

Pemasaran: Menciptakan Nilai
Konsumen Melalui Pendekatan
Konsumen (*engagement*)

Apa itu pemasaran?

Dibandingkan dengan fungsi bisnis lainnya, pemasaran yang paling banyak berhubungan dengan konsumen.

Pemasaran adalah upaya **mendekati konsumen** dan **mengelola hubungan** dengan konsumen yang menguntungkan.

```
graph TD; A[Pemasaran adalah upaya mendekati konsumen dan mengelola hubungan dengan konsumen yang menguntungkan.] --> B[Menarik konsumen baru dengan menyampaikan nilai superior.]; A --> C[Menjaga dan mengembangkan konsumen terkini dengan menghantarkan nilai dan kepuasan.];
```

Menarik konsumen baru dengan menyampaikan nilai superior.

Menjaga dan mengembangkan konsumen terkini dengan menghantarkan nilai dan kepuasan.

Pemasaran: lebih dari sekedar
penjualan dan periklanan

- Penjualan dan periklanan hanya merupakan bagian dari kegiatan pemasaran secara lebih luas.
- Pemasaran merupakan proses di mana perusahaan mendekati konsumen, membangun hubungan pelanggan, dan menciptakan nilai sehingga nantinya perusahaan dapat menangkap nilai dari pelanggan.

Apa saja proses yang dikerjakan dalam manajemen pemasaran?

4 proses pertama bertujuan untuk menciptakan nilai pelanggan yang superior

Memahami pasar dan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Merancang sebuah strategi yang didorong oleh nilai pelanggan.

Mengonstruksi dan mengintegrasikan program pemasaran.

Mendekati pelanggan, membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan dan menciptakan kepuasan pelanggan.

Menangkap nilai dari konsumen untuk menciptakan laba dan modal pelanggan.

Lima konsep inti mengenai pelanggan dan pasar (*marketplace*)

Kebutuhan,
keinginan dan
permintaan.

Penawaran pasar
(produk, jasa dan
pengalaman).

Nilai an
kepuasan.

Pertukaran

Pasar (markets).

- Kebutuhan merupakan rasa kekurangan (*deprivation*) dalam diri manusia.
- Kebutuhan ini termasuk kebutuhan fisik (makanan, pakaian, dan rasa aman), kebutuhan sosial (terlibat dalam pergaulan), dan kebutuhan individual (pengetahuan dan ekspresi diri).
- Keinginan merupakan kebutuhan manusia yang dibentuk berdasarkan budaya dan personalitas individu.
- Permintaan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui produk dan jasa tertentu (yang memiliki nilai dan kepuasan paling tinggi) dengan menukarkan sumber daya yang dimiliki.

Penawaran pasar (produk, jasa, dan pengalaman)

- Penawaran pasar merupakan kombinasi produk, jasa, informasi, atau pengalaman yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar.
- Pengombinasian penawaran ini penting agar kita dapat menyentuh kebutuhan dan keinginan konsumen lainnya secara tepat.
- Selain itu, pengmbinasian ini juga bertujuan untuk menciptakan pengalaman merek (*brand experience*) bagi pelanggan.

Nilai dan kepuasan pelanggan

- Bagaimana pelanggan memutuskan penawaran-penawaran yang sesuai dengan kebutuhannya?
- Pelanggan membuat ekspektasi mengenai nilai dan kepuasan yang ditawarkan serta membeli produk berdasarkan nilai dan kepuasan tersebut.

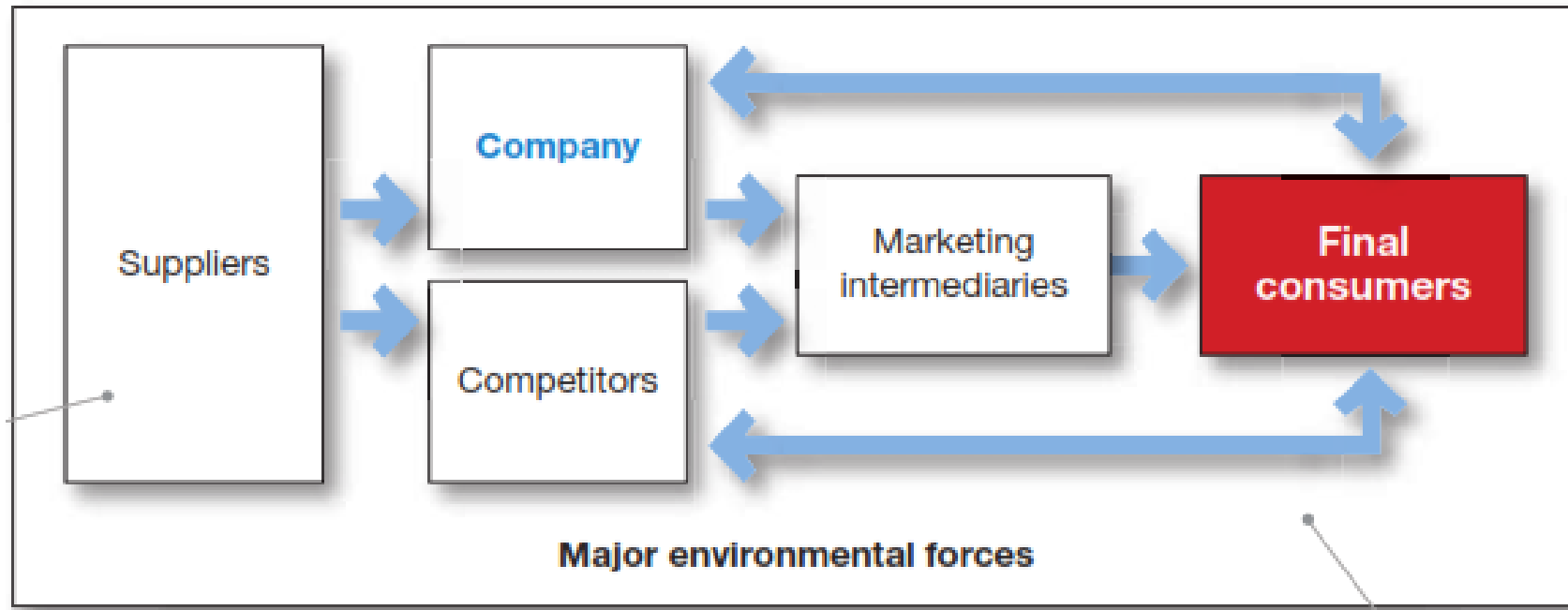
Pertukaran

- Pertukaran merupakan tindakan mendapatkan sebuah objek dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbal baliknya.
- Pemasaran bertujuan untuk menciptakan, memnjaga, dan mengembangkan hubungan pertukaran dengan pelanggannya.

Pasar (*markets*)

- Pasar merupakan kumpulan pembeli aktual dan potensial atas produk atau jasa.
- Kegiatan pemasaran bertujuan untuk mengelola pasar. Pada akhirnya, pengelolaan pasar diharapkan dapat membawa hubungan pelanggan yang menguntungkan.
- Konsumen dikatakan sebagai pasar ketika mereka melakukan pencarian produk, berinteraksi dengan perusahaan untuk mendapatkan informasi, dan kemudian melakukan pembelian.

Bagaimana membangun
hubungan pelanggan yang
menguntungkan?



- Hubungan pelanggan yang menguntungkan tidak hanya ditentukan oleh perusahaan sendiri tetapi juga oleh entitas lain dalam system di atas.