

Pertemuan 6

ASPEK PEMASARAN, ETIKA BISNIS & RISIKO USAHA

PEMASARAN

Pemasaran adalah

- Menurut **Philip Kotler**, pemasaran adalah "proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain". Dalam konteks ini, pemasaran tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang dapat menciptakan nilai yang lebih besar bagi kedua belah pihak (perusahaan dan konsumen).

Pemasaran juga mencakup strategi yang lebih luas, seperti:

- a. Segmentasi pasar (membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil dengan karakteristik serupa),
- b. Targeting (memilih kelompok pasar yang akan dijangkau),
- c. Positioning (menciptakan persepsi tertentu di benak konsumen tentang produk atau merek), serta taktik yang melibatkan penggunaan media komunikasi, promosi, dan distribusi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Konsep Dasar Pemasaran

Di dalam setiap kegiatan bisnis harus diusahakan agar wirausahawan memperhatikan konsep **AIDA+ S**.

AIDA + S merupakan singkatan dari:

- A** = *Attention* (perhatian)
- I** = *Interest* (minat/ketertarikan)
- D** = *Disire* (keinginan)
- A** = *Action* (tindakan)
- S** = *Satisfaction* (kepuasaan)

Tujuan dari pemasaran ini ***bagaimana menimbulkan kepuasan bagi konsumen.***

MARKETING MIX [*BAURAN PEMASARAN*]

yaitu kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan marketing agar dicapai kombinasi maksimal dan hasil yang paling memuaskan.

Marketing Mix terkenal dengan **konsep 7-P**, yaitu:

P1 = **Product** [produk]

P2 = **Price** [harga]

P3 = **Place** [saluran distribusi]

P4 = **Promotion** [promosi]

P5 = **People**

P6 = **Process**

P7 = **Physical evidence**



Media Promosi

• ***Company Profile (CP)***

Company profile adalah salah satu produk yang menjadi pendukung dalam pengembangan sebuah usaha. Setiap usaha akan menggambarkan deskripsi usahanya dan menampilkan keunggulan produknya dalam sebuah company profile. Klien atau pengguna sering melihat company profile sebelum ikut terlibat di dalamnya. Dengan demikian, keberadaan sebuah company profile menjadi salah satu syarat mutlak dimiliki oleh setiap badan usaha.

• **Katalog**

daftar barang dan jasa yang biasanya diperjual belikan oleh suatu perusahaan kepada para pembeli, end user ataupun perusahaan lainnya, yang mana bentuknya bisa bermacam-macam, seperti kartu, buku, lembaran atau digital yang sering disebut dengan e-katalog.

• **Banner,**

media promosi atau informasi berbentuk banner yang memiliki penyangga berbentuk "X" yang membuatnya bisa berdiri sendiri. media promosi berupa spanduk atau poster yang biasanya dicetak dengan gambar dan/atau teks untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan tertentu, seperti informasi produk, layanan, atau acara. Banner bisa dipasang di berbagai tempat strategis, baik secara fisik maupun online, untuk menjangkau target audiens.

• **Brosur,**

media promosi cetak yang berisi informasi ringkas dan jelas mengenai suatu produk, layanan, atau acara. Brosur biasanya dicetak pada selembarnya kertas yang dilipat dan didistribusikan untuk menarik perhatian dan memberikan informasi kepada calon pelanggan atau masyarakat umum.

ETIKA

- ❑ Suatu kegiatan usaha haruslah dilakukan dng etika atau norma-norma yg berlaku di masyarakat bisnis;
- ❑ **Etika** atau norma-norma itu digunakan agar para pengusaha tidak melanggar aturan yg telah ditetapkan dan usahanya dijalankan dgn memperoleh simpati dari berbagai pihak.



Pengertian secara luas:

- ❑ **Etika** adalah tata cara berhubungan dgn manusia lainnya, karena masing-masing masyarakat beragam adat dan budaya.
- ❑ **Etika** sering disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dng masyarakat.
- ❑ Tingkah laku itu perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yg berlaku dimasyarakat.

