



Kewirausahaan

PEMASARAN

Pengenalan tentang pemasaran dalam kewirausahaan

Aqil Aqthobirrobbany, S.T., M.Eng.

Promosi



Definisi Pemasaran



- Kotler dan Lane (2007): Pemasaran adalah proses sosial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukar produk.
- Ducker (1954): Pemasaran bukan hanya penjualan, tetapi melibatkan seluruh aktivitas bisnis yang berfokus pada kepuasan pelanggan.

Jenis Pemasaran



- **Pemasaran Barang Konsumsi:** Produk yang dibeli untuk penggunaan pribadi.
- **Pemasaran Barang Industri:** Produk yang digunakan perusahaan untuk memproduksi barang lain.
- **Pemasaran Jasa:** Produk yang tidak bisa disentuh seperti waktu dan keahlian.
- **Pemasaran Gagasan:** Memasarkan ide dan konsep.

Strategi Pemasaran



Strategi Penetrasi Pasar

Strategi Pengembangan Pasar

Strategi Pengembangan Produk

Segmentasi Pasar

STP (Segmentation, Targeting, Positioning)



Segmentasi {

- Membagi pasar menjadi segmen-segmen kecil.

Targeting {

- Memilih segmen yang akan menjadi fokus utama.

Positioning {

- Membangun citra produk di pasar yang sesuai dengan target.

