

Tinjauan Mata Kuliah

Buku Materi Pokok EKMA5206 Manajemen Pemasaran merupakan matakuliah yang memiliki bobot 3 SKS. Mata kuliah ini membekali mahasiswa program Magister Manajemen agar mampu menganalisis dan memecahkan berbagai masalah bisnis dengan menggunakan berbagai prinsip dan proses manajemen pemasaran secara komprehensif yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan penyerahan nilai pelanggan yang memuaskan bagi pelanggan dan perusahaan. Pembahasan dalam modul ini disampaikan secara menyeluruh dan terpadu dikaitkan dengan isu pemasaran mutakhir untuk mempermudah mahasiswa meningkatkan pemahaman mahasiswa.

Pembahasan awal mata kuliah ini dimulai dengan paparan penjelasan tentang berbagai konsep dasar manajemen pemasaran, lingkungan dan strategi pemasaran. Selanjutnya dijelaskan tentang peluang pasar, kepuasan, loyalitas dan nilai pelanggan, serta analisis pasar. Pada akhirnya dijelaskan tentang berbagai program pemasaran stratejik, meliputi strategi ekuitas merek, positioning dan persaingan; strategi pengembangan produk dan jasa; strategi harga; strategi distribusi dan pengomunikasian nilai pelanggan; strategi pemasaran untuk situasi tertentu; serta tehnik pengelolaan organisasi fungsi pemasaran yang efektif sebagai proses implementasi dan evaluasi pengendalian kegiatan pemasaran.

Berbagai konsep manajemen pemasaran di atas disajikan secara menyeluruh dan terpadu berdasarkan kerangka pemikiran manajemen pemasaran yang terdiri dari (1) pemahaman tentang manajemen pemasaran secara umum, (2) membangun hubungan dengan pelanggan, (3) bagaimana membangun merek yang kuat, (4) menyusun strategi produk dan jasa, (5) menyerahkan nilai pada pelanggan, (6) mengkomunikasikan nilai produk dan jasa pada pelanggan, dan (7) membangun pertumbuhan jangka panjang yang sukses.

Kondisi lingkungan perusahaan, baik (1) lingkungan eksternal yang meliputi pelanggan, pesaing, pemasok, jalur pemasaran, pemerintah, perubahan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta adanya berbagai pemangku kepentingan lainnya, maupun (2) lingkungan internal yang mencakup manajemen, pegawai, budaya perusahaan, struktur organisasi, dan

strategi pemasaran perusahaan, tentunya menjadi dasar dalam membahas berbagai konsep, isu dan masalah manajemen pemasaran.

Pembahasan mengenai manajemen pemasaran tidak terlepas dari berbagai konsep pemasaran mutakhir seperti bagaimana membangun hubungan jangka panjang saling menguntungkan, yang membangun, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai pada pelanggan.

Materi BMP Manajemen Pemasaran terdiri dari 9 (sembilan) modul yang diorganisasikan sebagai berikut :

- Modul 1 : Modul ini menjelaskan tentang Manajemen Pemasaran, Lingkungan dan Strategi Pemasaran. Pokok bahasan yang diulas dalam modul ini adalah definisi dan konsep dasar manajemen pemasaran, lingkungan pemasaran, dan membangun strategi, serta rencana pemasaran.

- Modul 2 : Modul ini menjelaskan tentang Peluang Pasar, Kepuasan, Loyalitas dan Nilai Pelanggan serta Analisis Pasar. Pokok bahasan yang diulas dalam modul ini adalah bagaimana memahami peluang pasar, membangun kepuasan, loyalitas dan nilai pelanggan, analisis pasar konsumen, dan analisis pasar bisnis.

- Modul 3 : Modul ini menjelaskan tentang Ekuitas Merek, Positioning dan Persaingan. Pembahasan meliputi tentang bagaimana membangun ekuitas merek, positioning produk dan jasa, serta bagaimana menghadapi persaingan.

- Modul 4 : Modul ini mempelajari tentang Membangun Strategi Pengembangan Produk dan Jasa serta Strategi Harga. Pembahasan meliputi tentang bagaimana membangun strategi pengembangan produk, merancang, dan mengelola jasa, serta membangun strategi harga.

- Modul 5 : Modul ini menjelaskan tentang Membangun Program Pemasaran Strategik. Pembahasan meliputi tentang bagaimana membangun strategi bisnis, keputusan produk, keputusan harga, keputusan jalur distribusi, dan keputusan komunikasi pemasaran terpadu.
- Modul 6 : Modul ini menjelaskan tentang Menyerahkan Nilai Pelanggan. Pembahasan meliputi tentang merancang dan mengelola jalur distribusi, serta mengelola kegiatan eceran, distributor, dan logistik.
- Modul 7 : Modul ini menjelaskan tentang Mengkomunikasikan Nilai Pelanggan. Pembahasan meliputi tentang merancang dan mengelola komunikasi pemasaran terpadu, mengelola komunikasi massa, dan mengelola komunikasi personal.
- Modul 8 : Modul ini menjelaskan tentang Strategi Pemasaran Untuk Situasi Tertentu. Pembahasan meliputi tentang strategi pemasaran untuk ekonomi baru, strategi pemasaran untuk pasar baru dan sedang bertumbuh, serta strategi pemasaran untuk pasar dewasa dan mulai menurun.
- Modul 9 : Modul ini menjelaskan tentang Organisasi Pemasaran Yang Efektif, yang meliputi pembahasan tentang konsep organisasi fungsi pemasaran, peran organisasi fungsi pemasaran, implementasi kegiatan pemasaran, serta evaluasi dan pengendalian kegiatan pemasaran.

Mahasiswa diharapkan dapat mempelajari materi mata kuliah ini dengan cermat. Ulangi bagian yang dianggap sulit, diskusikan dengan teman atau dengan tutor Saudara pada saat tutorial online maupun tutorial tatap muka. Diskusi dapat pula dilakukan melalui forum pada saat tutorial online atau tutorial tatap muka dilakukan. Untuk menguji sampai sejauh mana pemahaman Saudara, kerjakan latihan dan tes formatif pada setiap akhir kegiatan belajar. Dengan belajar tekun dan kontinyu, Saudara akan menguasai kompetensi yang diharapkan dari mata kuliah ini.

Selamat belajar dan semoga sukses.

**Peta Kompetensi
Manajemen Pemasaran/EKMA5206/3 SKS**

