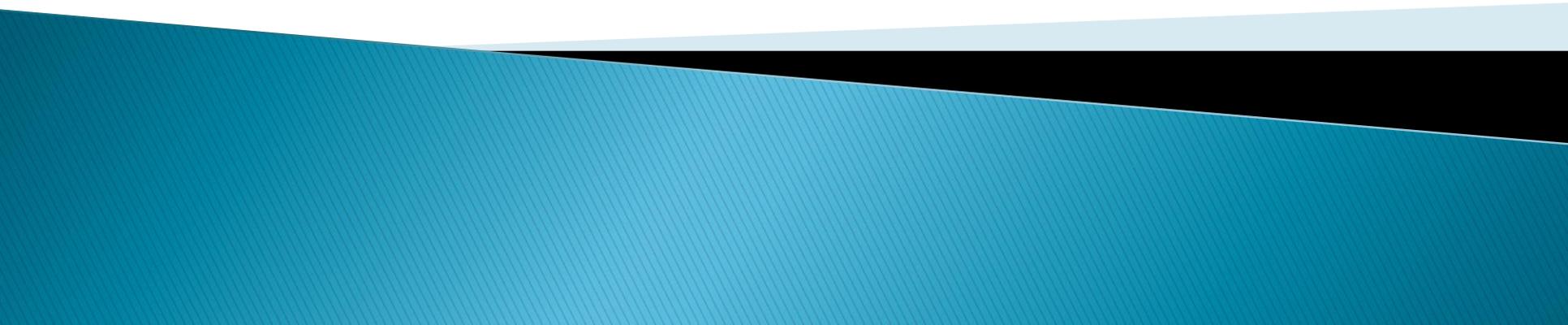
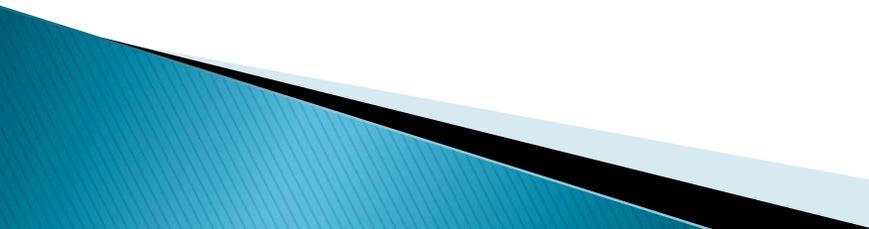


KONSEP PEMASARAN DAN ORIENTASI PASAR



KONSEP PEMASARAN

- ▶ Konsep Produksi (*Production Concept*) berkeyakinan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia di mana-mana dan harganya murah.
 - ▶ Konsep Produk (*Product Concept*) berpandangan bahwa konsumen bakal menyukai produk-produk yang memberikan kualitas, kinerja atau fitur inovatif terbaik.
- 

- ▶ Konsep Penjualan (*Selling Concept*) berkeyakinan bahwa konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk dalam jumlah banyak, jika mereka tidak diyakinkan dan bahkan bila perlu dibujuk.
 - ▶ Konsep Pemasaran (*Marketing Concept*) berpandangan bahwa kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan.
- 

▶ Konsep Pemasaran Sosial (*Societal marketing concept*)

berkeyakinan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

PERSPEKTIF BARU DALAM PEMASARAN

- ▶ Pemasaran bukan lagi sekedar departemen atau fungsi manajerial dalam sebuah organisasi.
 - ▶ Pemasaran telah menjelma menjadi filosofi dan cara berbisnis yang berorientasi pada pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan secara efektif, efisien, dan etis.
- 

ORIENTASI PASAR

- ▶ Market orientation = MO merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran