

# RENCANA PEMASARAN DAN MEDIA PEMASARAN

PKWU X MIPA

By: Eryeni\_i

# Rencana Pemasaran

sebuah proses perkembangan sistematis dari susunan tindakan yang mengarah pada tujuan yang telah disepakati melalui proses analisis, evaluasi dan seleksi diantara kesempatan-kesempatan yang telah diprediksi sebelumnya.

**Tujuan :** agar semua orang bisa mengetahui tentang seputar produk-produk yang telah kita tawarkan, dan berusaha untuk membujuk mereka agar bersedia untuk membeli atau menggunakan produk yang telah kita tawarkan kepada pelanggan.

## Tahap proses perencanaan pemasaran

1.

Analisis situasi

4.

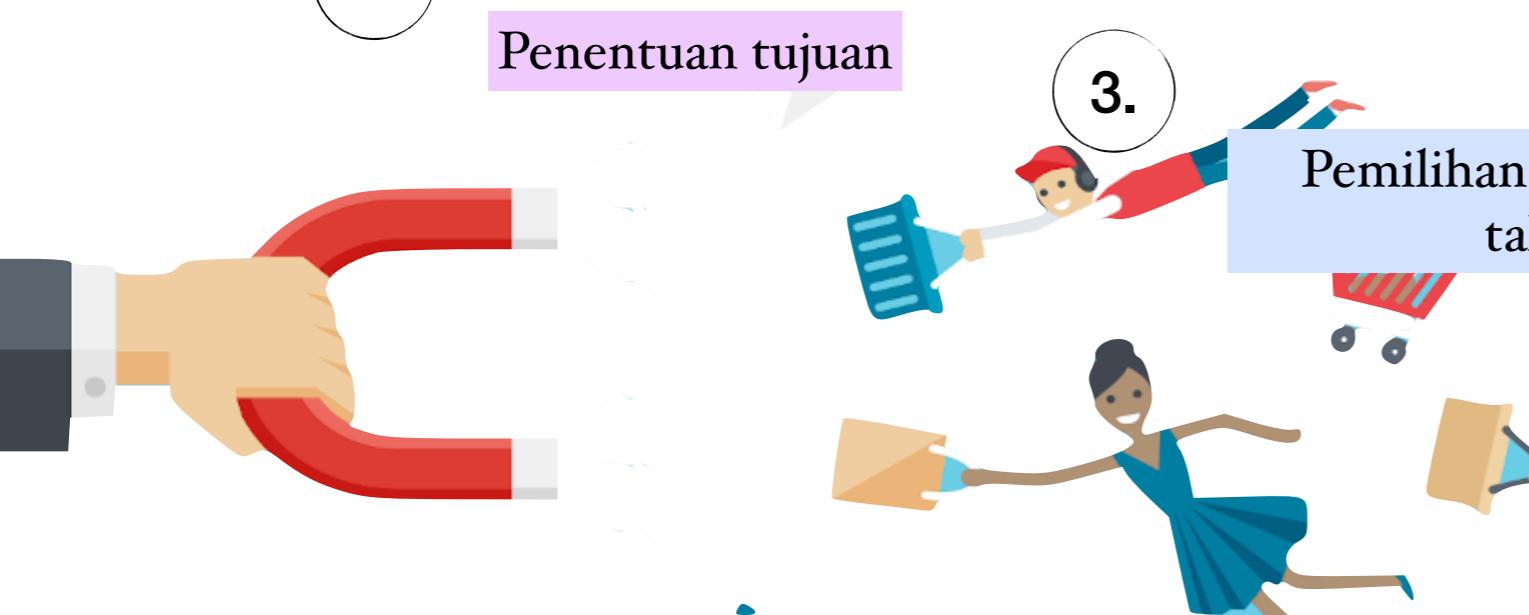
Penilaian hasil secara periodik

2.

Penentuan tujuan

3.

Pemilihan strategi dan taktik





# Konsep perencanaan pemasaran

## Perencanaan pelaksanaan usaha secara keseluruhan

Mencakup penentuan tujuan umum usaha dalam jangka panjang untuk mencapai tujuan tersebut.

