

PEMASARAN OFF-LINE



INSTRUKTUR



BAURAN PEMASARAN

Kegiatan pemasaran lebih luas daripada kegiatan penjualan. Berbagai Kegiatan pemasaran disebut bauran pemasaran yaitu:

- **PRODUK** (barang atau jasa)
- **HARGA** Jual
- Memilih **TEMPAT** jualan
- Bauran **PROMOSI**

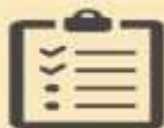




1. PRODUK

- YANG DIMAKSUD DENGAN **PRODUK** ADALAH **BARANG** ATAU **JASA** YANG DIHASILKAN DARI SUATU USAHA

PRODUK BISA BERUPA



BRAND

Produk yang baik dan bermutu, perlu diberi nama merek (brand). Tujuannya supaya dapat dijual secara massal dan memberikan nilai tambah.





2. PRICE (HARGA)

- **HARGA** ADALAH SEJUMLAH UANG YANG DITETAPKAN UNTUK MEMBELI PRODUK
- **Pengusaha** menentukan harga jualnya dengan pendekatan :
 1. Biaya pokok + Keuntungan = Harga Jual
 2. Tentukan target pasar, sesuaikan keuntungan dengan daya beli target pasar, lalu didapat harga jual.
 3. Pakaian bermerek, harga jualnya ditentukan oleh nilai dari merek tersebut.





3. PLACE (TEMPAT)

- **TEMPAT** ADALAH LOKASI DIMANA SUATU PRODUK DIPERJUALBELIKAN



Beberapa contoh tempat menjual barang atau jasa:



Di Rumah Sendiri/
Ruko



Pasar Tradisional dan
Pusat Penjualan Grosir



Pasar Modern/
Tempat Pameran

5





4. PROMOSI

- **PROMOSI** ADALAH KEGIATAN UNTUK MEMPERKENALKAN BARANG ATAU JASA KEPADA PEMBELI



CONTOH



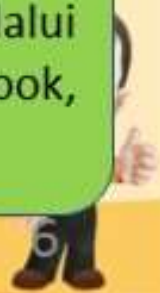
Promosi secara langsung :
memperkenalkan produknya kepada teman-temannya, seperti teman sekolah, teman arisan, dan lain-lain



Promosi melalui brosur :
menginformasikan produk dengan membuat brosur yang disebar di lingkungan sekitarnya dan teman-teman terdekat



Promosi melalui sosial media :
Ini adalah cara promosi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Toko Online dll





LATIHAN BAURAN PEMASARAN

Buatlah bauran pemasaran dari produk yang akan anda jual.

Pikirkan:

1. Apa katagori produk anda (barang atau jasa? Apa nama merek produk anda?
2. Berapa harga jual produk anda? Bagaimana anda menghitungnya?
3. Dimana anda akan menjual produk tersebut?
4. Bagaimana anda mempromosikannya?



MODUL 5

MARKETING OFF-LINE

A. SUB POKOK BAHASAN

- ✓ Product
- ✓ Price
- ✓ Place
- ✓ Promotion

B. TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari modul ini peserta pelatihan diharapkan mampu untuk:

1. Memahami bauran pemasaran
2. Membuat bauran pemasaran

C. WAKTU

60 MENIT

D. MEDIA PENDUKUNG

- Slide presentasi
- Handout
- Kertas Flipchart
- Spidol

E. METODE

Active Learning

F. PROSES PEMBELAJARAN

1. Ice Breaking

- Fasilitator meminta peserta untuk menjual sesuatu kepada peserta lain dalam waktu 3 menit. Lalu tanyakan kepada pasangannya, apa yang membuat dia mau/tidak mau membeli produk yang dijual.

2. Kegiatan belajar

- Fasilitator menjelaskan bahwa kegiatan pemasaran lebih luas daripada kegiatan penjualan.

- Fasilitator mendiskusikan dengan peserta tentang berbagai Kegiatan pemasaran yang disebut bauran pemasaran yaitu:
Penentuan produk (barang atau jasa)
Menetapkan harga produk (barang dan jasa)
Memilih tempat untuk melakukan penjualan
Mempromosikan produk (barang dan jasa)
- Fasilitator mengajak peserta untuk membuat bauran pemasaran sesuai dengan bidang usahanya masing-masing, lalu mendiskusikannya dengan pasangannya.

3. PENUTUP

Fasilitator menyampaikan bahwa jaman internet sekarang membuat pemasaran tidak bisa hanya mengandalkan yang off-line saja, tapi juga perlu belajar pemasaran on-line, sebab dunia on-line sekarang akan semakin menguasai cara-cara orang dalam berbelanja.

G. KUNCI MATERI

Bauran Pemasaran.

Bauran pemasaran adalah suatu pemikiran strategis yang mengombinasikan berbagai strategi pemasaran sesuai dengan tujuan dan target pasar yang dituju, agar dapat memenangkan pasar dan mendapatkan hasil pemasaran yang paling besar bagi perusahaan.

4P Bauran Pemasaran

1. Product

P pertama dari bauran pemasaran adalah produk. Produk bisa berupa barang bisa berupa jasa. Produk dalam bentuk barang ada yang tanpa nama merek (brand), biasanya disebut komoditas; dan ada produk yang pakai nama merek (brand).

