

Tugas Pertemuan ini yaitu :

- 1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan .
- 2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

MANAJEMEN PEMASARAN

TUGAS PERTEMUAN KETIGA (ANALISIS PELUANG)

(DOSEN PENGAMPU : DR.IR. RATU MUTIALELA CAROPEBOKA., M.S)

Nama : AGUNG SANDIDI

NIM : 202510021

MM 36

Universitas Bina Darma Palembang

- 1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan.**

Fungsi Manajer

1. PLANNING (PERENCANAAN)

Kegiatan menyusun rencana, tujuan, kebijakan, prosedur, budget, dan program perusahaan. Dengan planning, para manajer berusaha untuk melihat kedepan, memperhitungkan kemungkinan- kemungkinan, menjabarkan kegiatan dan membuat urutan prioritas untuk mencapai sasaran. Seorang Manager bersama jajarannya memiliki tugas merencanakan langkah dalam pencapaian tujuan sebuah organisasi atau perusahaan sesuai dengan kebijakan. Manager perlu mempertimbangkan sumber daya yang diperlukan, langkah apa yang harus diambil serta dapat memprediksi hasil dari langkah tersebut.

- Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan.
- Merencanakan marketing research yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing.
- Melakukan perencanaan analisis peluang pasar.
- Melakukan perencanaan tindakan antisipatif dalam menghadapi penurunan order.
- Menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran
- Melakukan identifikasi dan meramalkan peluang pasar.

- Merencanakan pengembangan jaringan pemasaran.

2. ORGANIZING (PENGORGANISASIAN)

Menciptakan struktur dengan bagian-bagian yang terintegrasi sehingga hubungan antarbagian dapat menyatu. Pengorganisasian juga berarti pembagian pekerjaan antara satu orang dengan orang lain, antara unit satu dengan unit lain dan antara bagian satu dengan bagian lain. Seorang Manager harus mampu membuat orang lain khususnya yang berada di dalam timnya untuk bekerja sesuai dengan arahan. Oleh karena itu, skill kepemimpinan memang harus dimiliki oleh Manager atau lebih tepatnya adalah kepemimpinan merupakan tugas pokok Manager yang harus dikuasai. Selain itu, seorang Manager juga bertugas untuk melakukan evaluasi dengan berbagai cara seperti SWOT, Balanced Scorecard, dan sebagainya. Melalui langkah ini, maka diharapkan sebuah organisasi atau perusahaan akan lebih berkembang.

3. ACTUATING (PENGGERAKAN/PENGARAHAN)

Suatu fungsi kepemimpinan manajer untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan dinamis.

- Memimpin seluruh jajaran Departemen Marketing sehingga tercipta tingkat efisiensi, efektivitas, dan produktivitas setinggi mungkin.
- Menciptakan, menumbuhkan, dan memelihara kerja sama yang baik dengan konsumen.
- Merumuskan target penjualan.
- Merumuskan strategi harga jual dengan koordinasi bersama Direktur Operasional serta Departemen terkait.
- Menanggapi permasalahan terkait keluhan pelanggan jika tidak mampu ditangani oleh bawahan.
- Mengesahkan Prosedur dan Instruksi Kerja di Departemen Marketing.
- Melakukan pengendalian terhadap rencana-rencana yang sudah disusun untuk menjamin bahwa sasaran yang ditetapkan dapat terwujud, misalnya : volume penjualan dan tingkat keuntungan.
- Melakukan langkah antisipatif dalam menghadapi penurunan order.
- Memberikan persetujuan kredit pelanggan dalam batas – batas yang wajar.
- Melakukan demarketing jika terjadi overload produksi.
- Melakukan analisa pelanggan yang mengalami kecenderungan kredit macet.

- Melakukan analisa perilaku pasar / konsumen sebagai dasar dalam menentukan kebijakan pemasaran.
- Melakukan analisa Peraturan Pemerintah berkenaan dengan tata niaga kertas sebagai dasar dalam Menentukan kebijakan pemasaran.
- Melakukan penilaian karya kepada Kepala Bagian Marketing.
- Memantau potensi bawahan untuk dilakukan pembinaan sehingga menjadi lebih baik.
- Melakukan tugas – tugas lain yang ditetapkan oleh atasan sehubungan dengan fungsi di Departemen Marketing.

