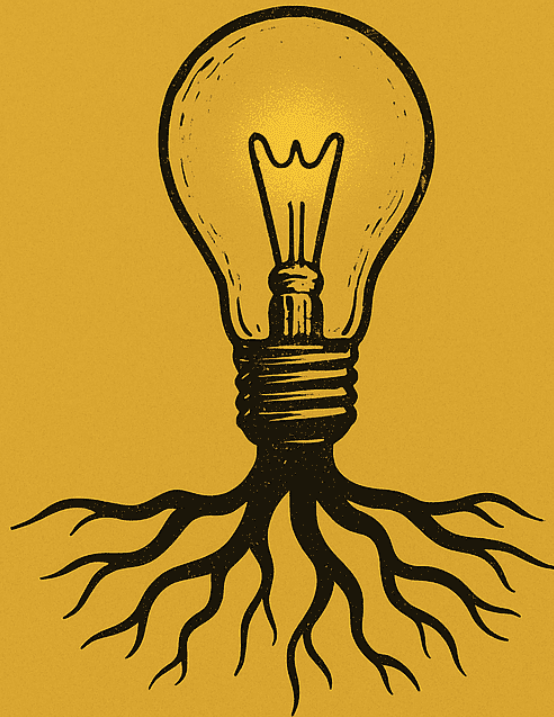


KEMBALI KE AKAR

**MEMAHAMI
MARKETING 1.0**



IMAJIMATRA STUDIO

Kata Pengantar

Dalam era digital yang sarat dengan algoritma, personalisasi, dan teknologi canggih, mudah sekali melupakan akar dari pemasaran: produk dan kebutuhan manusia. E-book ini mengajak kita menoleh ke belakang, ke masa ketika pemasaran tidak serumit sekarang—yaitu era **Marketing 1.0**.

Bagi pemula, pelaku UMKM, maupun pebisnis mapan yang ingin menyederhanakan strategi mereka, mari kita gali kembali esensi dasar dari dunia pemasaran.

Bab 1: Apa Itu Marketing 1.0?

Marketing 1.0 adalah fase pertama dari evolusi pemasaran yang fokus utama pada **produk**. Konsep ini berkembang pada masa Revolusi Industri ketika perusahaan hanya perlu memproduksi barang sebanyak mungkin dan menjualnya.

Ciri-ciri Marketing 1.0: - Fokus pada kualitas produk - Asumsi: produk bagus akan dicari pelanggan - Komunikasi satu arah - Target: pasar massal, bukan individu - Strategi utama: distribusi dan harga kompetitif

Bab 2: Pilar-Pilar Utama

1. Produk sebagai Raja

Perusahaan mengandalkan kekuatan fitur dan keunggulan produk. Inovasi produk adalah senjata utama.

2. Produksi Massal

Produksi dalam skala besar agar harga turun dan produk tersedia luas.

3. Iklan Sederhana

Promosi dilakukan lewat media konvensional: surat kabar, radio, dan papan iklan. Fokusnya pada fakta, bukan emosi.

4. Pasar Luas dan Umum

Tidak ada segmentasi mendalam. Semua orang dianggap punya kebutuhan yang sama.

Bab 3: Contoh Kasus Nyata

- **Ford Model T (1908):** Mobil yang diproduksi massal dengan satu model warna: hitam. Fokus utama adalah efisiensi dan harga terjangkau.
 - **Sabun Lifebuoy:** Pada awal peluncurannya hanya menonjolkan fungsi: membunuh kuman. Tak ada narasi gaya hidup atau aspirasi.
 - **Produk UKM Tradisional:** Seperti jamu atau kerajinan tangan yang mengandalkan kekuatan produk dan kualitas bahan.
-

Bab 4: Kelebihan dan Kekurangan Marketing 1.0

✓ Kelebihan:

- Efisien untuk produk baru
- Biaya pemasaran rendah
- Cocok untuk pasar dengan permintaan tinggi dan kompetitor rendah

✗ Kekurangan:

- Tidak mengenal preferensi pelanggan
 - Rentan kalah saat pesaing menawarkan nilai emosional atau pengalaman
 - Tidak relevan untuk pasar yang sudah matang dan jenuh
-

Bab 5: Relevansi Marketing 1.0 di Era Modern

Meskipun kini kita berada di era Marketing 4.0 dan 5.0, prinsip-prinsip dasar dari Marketing 1.0 tetap penting:

- Untuk bisnis baru yang belum punya pasar
- Untuk produk fungsional dengan kebutuhan jelas
- Untuk edukasi internal tim soal nilai dari produk itu sendiri

Menggabungkan strategi modern dengan pendekatan klasik bisa menjadi kombinasi efektif.

Bab 6: Praktikkan di Bisnis Anda

- **Kenali Produk Anda dengan Jujur:** Apa manfaat paling nyata?
- **Jelaskan Tanpa Basa-basi:** Hindari narasi berlebihan. Fokus pada solusi.

- **Uji Distribusi dan Harga:** Apakah produk mudah ditemukan? Apakah harganya kompetitif?
 - **Gunakan Media Sederhana:** Poster, brosur, dan testimoni nyata seringkali lebih dipercaya daripada iklan online berlebihan.
-

Penutup

Marketing 1.0 bukan metode yang ketinggalan zaman, tapi akar yang kuat. Jika akar sehat, pohon akan tumbuh dengan baik. Maka sebelum berbicara soal artificial intelligence, CRM, dan customer journey—pastikan dulu produk Anda benar-benar layak dan dibutuhkan.

Salam Hangat,
Imajimatra Studio