



**PASAR  
PERAN MANAJER  
PEMASARAN**

# Pasar (Market)

## Definisi Pasar

Definisi Pertama

*“Pasar adalah TEMPAT pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang mereka”*

Kotler & Armstrong

*“Pasar adalah kumpulan pembeli yang aktual dan potensial dari sebuah produk.*

William J. Stanton

*“Pasar adalah kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, memiliki uang untuk berbelanja, dan memiliki kemauan untuk membelanjakannya”*



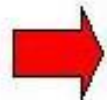
# Pasar (Market)

## Pertukaran, Transaksi & Relasional



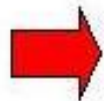
*Kotler & Armstrong (2004)*

### **PERTUKARAN ( *exchange* )**



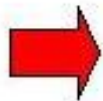
**Tindakan memperoleh obyek yang didambakan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai penggantinya.**

### **TRANSAKSI ( *transaction* )**



**Perdagangan di antara dua pihak , mencakup produk dan jasa yang bernilai, dengan persyaratan, waktu dan tempat yang disepakati bersama.**

### **PEMASARAN RELASIONAL ( *relationship marketing* )**



**Proses penciptaan, pemeliharaan dan penguatan hubungan yang kuat dan penuh nilai dengan konsumen dan pihak lain yang terkait.**

# Pasar (Market)

## Klasifikasi Kondisi Persaingan Pasar (1)



### *Pure Competition*

Pasar terdiri dari banyak pembeli & penjual yang berdagang dalam komoditas yang bentuknya sama, seperti gandum, temba ga, beras. Tidak satupun pembeli atau penjual yang memiliki pengaruh terhadap harga, cenderung *single price*



### *Monopolistic Competition*

Pasar terdiri dari banyak pembeli & penjual yang berdagang, beragam komoditas dengan berbagai variasi harga yang ditentukan oleh penjual berdasarkan identifikasi pembeli.

# Pasar (Market)

## Klasifikasi Kondisi Persaingan Pasar (2)



### *Oligopolistic Competition*

Pasar terdiri dari sedikit penjual yang sangat bersaing satu dengan lainnya berkaitan dengan strategi harga dan pemasaran. Sedikit penjual karena sulit sekali bagi pendatang baru untuk memasuki pasar, misalnya aluminium



### *Pure Monopoly*

Pasar terdiri dari satu penjual. Penjual mungkin monopoli pemerintah seperti jasa pos, listrik dan air PAM. A *private regulated monopoly* contoh tepung Bogasari, *non regulated monopoly* contoh Du Pont ketika melansir nylon.

# Peran & Tanggung Jawab Manajer Pemasaran

## Peran Manajer Pemasaran

### Peran *INTERPERSONAL*



- Penghubung
- Juru Runding
- Pemantau

### Peran *INFORMATIONAL*



- Penyebar Info
- Juru Bicara
- Tokoh Panutan

### Peran *DECISIONAL*



- Pemimpin
- Wirausaha
- Pengalokasi sumber daya
- Penyelesai gangguan / konflik

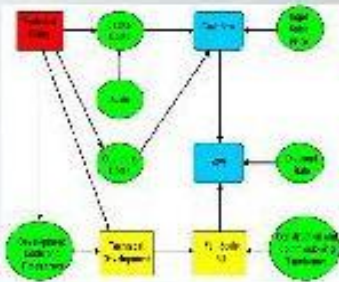
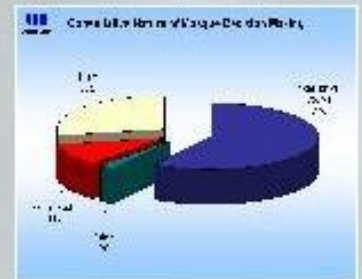
# Peran & Tanggung Jawab Manajer Pemasaran

## TANGGUNG JAWAB Manajer Pemasaran (1)



- Pengembangan Strategi Pemasaran

- Analisis & Segmentasi Pelanggan



- Positioning & Analisis Pesaing

- Analisis Pasar & Peramalan Usaha



# Peran & Tanggung Jawab Manajer Pemasaran

## TANGGUNG JAWAB Manajer Pemasaran (2)



- **Penetapan Produk**

- **Penetapan Harga**

**Price  
Match**



- **Pengembangan Saluran Distribusi**

- **Pengerahan Pasukan Penjualan**





# Peran & Tanggung Jawab Manajer Pemasaran

## TANGGUNG JAWAB Manajer Pemasaran (3)



- **Pemasaran langsung**

- **Periklanan**



- **Promosi penjualan**



- **Penyiapan & implementasi Rencana Penjualan**

