bisnis yang strategis

5

Menerapkan strategi *affiliate marketing*

6

Menjaga hubungan dengan konsumen

7

Word of mouth marketing





Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA



THANK YOU!

© ANY QUESTIONS?