

Pentingnya Pemasaran yang baik bagi kemajuan Optik

December 19, 2021

Ditulis Oleh : Lorentius Wahana Dika, S.Kom., M.M.

Pemasaran atau biasa yang disebut marketing adalah salah satu komponen terpenting dalam suatu bisnis. Kotler dan Amstrong (2010:5) mengatakan “*Marketing is about identifying and meeting human and social need*”. Berdasarkan hal tersebut Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. Menurut American Marketing Association dalam buku Kotler dan Keller (2008:28) bahwa “ *Marketing is an organization function and a set processes for creating communicating, and delivering value to customers and for managing customers relationship in ways the organization and it stakeholders* ”. Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.

Dalam bisnis untuk memenangkan persaingan pemasaran, setiap perusahaan harus memiliki strategi yang baik saat melakukan proses pemasarannya yaitu dengan cara memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik melalui suatu program pemasaran yang merupakan gabungan dari beberapa elemen yang disebut bauran pemasaran atau *marketing mix*

Unsur-unsur apa saja yang terdapat dalam bauran pemasaran atau *marketing mix*:

1. Produk
Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan (*need*) atau keinginan (*want*) target pasar. Produk dapat berupa barang, jasa, ide, kegiatan, pengalaman, dan informasi
Beberapa atribut produk yang tentunya penting dalam melengkapi produk yang kita jual adalah:

- Merek (*branding*)
- Pengemasan (*packing*)
- Kualitas produk (*quality*)

2. Promosi
Promosi adalah suatu proses memperkenalkan produk kepada pelanggan dengan beberapa cara:

- Periklanan (*advertising*)
- Penjualan personal (*personal selling*)
- Promosi penjualan (*Sales promotion*)
- Hubungan masyarakat (*public relation*)
- Pemasaran dari mulut ke mulut (*word to mouth*)

3. Harga

Penentuan harga sangat penting dalam menjangkau pasar sesuai dengan segmen marketnya dan tentunya juga dari sisi keberlangsungan usaha

4. Tempat

Tempat atau saluran distribusi merupakan salah satu aspek penting dalam melaksanakan suatu usaha, setiap perusahaan dituntut untuk melakukan dan memilih saluran distribusi yang tepat agar arus penjualan barang dan jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar, dimana saluran distribusi memegang peranan penting dalam perusahaan untuk memasarkan produk

Lalu bagaimana pemasaran yang baik bagi kemajuan optik

1. Dari sisi produk lengkap sesuai menjangkau semua lini/segmen pasar dari mulai kelas bawah, menengah sampai kelas atas dan menjual produk dengan kualitas baik dan original bukan barang replika yang tentu saja mengurangi kualitas produk tersebut.
2. Tanggap terhadap perubahan zaman, mengatasi dengan merubah penampilan gerai optik menjadi *open concept* dengan mengurangi penggunaan etalase agar pembeli dapat dengan leluasa berinteraksi langsung
3. Membuat konsep optik digital, dimana pemesanan produk dapat dilakukan lewat situs dan pembayaran dapat menggunakan pembayaran digital (*emoney, paylater*, dan sebagainya)

Referensi:

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2005). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Keenam, Terjemahan Wilhelmus W Bakowaton, Intermedia, Jakarta.

Kotler, Philip dan Keller, Lane. (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Cetakan IV. Jakarta: PT. Indeks

<https://industri.kontan.co.id/news/cara-optik-melawai-membesarkan-bisnis>