4. CONTROLLING (PENGAWASAN)

Kegiatan untuk menilai dan mengendalikan jalannya kegiatan agar mencapai tujuan. Manajer mengawasi apakah pelaksanaannya dan hasilnya telah sesuai dengan apa yang telah direncanakan. apakah perlu ada perbaikan dan lain sebagainya. Dalam fungsi ini manager mengatur karyawan atau tim melalui wewenang dan kekuasaan yang dimilikinya serta mengkoordinir dalam pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. Seorang Manager juga bertugas untuk menyediakan stkitar kualitas kerja, baik kinerja karyawan maupun barang dan jasa yang diproduksi sehingga dapat menjadi acuan dalam aktivitas manajemen. Stkitard tersebut juga dapat digunakan untuk proses pengawasan yang telah ditentukan waktunya oleh pihak manajemen.

- Melakukan pengawasan efisiensi dan efektivitas strategi pemasaran yang telah ditetapkan.
- Melakukan pengawasan efisiensi dan efektivitas kegiatan kerja di Departemen Marketing.

Tugas Seorang Manager

Identifikasi dan evaluasi tren, pilih langkah-langkah, tentukan tujuan dan evaluasi hasil.

- Mempertahankan kualitas layanan dengan mematuhi stkitar kualitas dan layanan pelanggan, menganalisis dan memecahkan masalah kualitas pelanggan dan layanan dan merekomendasikan perbaikan sistem.
- Menetapkan tujuan strategis dengan mengumpulkan bidang bisnis, keuangan, layanan, dan informasi yang relevan.

Melengkapi tujuan keuangan Kita dengan merencanakan kebutuhan, pengeluaran, analisis, penyimpangan, membuat anggaran tahunan dan mengambil tindakan korektif.

- Implementasi konsultasi, pembinaan atau tindakan disipliner untuk karyawan, pedoman, prosedur, pengembangan, koordinasi sistem dan stkitar produktivitas.
- Lengkapi dan evaluasi kinerja karyawan dengan berkomunikasi, merencanakan, memantau, dan mengevaluasi hasil pekerjaan.
- Pertahankan karyawan dengan merekrut, memilih, membimbing, dan melakukan pelatihan karyawan untuk memastikan tempat kerja yang aman, nyaman, dan tertib.
- Pengambilan keputusan, perencanaan, organisasi organisasi, manajemen organisasi, kontrol, evaluasi dan pelaporan.
- Dapatkan pengetahuan teknis dan profesional dengan menghadiri seminar pelatihan, memeriksa publikasi khusus, membangun jaringan pribadi, membuat tolok ukur dan terlibat dalam pekerjaan sosial.

2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler, et al., (1996) ada 4 indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, yaitu melalui keluhan dan saran, ghost shopping, analisa mantan pelanggan, dan survey kepuasan pelanggan.

1. Melalui Keluhan & Saran

Keluhan maupun saran yang dapat disampaikan secara langsung oleh pelanggan akan sangat berharga bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan telah diberikan. Adapun media yang dapat digunakan untuk menampung keluhan dan saran para pembeli dapat berupa kotak saran yang dapat diletakkan pada tempat strategis, kartu saran yang dapat diisi langsung maupun dikirim melalui pos, ataupun melalui saluran telepon yang bebas pulsa.

Pada era digital sekarang ini, sebuah masukan atau saran untuk perusahaan bisa dilakukan lebih cepat dan ringkas melalui email ataupun melalui social media. Informasi yang diperoleh dari saran dan keluhan ini dapat dijadikan ide-ide baru dan masukkan yang berharga bagi perusahaan, sehingga perusahaan akan beraksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

Selain mendapatkan kritik dan saran dari pelanggan, penanganan komplain juga bisa menjadi salah satu kepuasan pelanggan. Jika komplain diatasi dengan baik, pelanggan tentunya merasa senang dengan pelayanan dan tidak akan bosan dengan produk kita.

2. Menyewa Jasa *Ghost Shopping*

Ghost Shopping adalah salah satu cara memperoleh gambaran kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk menjadi atau bersikap sebagai pembeli atau pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing perusahaan. Kemudian mereka memberikan laporan mengenai kelebihan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka membeli dan mengonsumsi produk tersebut.

Selain itu, *ghost shopper* memiliki tugas untuk mengamati bagaimana cara perusahaan dan pesaing melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menanggapi setiap keluhan pelanggan. Setelah itu perusahaan akan mengevaluasi semua temuan yang ada dan segera memperbaikinya. Biasanya peran *ghost shopping* ini dilakukan manager tanpa diketahui oleh anak buahnya, sehingga manager dapat mengamati sendiri bagaimana karyawannya menghadapi konsumen, sehingga dia juga dapat mengevaluasi kinerja si karyawan.

3. Analisis Mantan Pelanggan

Ketika perusahaan telah mendapati beberapa pelanggan yang telah beralih, bukan berarti ini adalah akhir dari sebuah hubungan bisnis. Perusahaan tetap bisa memanfaatkan hal ini sebagai peluang untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang tidak terpenuhi sehingga membuat mereka memutuskan untuk beralih pada pesaing usahanya.

Dalam indikator ini perusahaan seharusnya menelepon para pelanggan yang telah berhenti menjadi pembeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa pelanggan tersebut pindah atau berhenti agar dapat mengambil kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya. Dengan begitu perusahaan dapat mencari solusi yang tepat agar pelanggan tersebut kembali membeli produk perusahaan kita lagi.

Perusahaan juga bisa memperbaiki kualitas produk jika mantan pelanggan merasa ada yang kurang nyaman terhadap produk Kita. Dari alasan tersebut, Kita bisa

mengevaluasi produk Kita dan memperbaiki produk sehingga bisa menjadi produk yang lebih baik.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Survey kepuasan pelanggan, adalah hal paling umum yang paling banyak dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam melakukan survei ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk memperoleh jawaban yang benar-benar akurat dan bermanfaat untuk mengetahui kepuasan pelanggan, berikut contoh kuesioner kepuasan pelanggan yang tepat :

- Hindari memberikan pertanyaan yang terlalu banyak, karena berpotensi menimbulkan kebosanan.
- Berikan arahan pertanyaan yang jelas, sehingga dapat dijawab secara jelas pula oleh konsumen.
- Jika memungkinkan, perusahaan bisa memberikan reward atau hadiah atas ketersediaan para pelanggan untuk mengisi survei tersebut.
- Pilihlah media paling efektif untuk melakukan survei, agar tepat sasaran dan tidak menimbulkan beban pengeluaran yang besar bagi perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam setiap bisnis. Dengan pelanggan yang puas, Kita tentunya akan memiliki pelanggan yang loyal dan terus membeli produk kita. Dengan begini, penjualan produk akan terus naik dan keuntungan bisnis Kita akan semakin besar. Melayani pelanggan dengan baik merupakan hal yang penting. 4 indikator di atas dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Sesuaikan dengan jenis bisnis dan pelanggan kita agar lebih mudah dilaksanakan.

References:

- <https://www.jurnal.id/id/blog/indikator-kepuasan-pelanggan-untuk-bisnis/#:~:text=Adapun%20indikator%20yang%20digunakan%20untuk,pelanggan%2C%20dan%20survey%20kepuasan%20pelanggan.> (diakses pada 14 November 2020)
- <http://inovapos.com/cara-cara-mengukur-kepuasan-konsumen/> (diakses pada 14 November 2020)
- <https://qwords.com/blog/mengukur-kepuasan-pelanggan/> (diakses pada 14 November 2020)
- <https://zahiraccounting.com/id/blog/mengukur-kepuasan-pelanggan/> (diakses pada 14 November 2020)
- <https://www.harmony.co.id/blog/bagaimana-cara-mengukur-customer-satisfaction-kepuasan-pelanggan-untuk-meningkatkan-penjualan> (diakses pada 14 November 2020)

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG

Magister Manajemen

Tugas

Mata Kuliah: Manajemen Pemasaran

Dosen Pengampu: Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, MS.

Soal:

1. Bagaimana jika perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang beubah-ubah
2. Bagaimana sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran.
3. Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan
4. Kiat pemasaran apa saja yang dapat digunakan pemasaran untuk mengembangkan ikatan serta kepuasan pelanggan.