Contoh komoditas adalah beras, gula, minyak curah, ikan, ayam, daging potong, dll.

Contoh produk yang pakai merek yaitu Aqua, Indomie, KFC, Lifebuoy dll.

Mengapa produk yang baik perlu diberi merek yang baik juga? Beberapa alasannya adalah:

- ✓ Merek yang baik dapat memberikan nilai tambah yang berlipat kali ganda. Contoh: Starbuck, harga kopi Starbuck berkali-kali lipat dari harga kopi sebenarnya.

- ✓ Merek yang baik memudahkan orang untuk mengingat produknya. Apabila merek ini disertai dengan kualitas produk yang baik pula, besar kemungkinan orang akan membeli ulang merek produk tersebut.
- ✓ Merek yang terbaik yang jelas *positioning*-nya dan didukung dengan pembeda /*diferensiasi* yang kuat, maka merek ini dapat memenangkan pasar dan menghasilkan keuntungan yang terbesar.

2. Price (Harga).

P kedua dari bauran pemasaran adalah *Price* (harga). Dalam menentukan harga jual ada beberapa pendekatan:

- ✓ Hitung biaya pokok, tambahkan keuntungan yang diinginkan, maka di dapat harga jual.

Contoh menentukan harga jual pakaian:

Biaya pokok	= Rp 30.000,-
Ongkos jahit	= Rp 25.000,-
Keuntungan	= <u>Rp 40.000,- (+)</u>
Harga jual	= Rp 95.000,-

- ✓ Tentukan target pasar, sesuaikan keuntungan dengan daya beli target pasar, lalu didapat harga jual.

Contoh menentukan harga jual pakaian bagi target pasar anak muda:

Biaya pokok	= Rp 30.000,-
Ongkos jahit	= Rp 25.000,-
Keuntungan	= <u>Rp 15.000,- (+)</u>
Harga jual	= Rp 70.000,-

Contoh menentukan harga jual pakaian bagi target pasar kaum profesional:

Biaya pokok	= Rp 50.000,-
Ongkos jahit	= Rp 35.000,-
Keuntungan	= <u>Rp 55.000,- (+)</u>
Harga jual	= Rp 140.000,-

- ✓ Pakaian bermerek, harga jualnya ditentukan oleh nilai dari merek tersebut.

Contoh menentukan harga jual pakaian bermerek:

Biaya pokok	= Rp 50.000,-
Ongkos jahit	= Rp 35.000,-
Keuntungan 200%	= <u>Rp 170.000,- (+)</u>
Harga jual	= Rp 340.000,-

3. Place (Tempat Jualan)

P ketiga dari bauran pemasaran adalah *place* (tempat jualan). Di dalam pemasaran *off-line*, penentuan lokasi tempat jualan sering dianggap sebagai salah satu penentu keberhasilan, khususnya jika produk yang dijual adalah produk retail seperti restoran, supermarket, salon dll. Mantra mereka yang percaya bahwa lokasi usaha adalah penentu kesuksesan ialah ada 3 hal kunci sukses yaitu: 1. lokasi, 2. Lokasi dan 3. Lokasi. Disinilah letak rahasianya: semakin bagus lokasinya, maka harganya semakin mahal. Padahal tidak ada jaminan 100% bahwa berjualan di lokasi tersebut pasti akan membuat usahanya berhasil.

Bagi yang suka kuliner, kita akan sering bertemu dengan tempat orang berjualan makanan yang ramai sekali, tetapi justru berada di lokasi yang kurang strategis. Walaupun demikian, kita juga tidak memungkiri tentang bisnis makanan waralaba terkenal yang memilih lokasi-lokasi strategis, dan ... berhasil!

4. Promotion (promosi)

P keempat dari bauran pemasaran adalah promosi. Di dalam dunia promosi kita mengenal istilah *above the line & below the line promotions*. Ini artinya ada kegiatan-kegiatan promosi yang “di atas garis” seperti iklan, publisitas, billboard, spanduk, poster dll; serta kegiatan-kegiatan promosi yang “di bawah garis” seperti pameran, sosialisasi, sales promo, *direct mail*, trial/tes produk, dll.

Kita juga mengenal tentang **bauran promosi** yaitu:

1. **Advertising/Iklan**, yaitu bentuk promosi berbayar seperti iklan TV, radio, socmed, media cetak, billboard, spanduk, poster dll.
2. **Public Relation/publisitas**, yaitu bentuk promosi atau komunikasi yang tidak berbayar: seperti berita di media, tulisan/liputan khusus, acara hiburan TV bertujuan edukasi produk, wawancara/siaran di media elektronik, lomba, kegiatan CSR dll.
3. **Sales Promo/promosi penjualan**, yaitu bentuk-bentuk promosi yang memberikan nilai lebih dari setiap pembelian produk, seperti program hadiah langsung atau undian, potongan harga, beli 1 dapat 2, voucher, paket hemat, cicilan dengan bunga 0% dll.
4. **Direct Selling** adalah bentuk penjualan langsung berupa promo produk yang ditawarkan secara langsung kepada konsumen seperti penjualan langsung oleh SPG (Sales Promotion Girls), pameran di mall, presentasi, *direct mail*, penawaran langsung lewat sms, WA, LINE, social media dll.

