

STRATEGI PEMASARAN
“PERUSAHAAN CRACK”
KELOMPOK 5



Disusun Oleh :

Delly Agus Prasetyo	10 / MI3E
Dhimas Bayu Ilham R	11 / MI3E
Fara Maulidia N	12 / MI3E
Mega Maduratna J	20 / MI3E
Muhammad Syafrizal	22 / MI3E

PRODI D-III MANAJEMEN INFORMATIKA
JURUSAN TEKNOLOGI INFORMASI
POLITEKNIK NEGERI MALANG
TAHUN 2020

CONTOH MARKETING MIX OF ADIDAS COMPANY

PRODUK

Perusahaan Adidas merupakan perusahaan sepatu asal Jerman yang memulai memproduksi sepatu pada tahun 1949. Produk yang dikeluarkan Adidas umumnya bertemakan sport, seperti:

- Sepatu sport
- Tas
- Jaket
- Topi
- T-shirt polo
- dan berbagai macam perlengkapan olahraga lainnya

Meskipun Adidas memproduksi produk-produk itu, namun produk sepatu sport/olahraga merupakan fokus utama dan keunggulan dari perusahaan Adidas. Sepatu olahraga yang diproduksi juga bermacam-macam, seperti:

- Sepatu Futsal
- Sepatu Running
- Sepatu Sepak Bola
- Sepatu Basket
- dan lain lain

PRICE

Price seperti yang kita ketahui adalah harga jual dari produk tersebut yang akan dipasarkan kepada target pasar.

Adidas memasang target pasar kalangan menengah keatas, maka dari itu Adidas memasang harga yang masih bisa dijangkau oleh kalangan menengah keatas dengan kualitas produknya yang berstandar internasional.

PLACE

Di Jerman yang merupakan negara awal berdirinya perusahaan Adidas, ada 150 cabang distributor yang dipantau langsung oleh pemimpin perusahaan. Sampai tahun 2009 Adidas mempekerjakan 38.982 orang, belum lagi yang ada di berbagai negara lainnya.

PROMOTION

1. Ambassador

Setiap produk yang dirilis oleh Adidas memiliki karakteristik dan jenis iklan yang berbeda, karena disetiap produk pastinya memiliki kecocokan tersendiri. Contohnya di bidang sepakbola, Adidas memiliki brand ambassador seperti Messi, Gareth Bale, dan Suarez.

2. Iklan

Perusahaan Adidas memiliki berbagai macam iklan yang dapat mendorong target pasarnya tertarik pada produknya tersebut. Karena iklan yang ditampilkan oleh Adidas seringkali dibintangi oleh mega-bintang sepakbola, contohnya Messi.

3. Event

Biasanya perusahaan Adidas mengadakan event kejuaraan futsal atau event kejuaraan-kejuaraan olahraga yang menjadikan peralatan olahraga Adidas berkualitas tinggi dan produk yang mahal sebagai hadiah utamanya.

4. Public Relations

Public Relation yang bekerja pada perusahaan Adidas bertugas untuk melakukan kegiatan yang sistematis untuk mencapai citra positif perusahaan dan meyakinkan customer bahwa produk-produk dari perusahaan Adidas berkualitas.

PEOPLE

Perusahaan Adidas sangat memperhatikan kepuasan customer. Maka dari itu perusahaan Adidas sangat selektif untuk mempekerjakan karyawannya.

Aspek “People” sangat berpengaruh dalam kemajuan dan perkembangan perusahaan Adidas terutama dalam penjualan.

PROCESS

Ada beberapa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan Adidas untuk meningkatkan kepuasan para customer. Contohnya untuk proses pembelian sepatu Adidas ada dua acara yang dapat ditempuh, yaitu :

- Melalui distributor resmi

Dengan adanya distributor resmi di berbagai negara, kita bisa melakukan proses pembelian produk Adidas. Dibantu oleh karyawan yang akan membantu untuk memilih dan menentukan tipe sepatu atau asesoris apa yang akan kita beli.

- Distributor Online Resmi

Dengan adanya distributor online ini kita bisa melakukan proses pembelian produk dengan lebih mudah dengan tidak perlu mendatangi toko resmi Adidas, hanya melihat catalog dari distributor online tersebut dan langsung memesan apa yang akan kita beli. Tetapi dengan satu syarat, hanya distributor yang resmi. Karena hanya yang resmi lah yang kualitasnya tinggi serupa dengan yang ada di toko distributor.

PHYSICAL EVIDENCE

Upaya yang dilakukan oleh perusahaan Adidas agar produknya dibeli oleh calon pelanggan adalah dengan:

- Menata atau meletakkan produk unggulan maupun produk barunya di depan pintu masuk toko resminya agar customer tertarik untuk masuk ke tokonya dan melihat produk lainnya
- Membuat website yang elegan dan cukup mudah untuk di akses oleh customernya dengan berbagai domain berbagai negara.

PERUSAHAAN CRACK

- **PRODUK :**

Perusahaan crack merupakan perusahaan yang mengeluarkan produk berupa makanan olahan dari belalang, seperti :

- snack belalang

- **PRICE :**

Price seperti yang kita ketahui adalah harga jual dari produk tersebut yang akan dipasarkan kepada target pasar. Crack memang target pasar kalangan 5 tahun keatas, maka dari itu crack memasang harga yang masih bisa dijangkau oleh remaja dan dewasa.

- **PLACE :**

Perusahaan crack memiliki lapak di pinggir jalan yang ramai, atau menggunakan Google untuk lebih mempermudah calon pembeli online mengetahui lokasi perusahaan crack secara langsung.

- **PROMOTION :**

Perusahaan crack akan bekerja sama dengan influencer untuk mempromosikan produk agar mendorong customer untuk mencoba dan tertarik dengan produk crack

- **PEOPLE :**

Perusahaan crack sangat mengharapkan dengan produk kami bisa membantu untuk memenuhi kebutuhan protein customer.

Aspek “People” sangat berpengaruh dalam kemajuan dan perkembangan perusahaan crack terutama dalam penjualan.

- **PROCESS :**

Perusahaan Crack memetakan alur mulai dari produk serangga di produksi dengan bahan serangga yang berkualitas baik, bagaimana pengemasannya dengan rapi dan menarik, pemberian labeling yang menjadi identitas produk crack, distribusi dengan baik, hingga cara pembeli mendapatkan produk dan melakukan pembayaran.

- **PHYSICAL EVIDENCE :**

Upaya yang dilakukan oleh perusahaan crack agar produknya dibeli oleh calon pelanggan adalah dengan :

- Membuat website elegan dan cukup mudah untuk diakses oleh customer.
- Bekerjasama dengan perusahaan supermarket atau minimarket untuk menjual produk crack.