

## Tinjauan Mata Kuliah

Edisi revisi buku materi pokok (BMP) Manajemen Pemasaran (EKMA4216) ini pada intinya memberikan gambaran tentang bagaimana sebuah perusahaan berupaya mencapai tujuan pemasarannya dengan mengidentifikasi pelanggan atau segmen pasar yang harus dilayani, dan melayani pasar sasaran tersebut dengan menggunakan sumber-sumber yang memadai. Dengan kata lain, perusahaan harus memiliki kapabilitas yang cukup untuk mengisi peluang pasar yang ada. Kepuasan pelanggan merupakan faktor pengendali bagi fungsi pemasaran untuk merumuskan bauran pemasaran yang sesuai, berupa produk, harga, distribusi, dan promosi.

BMP Manajemen Pemasaran ini membekali kemampuan mahasiswa dengan pengetahuan tentang prinsip-prinsip manajemen pemasaran dan proses manajemen pemasaran, sehingga dapat digunakan untuk merencanakan, melaksanakan, menganalisis, dan mengevaluasi kegiatan pemasaran pada kehidupan bisnis. Perencanaan, implementasi, dan pengendalian oleh manajer pemasaran memerlukan pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan, baik lingkungan makroekstern maupun mikroekstern, termasuk lingkungan persaingan. Untuk itu, pada bagian awal BMP Manajemen Pemasaran ini akan menjelaskan tentang analisis lingkungan. Pendalaman berikutnya terkait dengan pemilihan strategi pemasaran yang berorientasi pada penciptaan nilai (value) dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam menyampaikan nilai untuk pemuasan pelanggan, fungsi pemasaran juga berperan mengintegrasikan fungsi-fungsi bisnis lainnya, seperti keuangan, sumber daya manusia, dan produksi atau operasi.

BMP ini berisi sembilan modul sebagai pegangan minimal Anda. Tentunya hal ini dirasakan belum memadai untuk dijadikan bekal materi utuh dalam pemahaman tentang manajemen pemasaran. Konsep-konsep dan pengetahuan dasar tentang pemasaran dapat diperoleh dari buku lain seperti Asas-asas Marketing, yang semua itu akan sangat membantu dalam memahami buku ini. Di samping itu, perkembangan ilmu pemasaran itu sendiri telah berlangsung sangat cepat. Oleh karena itu, Anda diharapkan dapat menambah bekal pengetahuan dengan mempelajari buku-buku lain,

majalah pemasaran dan bisnis, artikel-artikel jurnal, baik yang berbahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris seperti yang tercantum dalam daftar pustaka pada masing-masing modul.

Secara umum, BMP Manajemen Pemasaran menjelaskan mengenai peran pemasaran dalam perusahaan dan masyarakat, proses manajemen pemasaran dan strategi pemasaran, perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, pengelolaan produk dan pengembangan produk baru, segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran, dan pemosisian produk, daur hidup produk, strategi penetapan harga, strategi distribusi, dan strategi promosi dan periklanan. Secara skematis kompetensi yang ingin dicapai dari belajar Manajemen Pemasaran dapat dilihat dari bagan berikut ini.

### Peta Kompetensi Manajemen Pemasaran/EKMA4216/3 SKS