Jawab:

1. Kebutuhan pelanggan selalu berubah seiring berjalannya waktu serta membuat keputusan secara cepat mengenai kebutuhan mereka. Beberapa langkah strategi yang dapat dilakukan dalam mengatasi kebutuhan pelanggan yang sering berubah-ubah bagi perusahaan, yaitu:
 - a. Menentukan Ruang Lingkup Perubahan

Hal pertama yang harus dipertimbangkan adalah apa cakupan perubahan permintaan tersebut. Jika perubahan permintaan telah diidentifikasi ruang lingkungnya, maka identifikasi juga apakah perubahan permintaan tersebut membuat perubahan keuntungan bisnis bagi perusahaan. Identifikasi ini akan membantu dalam menentukan apakah perubahan yang diusulkan sesuai dengan proses bisnis perusahaan atau tidak. Sebelum menyetujui perubahan, kita harus memahami apa yang perlu di terapkan pada perubahan tersebut.
 - b. Menentukan Ruang Lingkup Untuk Memasukkan Perubahan

Setelah mengidentifikasi perubahan dan melihat urgensinya, manajer harus merumuskan tanggapan atau melakukan reaksi terhadap perubahan yang diajukan. Tujuan dalam langkah ini adalah untuk penyesuaian terhadap kebutuhan pasar atau pelanggan.

c. Merubah atau tidak merubah

Ketika identifikasi terhadap kecenderungan pelanggan sudah diketahui, maka langkah berikutnya adalah melakukan perubahan atau tidak melakukan perubahan. Hal ini terkait pertimbangan dengan cost yang harus dikeluarkan dan juga manfaat (keuntungan) yang diperoleh.

d. Mengkomunikasikan dan Menerapkan Permintaan Perubahan

Identifikasi atas perubahan yang dilakukan telah dilakukan pemetaan, maka manajer harus mengkomunikasikan kepada manajemen puncak untuk mendapatkan persetujuan.

Ketika pelanggan dengan kebutuhan dan keinginan yang begitu cepat berubah tidak diikuti oleh langkah manajer dengan sigap dan dengan strategi yang tepat, maka kebangkrutan perusahaan sudah berada di depan mata.

2. Strategi berwawasan pemasaran

Untuk menjalankan pemasaran yang baik dan efektif, diperlukan strategi yang tepat, yaitu diantara:

a. Konsep Produksi (Production Concept)

Barang maupun jasa yang dihasilkan harus murah sehingga dapat dibuat kapan saja dan di mana saja agar tidak terjadi masalah dalam penjualan. Secara tidak langsung, perusahaan berupaya melakukan penurunan biaya produksi dan penguatan sistem distribusi. Konsep ini akan berjalan dengan baik jika permintaan melebihi stok. Namun, pelanggan tidak selalu membeli barang atau jasa yang murah dan mudah didapat. Ada saatnya mereka membutuhkan barang berkualitas dengan harga yang pantas.

b. Konsep Produk (Product Concept)

Kualitas barang maupun jasa yang dihasilkan perusahaan haruslah bagus sehingga mudah menarik konsumen. Konsep ini dapat diterima oleh sebagian konsumen, namun yang tidak boleh dilupakan adalah kualitas yang bagus pasti mempengaruhi harga, sedangkan bagi sebagian konsumen, harga yang murah masih menjadi tujuan utama untuk membeli barang.

c. Konsep Penjualan (Selling Concept)

Pelanggan tidak boleh dibiarkan sendirian. Perusahaan harus mengarahkan konsumen dengan sebuah teknik penjualan yang harus dipikirkan karena barang tidak dibeli tetapi barang harus dijual. Perusahaan harus memikirkan usaha penjualan untuk memengaruhi

konsumen membeli produknya. Mereka percaya bahwa dengan sistem penjualan yang baik, mereka dapat menjual produk apa saja yang mereka tawarkan.

d. Konsep Pemasaran (Marketing Concept)

Mengedepankan kepada keinginan dan kebutuhan konsumen, agar produk tetap diminati dan dicari.

3. Cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan

Cara melakukan pengukuran dan kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu:

- a. Berikan responden atau pelanggan tentang seberapa besar harapan mereka terhadap suatu produk dan seberapa banyak mereka merasakan kepuasan pada produk tersebut
- b. Minta pelanggan untuk menulis masalah-masalah apa yang mereka hadapi dalam bertransaksi dengan perusahaan anda dan minta juga saran mereka tentang bagaimana cara agar anda bisa memperbaiki kesalahan-kesalahan tersebut
- c. Minta responden untuk meranking elemen-elemen penawaran menurut derajat kepentingan elemen dan seberapa baik perusahaan bekerja dari setiap elemen tersebut
- d. Buat skala seperti sangat puas, puas, kurang puas, cukup, dan lain-lain.

4. Kiat pemasaran yang dapat digunakan pemasaran untuk mengembangkan ikatan serta kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Kemudahan Bertransaksi

Untuk mempertahankan loyalitas dan kepuasan pelanggan tersebut, perlu memperhatikan bagaimana cara bertransaksi. Sistem transaksi harus dibuat semudah dan sesederhana mungkin agar pelanggan merasa nyaman. Sediakan berbagai alat pembayaran yang bisa diterima, dan buatlah loket pembayaran dalam jumlah yang cukup agar pembeli tidak perlu mengantri lama. Dengan adanya kemudahan bertransaksi, konsumen akan merasa nyaman dan selalu punya keterikatan.

b. Penawaran Menarik

Menawarkan produk yang menarik atau limited edition pada pelanggan tetap terlebih dahulu baru kemudian ditawarkan pada konsumen umum. Pelanggan yang mendapatkan penawaran menarik tersebut akan merasa lebih dipentingkan sehingga mereka juga akan lebih mementingkan perusahaan.

c. Follow Up Setelah Penjualan

Jangan berhenti berhubungan dengan pelanggan, manajer tetap harus berkomunikasi dengan konsumen dan menanyakan bagaimana dengan produk yang ia beli. Apakah cocok dengannya atau tidak, adakah kritik untuk menciptakan produk baru yang lebih baik lagi.

d. Keuntungan Timbal Balik

Melakukan penjualan tidak semata-mata mencari untung untuk perusahaan saja, tetapi juga harus memberikan keuntungan bagi konsumen yang membelinya. Jika kedua belah pihak merasakan keuntungan, kemungkinan seorang konsumen untuk meninggalkan usaha Anda juga lebih sedikit. Baik pembeli maupun penjual merasa saling membutuhkan dan akan setia satu sama lain.

e. Pemberian Hadiah

Pelanggan akan lebih memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut jika mendapatkan hadiah. Berikan hadiah pada target yang akan dituju. Pemberian hadiah tidak akan merugikan perusahaan karena kepuasan pelanggan akan tetap terjaga dan pelanggan bisa semakin bertambah.

f. Perhatian yang Baik

Berikan perhatian yang baik kepada semua konsumen. Tanyakan pada pelanggan produk apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Diawali dengan pertanyaan tersebut, maka berbagai informasi penting untuk mendapatkan hati konsumen. Setelah itu mereka akan mudah dipengaruhi untuk menggunakan produk yang dijual.

Batam, 1 Oktober 2020

Mahasiswa



Ahmad Fauzi
NIM 202510015

Nama : Ahmad Mardhotillah
NIM : 202510016
Mata Kuliah : Analisis Peluang
Tugas : Ke 3

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan.
 - Seorang manajer meneliti dan memilih peluang/probabilitas produk yang dihasilkan untuk jangka panjang bagi kelangsungan kinerja, usaha dan kemajuan, pengembangan bisnisnya.
 - Manajer harus dapat mengukur dan memperkirakan daya tarik dari produk.
 - Manajer juga harus mengevaluasi dan mengontrol Pemilihan strategi harus mempertimbangkan peluang dan tantangan secara universal dan global, dimana setiap saat produk dapat berubah menurut waktu

2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.
 - Manajer pemasaran harus menggunakan konsep fungsi tanggapan dari penjual.
 - Tugas manajer dalam merancang, menyampaikan pesan/masage isi produk kepada khalayak adalah harus dapat memahami apa yang akan terjadi dalam kesadaran pembeli, yaitu datangnya stimuli/rangsangan sehingga pembeli mengambil keputusannya.
 - Peserta antusias untuk datang membeli produk yang sudah dipasarkan, serta secara tidak langsung merekomendasikan kepada calon pembeli yang lain.

Nama : Apriansyah

NIM : 202510003

Analisis Peluang

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan

Jawab :

Fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan memastikan bahwa keinginan pelanggan terakomodir oleh perusahaan dan manajer perusahaan memastikan produk atau jasa terus mengalami perbaikan serta kualitas produk atau jasa yang baik akan memberikan kepuasan pelanggan, Pelanggan juga memperhatikan harga dengan memberikan diskon akan memberikan rasa ketertarikan untuk pelanggan.

2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan

Jawab :

Cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan dengan keluhan ataupun saran yang disampaikan oleh pelanggan sangat berharga bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan telah diberikan. Adapun media yang dapat digunakan untuk menampung keluhan dan saran para pembeli dapat berupa kotak saran yang dapat diletakkan pada tempat strategis ataupun melalui saluran telepon yang bebas pulsa.

Ghost Shopping adalah salah satu cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk menjadi atau bersikap sebagai pembeli atau pelanggan potensial produk perusahaan. Kemudian mereka memberikan laporan mengenai kelebihan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka membeli dan mengonsumsi produk tersebut.

Selain itu, *ghost shopper* memiliki tugas untuk mengamati bagaimana cara perusahaan melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menanggapi setiap keluhan pelanggan. Setelah itu perusahaan akan mengevaluasi semua temuan yang ada dan segera memperbaikinya.

Analisis Mantan Pelanggan juga merupakan cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan dengan cara menelepon para pelanggan yang telah berhenti menjadi pembeli agar dapat memahami mengapa pelanggan tersebut pindah atau berhenti agar dapat mengambil kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya.

Survei kepuasan pelanggan, juga merupakan cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan dengan melakukan survei perusahaan akan mengetahui apa kekurangan dan kelebihan dari perusahaan.

Tugas Mandiri ke 3

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Dosen : Ibu Dr.Ir.Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, M.S
Nama Mahasiswa : Arief Widodo
NIM : 202510004
Program Studi : S2 Magister Manajemen
Institusi : Universitas Bina Darma Palembang

Pembahasan Tugas :

- 1. Jika sebuah perusahaan tidak sanggup terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer menjaga pelanggan**
- 2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran, analisis dari penjelasan tersebut, bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan ?**

Penjabaran :

- 1. *Manager*** dapat diartikan Orang yang dapat memimpin dan mempengaruhi orang lain untuk melaksanakan apa yang dia perintahkan agar tercapainya suatu tujuan.
Pelanggan adalah bagian terpenting dalam dalam menjalani sebuah usaha dan pelanggan adalah kunci yang membuat usaha anda tetap berjalan dan memberikan keuntungan.
Sehingga untuk menjaga pelanggan, manager harus melakukan beberapa hal diantaranya :
 - Manager harus memahami keinginan pelanggan
Trik yang dilakukan manager menarik simpatik keinginan pelanggan, melalui tim manager member pengarahan kepada team promosi agar menanyakan langsung keinginan pelanggan seperti apa, contoh minta diskon dari 10 persen ke 15 persen.
 - Kenalilah tentang diri anda dan produk yang anda tawarkan
Manager dan team harus ramah dan sopan sehingga denga membawa brand produk menjadi lebih percaya diri.

- Menjaga kualitas produk dan pelayanan anda
Hal ini yang paling utama, karena kualitas produk yang bagus membuat konsumen akan kembali lagi berbelanja disertai dengan penjelasan yang detail.
- Dengarkan opini dan saran dari pelanggan
Manager harus siap menerima kritik membangun dari pelanggan, tanpa harus emosi diharapkan manager dan team tetap sabar melayani pelanggan.
- Perhatikan reputasi daring (online) anda.
Disaat wabah corona melanda, manager harus menyiapkan social media sebagai langkah jitu untuk mendekati kepada pelanggan.

2. ***Kepuasan*** dapat diartikan hasil dari harapan dan kinerja yang dirasakan konsumen. Sedangkan ***kepuasan pelanggan*** itu awal mula seorang konsumen membeli sebuah produk, dan adanya perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan diantaranya :

- Perlu diadakan survey kepuasan pelanggan
Dengan dibuatkan form kepuasan pelanggan secara langsung dapat bertemu pelanggan dengan cepat, menanyakan semua yang berhubungan dengan produk yang dijual.
- Diadakannya kritik dan saran
Dibuatkannya media kotak saran atau hotline melalui WA perusahaan, dan petugas harus sigap untuk meninjau lanjutin.
- Perlu adanya Ghost Shopping
Diadakannya tamu misteri yang akan langsung mendatangi pelanggan, dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dari skala 0 sd 10

Terima Kasih

TUGAS KE 2

MANAJEMEN PEMASARAN

Nama : Desti Oktiani
Nim : 202510005
Dosen : Dr. Ir. Hj Ratu Mutialela Caropeboka., MS

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan ?

Jawaban :

Manajer adalah sebagai pelaksana yang menyelesaikan urusan-urusan melalui orang lain, mengambil keputusan, mengalokasikan sumber daya dan mengarahkan kegiatan serta bertanggung jawab atas pencapaian tujuan dalam organisasi.

Seorang manajer harus memiliki peran 3 peran yaitu pertama interpersonal yaitu sebagai pemimpin yang dapat bertanggung jawab memberi motivasi dan mengaktifkan anggotanya agar tercipta hubungan baik dengan pelanggan, kedua peran impormasional yang mencari dan menerima berbagai informasi untuk kemudian mentransformasikan informasi-informasi yang berhubungan dengan menjaga hubungan baik serta keinginan para pelanggan, baik yang diperoleh didalam maupun diluar organisasi kepada anggotanya, yang terakhir peran pembicara meneruskan informasi mempelajari kebutuhan dan keinginan para pelanggan serta mengembangkan konsep produk produk.

2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan ?

Jawaban :

1. Sistem keluhan dan saran

Saran dan keluhan sangat diperlukan untuk keberhasilan sebuah perusahaan hal ini dapat digunakan untuk mengevaluasi bagaimana cara kerja suatu perusahaan. Anda dapat meletakkan kotak saran ditempat yang strategis / memberikan layanan pengaduan secara online.

2. *Ghost Shopping*

Adalah salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan pelanggan. Peran ghost shopping sangat berguna sebab mereka bisa memberi anda laporan tentang kelebihan dan kelemahan perusahaan dan pesaing. Selain itu mereka dapat menjelaskan bagaimana pesaing bertindak dalam melayani konsumen sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kinerja suatu perusahaan.

3. *Lost Customer Analisis*

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi langsung pelanggan yang telah berhenti berlangganan dengan perusahaan anda atau sudah beralih ke produk lain. Sehingga anda dapat mendengar langsung alasan mereka.

4. Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei perusahaan akan mengetahui tanggapan dan timbal balik secara langsung dari pelanggan dan memberikan tanda baik kepada pelanggan bahwa perusahaan senantiasa memperhatikan pelanggannya.

1. Menganalisa Fungsi dan Tugas Manajer Dalam Menjaga Pelanggan

Menjadi seorang manajer pemasaran dalam perusahaan memiliki tanggung jawab yang cukup besar dalam meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Seorang manajer pemasaran harus mampu melihat berbagai kesempatan di masa depan, merumuskan dan menjalankan berbagai program pemasaran sehingga mampu memenuhi target-target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Maka dari itu Manajer harus menjaga, melayani Pelanggan agar Pelanggan merasakan kepuasan dari produk ataupun jasa yang diberikan oleh Perusahaan itu sendiri. Fungsi dan Tugas Manajer dalam menjaga Pelanggan haruslah dengan bantuan karyawan agar Manajer dapat menjalani tugas secara keseluruhan, maka dengan itu sebelum Manajer menjalankan Fungsi dan Tugasnya baiknya terlebih dahulu Manajer membentuk hubungan baik dengan Karyawan agar Karyawan dapat membantu Manajer dalam menjalankan tugasnya dengan senang hati.