- Maka *Business ethics is system of “oughts” a collection of principles and rules of conduct base on belief abaout what is right or wrong business behaviour thats conforms to these principles is ethical* (schoell dalam alma, 2010:239)
- Etika bisnis ini sangat kompleks dan sensitif, tapi intinya bagi seorang wirausaha itu lebih baik merugi daripada melakukan tindakan yang tidak terpuji, seperti berlaku curang, tidak jujur, tidak menepati janji dan lain-lain.

Etika dan norma setiap pengusaha

1. KEJUJURAN
2. BERTANGGUNG-JAWAB
3. MENEPATI JANJI
4. DISIPLIN
5. TAAT HUKUM
6. SUKA MEMBANTU
7. KOMITMEN DAN MENGHORMATI
8. MENGEJAR PRESTASI

Tujuan dan manfaat Etika Wirausaha

- ❑ Tujuan etika harus sejalan dengan tujuan perusahaan;
- ❑ Manfaat etika bagi perusahaan:
 - ✓ Persahabatan dan pergaulan;
 - ✓ Menyenangkan orang lain;
 - ✓ Membujuk pelanggan;
 - ✓ Mempertahankan pelanggan;
 - ✓ Membina dan menjaga hubungan.

Bagaimana sikap dan perilaku wirausaha

Sikap dan perilaku pengusaha dan karyawan merupakan bagian penting dlm etika wirausaha yg diberikan kpd pelanggan, adapun sikap dan perilaku tsb adalah ;

1. Jujur dlm bertindak & bersikap,
2. Rajin, tepat waktu dan tdk malas,
3. Murah senyum, ramah tama, pandai bergaul,
4. Fleksibel dan suka menolong pelanggan,
5. Tanggung jawab dan rasa memiliki perusahaan

RISIKO USAHA : BANGKRUT DAN PAILIT

- “ *Bergerak memang belum tentu berhasil, tapi jika diam, sudah pasti gagal*”
- Bangkrut berasal dari Bahasa Indonesia yang artinya menderita kerugian besar hingga mengalami kejatuhan baik itu sebuah perusahaan, toko, dan sebagainya
- Pailit
kata pailit berasal dari bahasa Prancis – failite, yang berarti terjadinya kemacetan dalam proses pembayaran.
kepailitan merupakan persoalan terkait dengan ketidakmampuan debitur dalam membayar utangnya. Hal ini juga dituangkan ke dalam UU No. 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang.

Strategi Agar Tidak Pailit Dan Bangkrut

1. Belajar Mengatur Keuangan
2. Jangan Terlalu Tergoda Melihat Usaha Orang Lain
3. Pisahkanlah Antara Uang Pribadi dan Uang Hasil Bisnis Anda
4. Ciptakan Berbagai Strategi yang Efektif dan Efisien

TIPS USAHA VERSI MARKETING LANGIT

Marketing langit adalah salahsatu referensi bukan berbasis keilmuan marketing seperti yang kita pelajari pada umumnya di dunia pendidikan, tapi lebih kepada pendekatan kepada Yang Maha Kuasa (Kusnadi Ikhwan, 2014). Salahsatu marketing langit yang perlu dijalankan oleh setiap pengusaha adalah:

- Niatkan usaha karena ibadah
- Berbaik sangka kepada Tuhan YME
- Bersandar (Tawakal) kepada Tuhan YME
- Pandailah bersyukur.
- Merutinkan Shalat Dluha,
- Merutinkan Sedekah,
- Berbakti kepada orang tua,
- Perbaiki spiritual Diri.
- Jauhi Riba

Do the best, God Take the Rest!!

Tugas Kelp

- Membuat Design Promosi
 - Company Profile
 - Logo
 - X- Banner
 - Katalog
 - Brosur