

FUNGSI PEMASARAN DALAM PERUSAHAAN

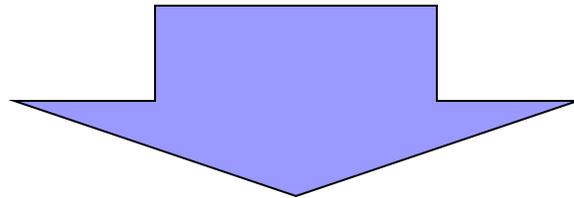
Definisi



Pemasaran meliputi:

- Perumusan jenis produk
- Perhitungan jumlah kebutuhan akan produk
- Bagaimana cara menyalurkan produk
- Seberapa tinggi harga yang harus ditetapkan
- Cara promosi
- Bagaimana mengatasi persaingan
- dll

Unsur-Unsur Pemasaran



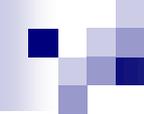
4 P

Product

Price

Place

Promotion



1. Product

Pemilihan barang yang ditawarkan secara tepat kepada konsumen.

Hal-hal yang terkait dengan produk

Pemilihan barang

- Barang lama
- Barang baru

Merk barang

Ragam barang

- Satu Jenis
- Banyak jenis

Pembungkus barang

- Indah
- Khusus
- Baik

Jenis pembungkus

- Kemasan primer

- Bungkus yang langsung menyentuh produk.

- Kemasan sekunder

- Bahan yang melindungi kemasan primer.
- Sebagai pelindung tambahan
- Sebagai promosi

- Kemasan pengiriman

- Kemasan untuk menyimpan dan mengirim produk.

Jenis-jenis produk

a. Barang konsumsi

- Barang yang dibeli oleh masyarakat untuk dikonsumsi sehari-hari.

- Jenis:

barang konvenien (kebutuhan sehari-hari)

barang shopping (perabot rumah tangga)

barang mewah

b. Barang industrial

- Barang yang dibutuhkan dan dibeli konsumen untuk digunakan sebagai alat usaha/alat produksi lagi.
- Jenis:
 - Bahan baku
 - Bahan pembantu
 - Peralatan produksi
 - Mesin
 - Peralatan kantor, dsb.

2. Price

- Penetapan harga jual barang sesuai kualitas, dan dapat dijangkau konsumen.
- Dasar penetapan harga:
 - Biaya
 - Harga barang substitusi
 - Konsumen/daya beli konsumen
 - Peraturan pemerintah
 - persaingan

Tujuan penetapan harga

- Meningkatkan penjualan
- Mempertahankan market share
- Menstabilkan tingkat harga
- Mengembalikan investasi
- Mancapai laba maksimum

Modifikasi harga

- Menurut pelanggan
 - Tiket pelajar dan umum
- Menurut bentuk produk
 - Corak pada kain batik
- Menurut tempat
 - Ayam goreng pada KFC dan warung lokal
- Menurut waktu
 - Pemakaian telepon.

Beberapa bentuk penerapan harga

■ Psikologis

- Memberi kesan murah
- Harga: Rp. 499.999,-

■ Bertingkat

- Perbedaan harga menurut kualitas, model atau ukuran yang berbeda.

Beberapa bentuk penerapan harga

■ Pemberian potongan

- Potongan atas pembelian jml tertentu
- Potongan atas harga tunai

■ Geografis

- Pembedaan harga produk untuk daerah penjualan yang berbeda.

3. Place (distribusi)

- Menyangkut pemilihan cara pendistribusian barang yang memenuhi kebutuhan konsumen.

Bentuk saluran distribusi

Saluran 1

- Distribusi Langsung dari Produk Konsumsi
- Produsen --->> Pemakai

□ Kebaikan:

- Konsumen tidak perlu memikirkan transportasi
- Lebih mudah mengecek barang pesanan
- Pengusaha lebih dekat dengan konsumen

Saluran 2

- Distribusi Eceran dari Produk konsumsi
- Produsen -->> Produsen -->> konsumen

Saluran 3

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

Saluran 4

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

4. Promotion

- Menyangkut pemilihan kebijaksanaan promosi yang tepat.

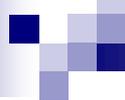
Alat untuk promosi:

- ❖ Iklan
- ❖ Penjualan pribadi
 - ❖ Syarat Salesman :
 - mempunyai pengetahuan luas
 - tidak memaksa
 - memberikan kesan baik
- ❖ Promosi penjualan
 - ❖ *discount*, kredit, pameran, pemberian contoh barang, undian, sponsor kegiatan, dll.



Penelitian Pasar

- Adalah kegiatan pengumpulan dan analisis data yang berhubungan dengan usaha penjualan barang.



Tujuan penelitian pasar

- Ingin mengetahui potensi pasar yang ada.
- Ingin mengetahui bagian pasar yang dikuasainya.
- Ingin mengetahui kegemaran langganan.

Tujuan penelitian pasar

- Ingin mengetahui ketatnya persaingan yang dihadapi.
- Ingin mengetahui unsur lingkungan yang mempengaruhi penjualan.

Tahap-tahap penelitian pasar

- Merumuskan persoalan yang dihadapi
- Menentukan sasaran penelitian
- Menyusun daftar pertanyaan penelitian
- Menetapkan metode penelitian
- Pelaksanaan penelitian
- Analisis data