Taktik Pemasaran



Differensiasi

- Product
- Service
- People
- Image

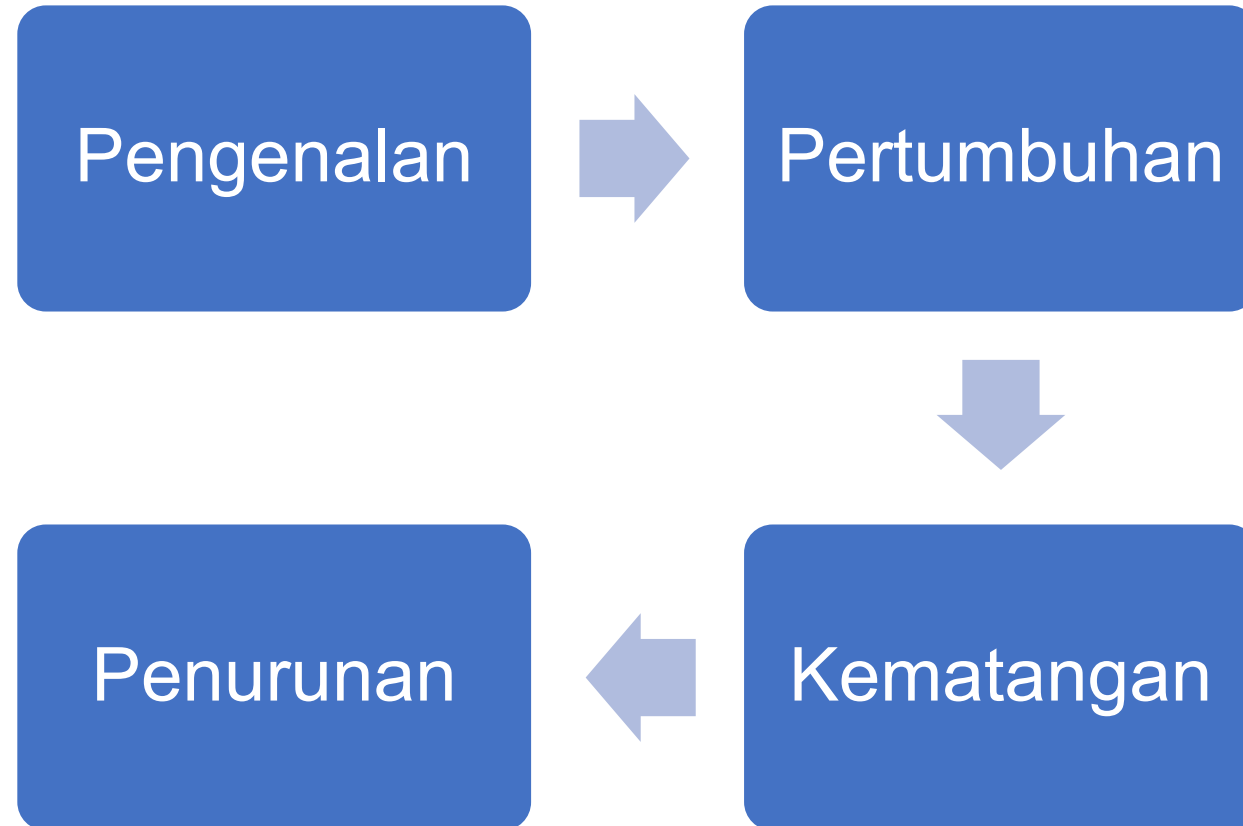
Bauran Pemasaran

- Product
- Price
- Place
- Promotion

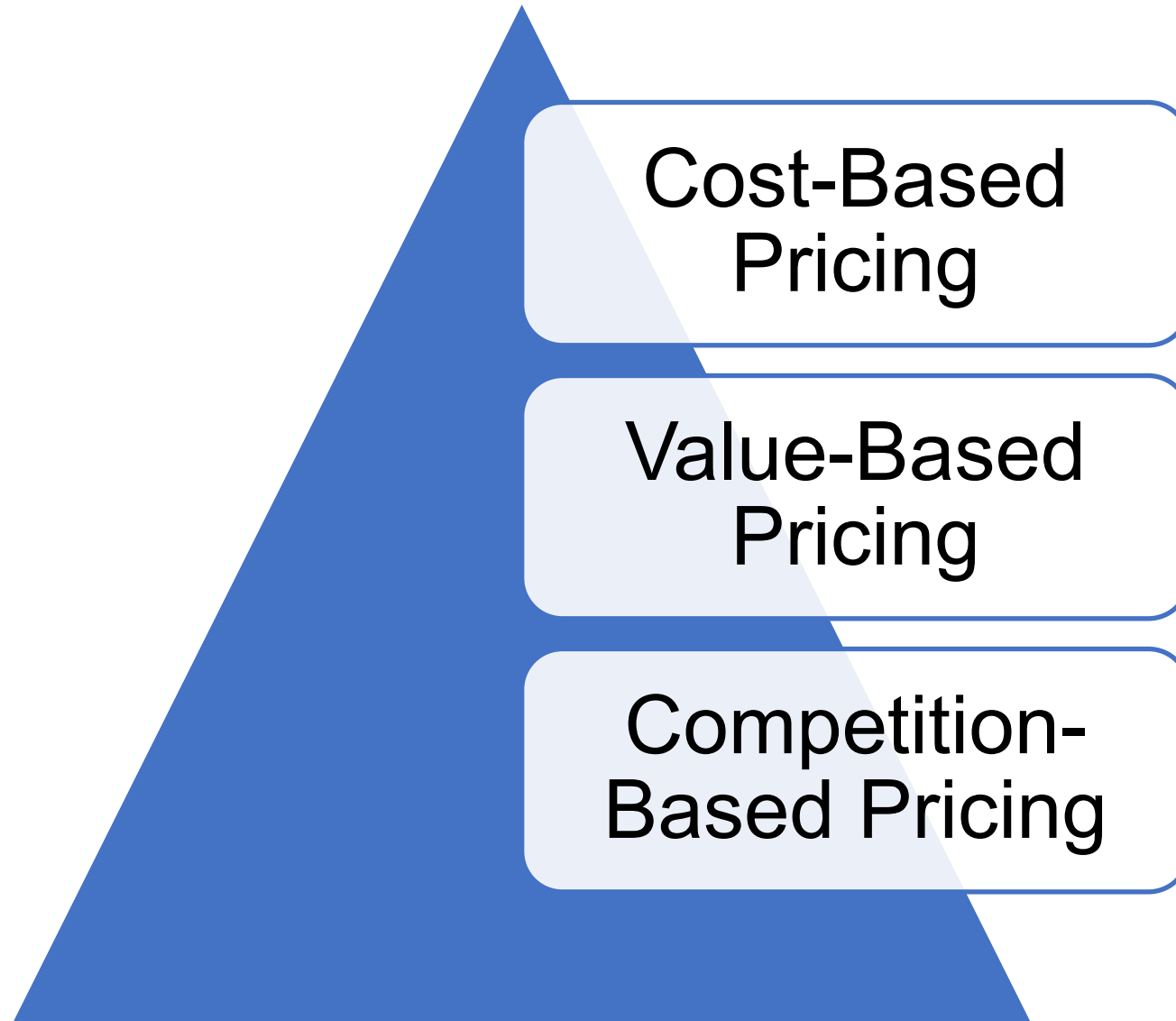
Penjualan

- Fitur selling
- Benefit selling
- Solution selling

Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)



Harga (Price)



Tempat (Place)



Saluran 2

- Distribusi eceran dari produk konsumsi
- Produsen >> Produsen >> Konsumen

Saluran 1

- Distribusi langsung dari produk konsumsi
- Produsen >>>> Pemakai

Saluran 3

- Distribusi grosir dari produk konsumsi
- Produsen >> Grosir >> Pengecer >> Konsumen

Saluran 4

- Distribusi melalui agen penjualan
- Produsen >> Agen >> Grosir >> Pengecer >> Konsumen