**Menyusun Rencana Pemasaran Yang Kuat Dengan**

**Aktivitas Pemasaran Griliya**

****

Disusun oleh**:**

**Kelompok**

Muhammad Junaidi : 2210010575

M.Rafly Aulia Akbar : 2210010574

**UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN**

**MUHAMMAD ARSYAD AL-BANJARI**

**BANJARMASIN**

**Kata Pengantar**

Puji syukur kita sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya kepada kami, karena dapat menyelesaikan makalah yang berjudul “ Menyusun Rencana Pemasaran Yang Kuat Dengan Aktivitas Pemasaran Griliya” ini tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk memenuhi tugas dosen pada mata kuliah Kewirausahaan. Selain itu, makalah ini juga bertujuan untuk menambah wawasan tentang model bisnis bagi para pembaca dan juga bagi penulis.

Kami menyadari, makalah yang kami tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan kami nantikan untuk makalah ini.

Banjarbaru, Oktober 2023

Penulis

**Daftar Isi**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Pemasaran bergrilya adalah strategi pemasaran yang inovatif dan tidak konvensional yang bertujuan untuk mendapatkan hasil maksimal dari sumber daya yang minimal. Strategi ini sering melibatkan pendekatan yang kreatif, seperti acara, pameran, atau kampanye media sosial yang inovatif untuk menjangkau target pasar.

1. **Permasalahan**

Dalam makalah ini penulis akan membahas persoalan yang berkaitan dengan hal

sebagai berikut:

1. Identifikasi target pasar
2. Strategi pemasaran bergrilya
3. Rencana pelaksanaan
4. Evaluasi dan pengukuran hasil
5. Strategi pemasaran dalam penetapan posisi
6. **Tujuan**

Langkah pertama dalam menyusun rencana pemasaran adalah menentukan tujuan pemasaran Anda. Tujuan ini harus spesifik, dapat diukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu (SMART). Tujuan ini akan menjadi dasar dari semua strategi pemasaran Anda.

1. **Manfaat**

Mengutip Ambient, berikut manfaat guerilla marketing:

1. Bagus untuk Anggaran Rendah

Kunci guerilla marketing adalah menggunakan metode promosi yang tidak konvensional untuk terlibat dengan konsumen dengan cara baru dan menarik. Banyak pengalaman bersifat interaktif dan dapat terjadi di tempat yang tidak terduga, memberikan cara untuk menghemat biaya untuk membangun brand awareness (kesadaran merek).

2. Menjadi Viral

Di masa kini aktivitas kita lekat dengan penggunaan smartphone (gawai), media sosial, dan budaya 'selfie' atau aktivitas sehari-hari yang didokumentasikan secara online. Perusahaan bisa memanfaatkan tren ini untuk membuat kampanye menarik yang menjadi viral untuk mengumpulkan jutaan penayangan.

3. Membangun Kemitraan

Guerilla marketing bisa dilakukan dengan membangun kemitraan atau berkolaborasi dengan pebisnis lokal maupun organisasi atau LSM untuk membuat kampanye. Dengan kemitraan ini, kamu bisa mendatangkan target konsumen yang ideal dengan mudah.

4. Unik dan Mudah Diingat

Guerilla marketing yang sukses bisa menimbulkan emosi yang kuat dan tidak terlupakan bagi konsumen. Beberapa iklan bahkan bisa memberikan efek kejut atau menakut-nakuti sementara waktu, tentu saja hal ini untuk mendapatkan dampak yang diinginkan.

**BAB II**

**LANDASAN TEORITIS**

1. **Identifikasi Target Pasar**

Setelah menentukan tujuan, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi target pasar Anda. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang demografi, perilaku, dan kebutuhan pelanggan Anda. Pengetahuan ini akan membantu Anda merancang strategi pemasaran yang akan menarik dan beresonansi dengan target pasar Anda.

1. **Strategi Pemasaran Bergrilya**

Strategi pemasaran bergrilya melibatkan menciptakan pengalaman yang unik dan menarik bagi pelanggan. Ini bisa berupa acara, pameran, atau kampanye media sosial yang inovatif. Strategi ini harus dirancang dengan mempertimbangkan target pasar dan tujuan pemasaran Anda.

Berkut beberapa strategi pemasaran bergrilya

1. Gunakan “surprise factor”

Salah satu taktik guerilla marketing yang paling penting, dan alasan utama keefektifannya, adalah elemen kejutan. Perbedaan antara iklan biasa di papan reklame dan kampanye pemasaran sekitar yang menempatkan es krim besar di trotoar adalah faktor kejutannya. Untuk menciptakan elemen kejutan, Anda perlu berpikir dengan cara yang orisinal dan kreatif, karena konsumen tidak dapat dikejutkan oleh sesuatu yang mereka ketahui dan kenal. Setelah Anda berhasil mengejutkan konsumen, Anda telah menarik perhatian mereka dan membuat kesan yang tak terlupakan.

