

## Tinjauan Mata Kuliah

Cepatnya laju perkembangan teknologi, ketatnya persaingan ditambah semakin kritisnya konsumen, menjadikan produk/jasa yang dulu dianggap unik, kini telah kehilangan daya beda, dan akhirnya terjadilah komoditasi produk/jasa tersebut. Berbagai upaya telah ditempuh untuk mencegah atau memperlambat proses komoditasi. Tak pelak, strategi mencegah atau memperlambat komoditasi produk jasa menjadi persoalan yang krusial yang dihadapi pemasar saat ini.

Secara tradisi, pemasaran selalu membanggakan diri sebagai disiplin ilmu yang paling responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang turbulensinya tinggi. Pemasaran di era kini berbeda dengan pemasaran beberapa tahun silam. Pemasaran di era kini sangat mengandalkan kreativitas, nilai-nilai kemanusiaan dan tentu saja dinamika perubahan yang begitu dramatik. Perubahan merupakan sumber permasalahan yang secara lestari akan dihadapi pemasar. Di sinilah pentingnya perencanaan pemasaran. Inti dari perencanaan pemasaran adalah membaca perubahan dan menatap ke depan. Jika kita mengibaratkan perencanaan pemasaran sebagai sebuah peta, maka peta tersebut akan mempunyai presisi tinggi jika pemasar memahami pasar secara tepat. Untuk itu, langkah pertama dalam membuat perencanaan pemasaran biasanya dimulai dengan analisis situasi, baik mikro maupun makro. Lalu, bagaimana langkah selanjutnya? Jika Saudara ingin tahu jawabannya, bacalah buku materi pokok (BMP) Perencanaan Pemasaran ini sampai tuntas.

BMP Perencanaan Pemasaran ini terdiri dari 9 modul dengan rincian judul modul sebagai berikut.

Modul 1: Konsep Dasar Perencanaan Pemasaran dan Proses Penyusunannya.

Modul 2: Perancangan dan Pengembangan Perencanaan Pemasaran.

Modul 3: Menyusun Sasaran dan Tujuan Pemasaran.

Modul 4: Perencanaan Produk.

Modul 5: Perencanaan Komunikasi Pasar.

Modul 6: Perencanaan Penjualan Personal.

Modul 7: Perencanaan Harga.

Modul 8: Perencanaan Saluran Pemasaran.

Modul 9: Pengorganisasian untuk Perencanaan Pemasaran.

Dengan membaca BMP ini, Anda akan menemukan bahasan yang komprehensif tentang bagaimana membuat perencanaan pemasaran yang baik, baik dari aspek teori maupun praktik.

Selamat membaca.

**Peta Kompetensi**  
**Perencanaan Pemasaran/EKMA4569/3 sks**

