



MANAJEMEN PEMASARAN
Strategi & Analisis Pesaing



Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

MANAJEMEN PEMASARAN

Strategi & Analisis Pesaing

Penulis:
Agung Tri Putranto, ST., MM.



PENERBIT:
CV. AA. RIZKY
2020

MANAJEMEN PEMASARAN

Strategi & Analisis Pesaing

© Penerbit CV. AA RIZKY

Penulis:
Agung Tri Putranto, ST., MM.

Editor:
Sigit Purnomo, SH., MM.

Desain Sampul dan Tata Letak:
Tim Kreasi CV. AA. RIZKY

Cetakan Pertama, Oktober 2020

Penerbit:
CV. AA. RIZKY
Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183
Hp. 0819-06050622, Website : www.aarizky.com
E-mail: aa.rizkypress@gmail.com

Anggota IKAPI
No. 035/BANTEN/2019

ISBN : 978-623-6506-54-7
x + 146 hlm, 23 cm x 15,5 cm

Copyright © 2020 CV. AA. RIZKY

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa ijin tertulis dari penulis dan penerbit.

Isi diluar tanggungjawab Penerbit

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga buku ajar untuk mahasiswa/i pada Perguruan Tinggi ini dapat diselesaikan dengan sebaik baiknya.

Buku MANAJEMEN PEMASARAN : Strategi & Analisis Pesaing ini disusun untuk membantu mahasiswa/i yang sedang mempelajari mata kuliah Manajemen Pemasaran.

Akhir kata, penulis berharap buku bahan ajar ini dapat berguna bagi mahasiswa dan para pembacanya. Karena keterbatasan pengetahuan dari penulis, masukan-masukan serta kritik yang diperlukan untuk penyempurnaan buku ini sangat diharapkan. Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu mewujudkan buku bahan ajar ini.

Tangerang, Oktober 2020

Penulis,

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| PRAKATA | v |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Konsep Manajemen..... | 1 |
| B. Fungsi Manajemen | 4 |
| C. Tujuan Manajemen..... | 11 |
| D. Rangkuman | 14 |
| E. Soal Latihan | 15 |
| BAB II PASAR DAN PEMASARAN | 17 |
| A. Pengertian Pasar | 17 |
| B. Pengertian Pemasaran | 20 |
| C. Permintaan dan Penawaran | 22 |
| D. Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran, dan Posisi Pasar | 24 |
| E. Rangkuman | 26 |
| F. Soal Latihan | 28 |
| BAB III STRATEGI PEMASARAN | 31 |
| A. Pengertian Strategi Pemasaran | 31 |
| B. Strategi Produk..... | 34 |
| C. Strategi Harga | 36 |
| D. Strategi Tempat dan Distribusi..... | 41 |
| E. Strategi Promosi..... | 43 |
| F. Rangkuman | 45 |
| G. Soal Latihan | 46 |
| BAB IV TEKNIK MENENTUKAN LOKASI | 49 |
| A. Pengertian Lokasi..... | 49 |
| B. Jenis-jenis Lokasi..... | 52 |

| | | |
|---------|---|-----|
| | C. Pertimbangan Penentuan Lokasi | 53 |
| | D. Pertimbangan Penentuan Layout..... | 55 |
| | E. Rangkuman..... | 59 |
| | F. Soal Latihan..... | 61 |
| BAB V | PENILAIAN KELAYAKAN USAHA | 63 |
| | A. Pengertian Kelayakan Usaha | 63 |
| | B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis | 66 |
| | C. Pihak-Pihak Yang Berkepentingan | 68 |
| | D. Aspek-aspek dalam Penilaian | 70 |
| | E. Rangkuman..... | 77 |
| | F. Soal Diskusi | 78 |
| BAB VI | ANALISIS PESAING | 79 |
| | A. Pendahuluan | 79 |
| | B. Memahami Perubahan | 80 |
| | C. Pengertian Pesaing | 84 |
| | D. Identifikasi Pesaing | 87 |
| | E. Menentukan Sasaran Pesaing | 89 |
| | F. Identifikasi Strategi Pesaing..... | 90 |
| | G. Analisis Kekuatan dan Kelemahan Pesaing | 91 |
| | H. Identifikasi Reaksi Pesaing | 94 |
| | I. Strategi Menghadapi Pesaing | 96 |
| | J. Rangkuman | 101 |
| | K. Soal Latihan | 102 |
| BAB VII | <i>CUSTOMER SERVICE</i> | 105 |
| | A. Pengertian <i>Customer Service</i> | 105 |
| | B. Fungsi dan Tugas <i>Customer Service</i> | 106 |
| | C. Dasar-dasar pelayanan | 109 |
| | D. Sifat-sifat Pelanggan..... | 112 |
| | E. Sikap Melayani Pelanggan | 114 |

| | |
|---|-----|
| F. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik | 116 |
| G. Syarat Seorang <i>Customer Service</i> | 119 |
| H. Sebab-sebab Pelanggan Kabur | 121 |
| I. Rangkuman | 123 |
| J. Soal Latihan | 126 |
| BAB VIII PERLINDUNGAN USAHA | 127 |
| A. Latar Belakang | 127 |
| B. Pengertian Perlindungan Usaha | 128 |
| C. Jenis-jenis Risiko Kerugian | 130 |
| D. Cara Melindungi Usaha | 133 |
| E. Cara Menghindari Risiko | 138 |
| F. Rangkuman | 139 |
| G. Soal Latihan | 141 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 142 |
| TENTANG PENULIS | 145 |