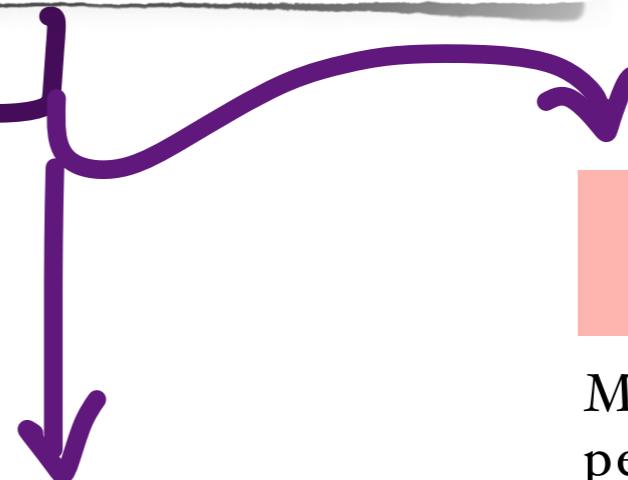
keuangan

produksi

kebutuhan tenaga kerja

riset dan pengembangan

penentuan sasaran pasar dan program pemasarannya



## Perencanaan pemasaran

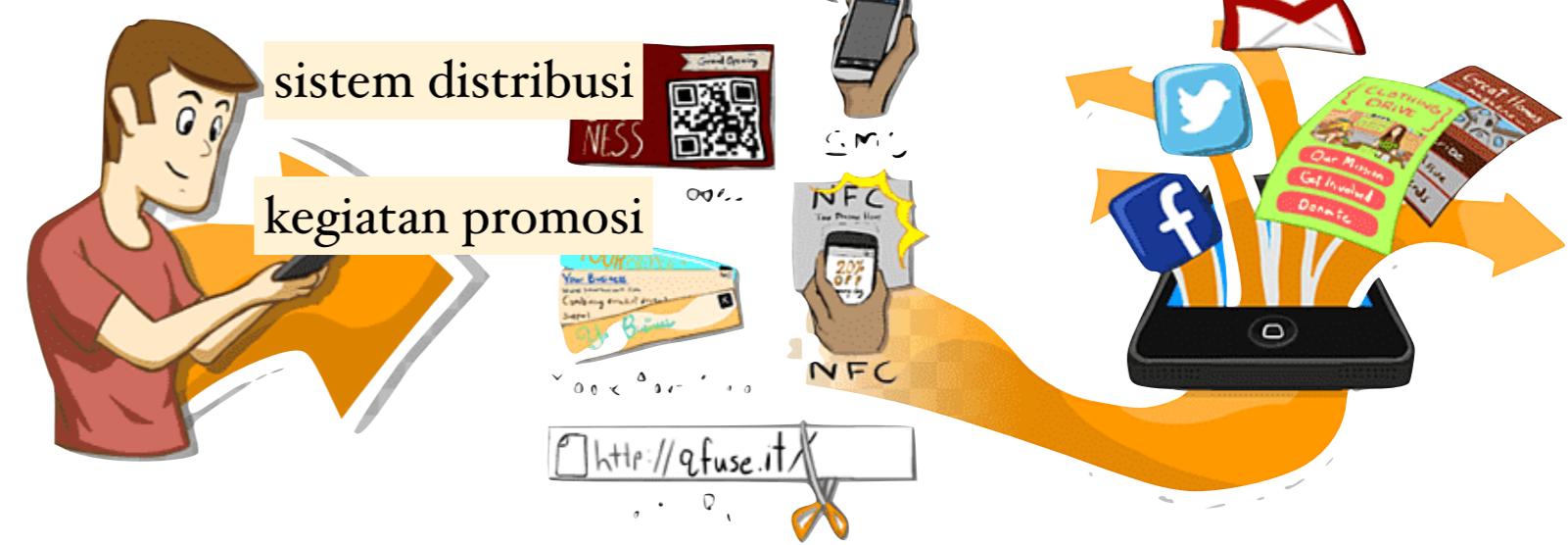
Mencakup pengembangan rencana jangka panjang untuk masalah-masalah yang luas dalam marketing

Produk

struktur harga

sistem distribusi

kegiatan promosi



# Rencana Pemasaran

## 1. Ringkasan eksekutif

gambaran mengenai hal-hal pokok dari rencana pemasaran

## 2. Analisis situasi

menyajikan data dan informasi mengenai situasi pemasaran yang meliputi situasi pasar, situasi produk, situasi persaingan dan situasi distribusi.

## 3. Analisis SWOT dan analisis masalah

melakukan identifikasi analisis terhadap peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi oleh pelaku usaha

## 4.

### Sasaran

mendefinisikan sasaran (tujuan) yang ingin dicapai baik sasaran keuangan atau pemasaran

## 5.

### Strategi pemasaran

sasaran yang ingin dicapai, serta penetapannya terutama didasarkan pada pertimbangan biaya, manfaat, serta kemampuan sumber daya untuk melaksanakannya

## 8.

### Pengendalian rencana evaluasi dan pengawasan secara berkala

pelaksanaan rencana sehingga penyimpangan dalam pelaksanaan dapat segera dilakukan pengendalian

## 6.

### Program kerja

rincian setiap unsur yang dilibatkan dalam strategi pemasaran terutama untuk menjawab apa yang dilakukan, kapan dilakukan, siapa yang melakukan, dan berapa biaya yang dikeluarkan

## 7.

### Proyeksi laba rugi

hasil akhir berupa keuntungan atau kerugian efektif yang dihasilkan selama periode tertentu

# Media Pemasaran

media yang di gunakan untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk

## Mouth to Mouth



## Media Cetak



## Media Elektronik



## Iklan luar ruang



## Media sosial



## Telemarketing



## Pameran/Bazar



