

# Tinjauan Mata Kuliah

Pada saat ini, para pimpinan perusahaan menghadapi tantangan-tantangan berat, baik dari para pesaing yang ada, lingkungan pemasaran dan konsumen yang dinamis, sehingga memaksa mereka untuk menerapkan strategi-strategi yang didorong atau berorientasi ke pasar (*market-driven strategies*) yang didasarkan pada logika bahwa semua keputusan-keputusan strategi bisnis harus dimulai dengan pemahaman yang jelas mengenai pasar (terutama para pelanggan), para pesaing dan persaingan dan lingkungan-lingkungan pemasaran. Oleh karena itu pemahaman tentang pemasaran strategis sangat lah penting bagi para pemimpin perusahaan tersebut.

Pemasaran strategis pada dasarnya merupakan sebuah proses pengembangan strategi yang didorong oleh pasar yang memperhitungkan sebuah lingkungan bisnis yang selalu berubah dan kebutuhan untuk menyampaikan nilai pelanggan yang superior. Jadi, pada hakikatnya, pemasaran strategis membahas proses yang harus dilakukan dalam menetapkan sebuah strategi yang didorong oleh pasar agar dapat mencapai sasaran perusahaan yaitu menyampaikan nilai pelanggan yang lebih unggul daripada nilai pelanggan yang disampaikan oleh para pesaing. Penyampaian nilai pelanggan bukanlah sebuah proses jangka pendek, melainkan sebuah proses jangka panjang karena haruslah mencakup penciptaan, penyampaian, perawatan dan pengembangan nilai pelanggan sehingga selalu dapat lebih unggul dibandingkan dengan nilai yang disampaikan oleh para pesaing.

Buku ini membahas berbagai strategi pemasaran dan kedudukannya dalam strategi bisnis. Di dalamnya, Saudara akan menemukan berbagai bahasan penting tentang pemasaran strategis, yaitu:

- Modul 1: Nilai pelanggan dan mengukur nilai pelanggan tersebut
- Modul 2: Strategi korporasi, bisnis, dan pemasaran
- Modul 3: Analisis situasi dan penentua pasar sasaran
- Modul 4: *Segmenting, targeting, positioning* dan *branding strategy*
- Modul 5: Strategi produk
- Modul 6: Strategi harga
- Modul 7: Strategi distribusi
- Modul 8: Strategi komunikasi pemasaran
- Modul 9: Evaluasi strategi pemasaran

Dengan pokok bahasan di atas diharapkan sesudah membaca buku ini para pembaca mampu menerapkan strategi pemasaran yang meliputi analisis nilai pelanggan, analisis situasi pasar, STP, bauran pemasaran dan mengevaluasi strategi pemasaran.

Peta Kompetensi  
EKMA5318/Pemasaran Strategik/3 SKS

