

**ANALISIS  
ASPEK  
MARKETING**

Business  
Plan  
Template

gitadanupranata@umy.ac.id

**Pemasaran/ Marketing**

Adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi dari gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan perseorangan dan organisasi.

gitadanupranata@umy.ac.id

**FALSAFAH BISNIS**

*Jangan menjual produk yang dapat kamu buat, tetapi buatlah produk yang dapat kamu jual.*

Apa yang dapat saya jual  
Bukan apa yang dapat saya buat

gitadanupranata@umy.ac.id

**ANALISIS KEPUTUSAN ASPEK EKSTERNAL.**

1. Keputusan siapa Pelanggan.
2. Keputusan siapa Rekanan.
3. Keputusan strategi Persaing.

gitadanupranata@umy.ac.id

## ANALISIS ASPEK EKSTERNAL

### ➤ PELANGGAN.

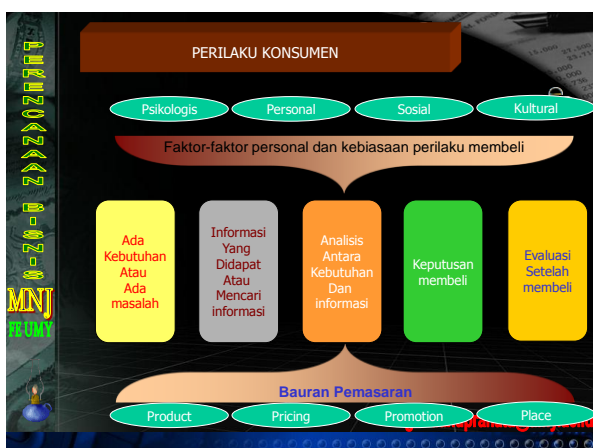
- Penentuan siapa & berapa pelanggan
- Mendefinisikan nilai pelanggan
- Kepuasan pelanggan & perilaku
- Mempertahankan pelanggan

gitadanupranata@umy.ac.id

## Perilaku konsumen (*consumer behavior*)

Studi dari proses keputusan  
mengapa konsumen dapat membeli  
dan mengonsumsi produk-produk

gitadanupranata@umy.ac.id



## Pangsa pasar/ *market share*

Persentase total penjualan pasar  
suatu perusahaan untuk suatu jenis  
produk tertentu

gitadanupranata@umy.ac.id

## Keputusan siapa Pelanggan

- Analisis Aspek-aspek pelanggan
  - Penentuan siapa & berapa pelanggan (segmentasi pelanggan)
  - Mendefinisikan nilai pelanggan
  - Kepuasan pelanggan & perilaku
  - Strategi mempertahankan pelanggan

gitadanupranata@umy.ac.id

## ANALISIS ASPEK EKSTERNAL

### ➤ PESAING.

Analisis pesaing : (*mengenali, tujuan, strategi, kekuatan & kelemahan & reaksi pesaing*).

Strategi bersaing.

Menyeimbangkan orientasi orientasi pelanggan dan pesaing.

gitadanupranata@umy.ac.id

## Keputusan strategi Pesaing.

- ❖ Analisis pesaing : (*mengenali, tujuan, strategi, kekuatan & kelemahan & reaksi pesaing*).
- ❖ Strategi bersaing.
- ❖ Menyeimbangkan orientasi orientasi pelanggan dan pesaing.

gitadanupranata@umy.ac.id

## ANALISIS KEPUTUSAN ASPEK INTERNAL.

1. Keputusan Produk.
2. Keputusan Harga.
3. Keputusan Promosi.
4. Keputusan Tempat

gitadanupranata@umy.ac.id

**ANALISIS KEPUTUSAN ASPEK INTERNAL.**

**ANALISIS ASPEK INTERNAL**

➤ **PRODUK.**

- Keputusan bauran produk.
- Keputusan lini produk.
- Keputusan merk.

gitadanupranata@umy.ac.id

**ANALISIS ASPEK INTERNAL**

➤ **HARGA.**

- Penetapan harga.
- Mengadaptasi harga.
- Penetapan harga promosi.
- Memulai & menanggapi perubahan harga.

gitadanupranata@umy.ac.id

**Penetapan harga/  
*pricing objectives***

Proses menentukan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produknya

gitadanupranata@umy.ac.id

**ANALISIS ASPEK INTERNAL**

➤ **PROMOSI.**

- Mengembangkan dan mengelola.
- Memutuskan jangkauan, frekuensi & dampak.

gitadanupranata@umy.ac.id

## ANALISIS ASPEK INTERNAL

### ➤ DISTRIBUSI.

Rancangan saluran.  
Manajemen saluran.

gitadanupranata@umy.ac.id

## ANALISIS ASPEK INTERNAL

### ➤ TEMPAT.

Pertimbangan pemilihan tempat  
Pertimbangan Utama tempat.

gitadanupranata@umy.ac.id

## Bauran Pemasaran/ *Marketing mix*

Gabungan strategi produk, penetapan harga, promosi, dan distribusi yang digunakan untuk memasarkan produk-produk.

gitadanupranata@umy.ac.id

## Bauran promosi/ *promotional mix*

- Iklan/*Advertising*
- Penjualan pribadi/*Personal selling*
- Promosi penjualan/*Sales promotion*
- Hubungan masyarakat/*Publisitas*

gitadanupranata@umy.ac.id

## Target pasar/ target market

Kelompok orang yang mempunyai keinginan dan kebutuhan yang sama

gitadanupranata@umy.ac.id

## Segmentasi pasar

Proses pembagian suatu pasar ke dalam kategori jenis konsumen

gitadanupranata@umy.ac.id

## Segmentasi pasar

- *Geographic*
- *Demographic*
- *Psychographic*

gitadanupranata@umy.ac.id

## Riset pemasaran

Studi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen dan cara-cara bagaimana agar penjual dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

gitadanupranata@umy.ac.id

## Pemberian merk/*branding*

Proses menggunakan simbol untuk mengkomunikasikan kualitas suatu produk tertentu yang dibuat oleh suatu produsen tertentu

gitadanupranata@umy.ac.id

## Pengemasan/*packaging*

Wadah fisik yang memuat produk yang akan dijual, diiklankan, atau dilindungi

gitadanupranata@umy.ac.id

## Label

Bagian dari pengemasan produk yang mengidentifikasi nama, produsen, dan isinya

gitadanupranata@umy.ac.id

**Yang mesti ada jawaban dalam aspek marketing**

1. Berapa pasar potensial yang ada.
2. Berapa pangsa pasar yang akan diraih.
3. Keputusan strategi Pemasaran yang akan diterapkan.

gitadanupranata@umy.ac.id