2. Lakukan riset

Meskipun pemasaran gerilya harus tampak spontan dan acak, Anda perlu melakukan banyak penelitian dan perencanaan yang matang sebelum meluncurkan kampanye pemasaran gerilya. Agar pemasaran gerilya efektif, pesan dan pelaksanaan kampanye harus cerdas dan sangat orisinal. Ini, bersama dengan fakta bahwa kampanye semacam ini biasanya tidak memiliki jumlah besar, membutuhkan kreativitas, serta pemahaman mendalam tentang pandangan dunia dan preferensi audiens target.

3. Libatkan audiens

Pemasaran gerilya berusaha untuk menghibur dan menarik minat konsumen untuk menciptakan kesan yang langgeng dan positif dari merek. Salah satu cara terbaik untuk mendapatkan perhatian audiens Anda dan membuat mereka tetap terhibur adalah dengan melibatkan mereka dalam kampanye. Apakah Anda meminta konsumen untuk mengeluarkan produk Anda dari mesin penjual otomatis, berpose untuk foto atau duduk di sofa Anda di trotoar, mereka jauh lebih mungkin untuk mengingat merek Anda jika kampanye Anda memerlukan interaksi.

4. Jangan terlalu memaksakan diri

Agar pemasaran gerilya berhasil, audiens harus rela terlibat dengan kampanye. Mereka seharusnya tidak merasa tertekan untuk berpartisipasi dalam kampanye Anda atau membeli produk Anda karena hal itu mungkin membuat mereka cenderung tidak terlibat. Ini berarti bahwa Anda harus menyadari kebutuhan konsumen Anda dan mendekati mereka dengan hormat. Jika Anda menargetkan audiens tertentu, melakukan penelitian yang tepat akan memberi Anda wawasan tentang cara terbaik untuk mendekati mereka.

5. Memiliki pesan ringkas dan amplifikasi Media

Kunci keberhasilan kampanye pemasaran gerilya adalah pesan yang jelas dan ringkas yang disesuaikan dengan audiens target, ditambah dengan rencana komunikasi strategis untuk amplifikasi pasca-acara. Pastikan Anda mengerti bahwa pesan dari iklan yang Anda sampaikan ddialami oleh sedikit orang dan dilihat oleh banyak orang.

6. Jangan menjadi peniru

Teknik guerilla marketing yang paling sukses harus tidak konvensional dan orisinal jika Anda benar-benar ingin menarik perhatian audiens Anda. Konsumen dapat melihat langsung melalui peniru dan orisinalitas iklan yang Anda sampaikan, tetapi mereka menghargai pemasar yang pintar dan menarik.

7. Jangan fokus menjadi viral

Jangan bertujuan untuk viral. Memiliki sesuatu yang menjadi viral adalah idola palsu. Pastikan strategi ini bertujuan untuk sesuatu yang benar-benar menambah nilai bagi kehidupan konsumen. Konsumen adalah orang-orang yang menyukai konten, dan itu diterjemahkan ke dalam penjualan.

1. **Rencana Pelaksanaan**

Setelah menentukan strategi, Anda perlu membuat rencana pelaksanaan. Rencana ini harus mencakup detail seperti tanggal pelaksanaan, anggaran, dan sumber daya yang dibutuhkan. Rencana ini akan membantu Anda memastikan bahwa semua aspek dari strategi pemasaran Anda telah dipertimbangkan dan siap untuk dilaksanakan.

1. **Evaluasi dan Pengukuran Hasil**

Setelah pelaksanaan, penting untuk mengukur hasil dari strategi pemasaran Anda. Ini melibatkan penilaian terhadap sejauh mana tujuan pemasaran Anda telah tercapai dan identifikasi area yang mungkin memerlukan perbaikan. Pengukuran ini akan membantu Anda membuat penyesuaian yang diperlukan dan memastikan bahwa strategi pemasaran Anda tetap efektif.

**BAB III**

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Pemasaran bergrilya adalah strategi pemasaran yang efektif yang dapat membantu Anda mencapai tujuan pemasaran Anda dengan sumber daya yang minimal. Dengan menentukan tujuan, mengidentifikasi target pasar, menentukan strategi, membuat rencana pelaksanaan, dan mengukur hasil, Anda dapat menyusun rencana pemasaran yang kuat yang akan membantu Anda mencapai sukses dalam pemasaran bergrilya.

1. **Daftar Pustaka**
2. Levinson, J.C., & Godin, S. (1994). Guerrilla Marketing: Secrets for Making Big Profits from Your Small Business. Houghton Mifflin Harcourt.
3. Sernovitz, A. (2012). Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking. Kaplan Publishing.
4. Hughes, M. (2005). Buzzmarketing: Get People to Talk About Your Stuff. Penguin.
5. Sugi Priharto. Apa itu Guerilla Marketing? Berikut Pengertian, Contoh, dan Strategi Penerapannya. Kledo. [https://kledo.com/blog/apa-itu-guerilla-marketing/](https://kledo.com/blog/apa-itu-guerilla-marketing.) . (Diakses 04-12-2023).
6. Aditya Mardiastuti. "Guerilla Marketing: Pengertian, Jenis, Manfaat, dan Contohnya". Detik Finance, 22 Sep 2022. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6305868/guerilla-marketing-pengertian-jenis-manfaat-dan-contohnya> . (Diakses pada 04-12-2023)