Karyawan yang ditugaskan oleh Manajer sangatlah berperan penting dalam menjaga kepuasan pelanggan terhadap Perusahaan itu sendiri. Sebelum menjaga pelanggan alangkah baiknya menjaga hubungan yang baik sesama karyawan dari tingkatan jabatan tertinggi sampai terendah karena dalam Perusahaan haruslah bekerja sama agar mendapatkan hasil yang ingin dicapai, mulai dari keuntungan serta kepuasan konsumen atau pelanggan.

Setelah itu Manajer dapat melakukan tugasnya dengan lancar dalam menjaga pelanggan, karena menarik atau mempertahankan Pelanggan merupakan bagaimana mendapatkan potensial yang baru serta mampu membuat pelanggan tetap setia dengan satu Perusahaan dan tidak mencari Perusahaan yang lain.

2. Menganalisa bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

Strategi Mengukur Kepuasan Pelanggan. Yang paling penting dalam mendirikan sebuah perusahaan adalah mendapatkan pelanggan. Lalu selanjutnya mendapat keuntungan dari para pelanggan tersebut. Jika pelanggan puas, maka mereka tidak hanya datang sekali namun akan berkali-kali. Pelanggan yang tetap datang hingga berkali-kali inilah yang disebut pelanggan tetap. Pelanggan tetap sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan. Sebab tanpa pelanggan tetap maka perusahaan tersebut bisa dikatakan bangkrut.

Konsumen adalah raja. Ungkapan ini adalah doktrin yang beredar luas dalam dunia bisnis dan usaha. Jika konsumen puas, maka mereka berpotensi menjadi pelanggan setia sebuah produk atau jasa. Tapi bukan hal yang mudah untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Seorang pengusaha harus benar-benar memahami bagaimana cara produk/jasanya bisa diterima baik oleh konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah kunci bertahannya sebuah produk/jasa dalam masyarakat. Jika produk/jasa bisa memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi para konsumennya, maka produk/jasa tersebut akan bertahan meskipun ada produk baru bermunculan.

Untuk memudahkan dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, Anda bisa menggunakan layanan email marketing untuk bisa menjangkau lebih banyak pelanggan. Kami memiliki rekomendasi layanan **Email Marketing** dari **Qwords**. Tunggu apalagi tingkatkan omzet bisnis Anda dengan layanan email marketing terbaik dari Kami.

Nama	:	ELLY FARIDAH
NIM	:	202510001
Mata Kuliah	:	MANAJEMEN PEMASARAN
Dosen Pengasuh	:	DR.Ir.Ratu Mutialela Caropeboka.M.S.

1. .Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan ?

Jawab :

Manajer adalah orang yang memiliki pengalaman, pengetahuan dan keterampilan yang baik yang diakui oleh organisasi untuk dapat memimpin, mengelola, mengendalikan, mengatur serta mengembangkan organisasi dalam rangka mencapai tujuannya.

Manajer perusahaan adalah seorang yang memiliki tanggung jawab besar untuk seluruh bagian pada suatu perusahaan atau organisasi yang dipimpinnya dan harus mempunyai wawasan yang luas.

Setiap perusahaan memiliki manajemen yang memegang berbagai peranan penting yang menentukan keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan untuk diwujudkan bersama. Ada banyak peran yang harus dimainkan / diperankan para manajer secara seimbang sehingga diperlukan orang-orang yang tepat untuk menjalankan peran-peran tersebut. Untuk itu, peranan manajer sangat diharapkan dapat memacu laju perkembangan suatu perusahaan.

Tugas dari seorang manajer secara garis besar :

- Ø Memimpin organisasi.
- Ø Mengatur dan mengendalikan organisasi.
- Ø Mengembangkan organisasi.
- Ø Mengatasi berbagai masalah yang dihadapi organisasi.

- Ø Meningkatkan rasa tanggung jawab.

- Ø Mengevaluasi kegiatan-kegiatan organisasi.

Jmk9Ø Menggali dan mengembangkan sumber daya yang dimiliki organisasi atau perusahaan.

Fungsi Manajer dalam perusahaan yaitu : Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling.

Dari uraian diatas dapat dilihat betapa berperannya seorang manajer dalam keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Satu satunya nilai yang dapat diciptakan perusahaan adalah nilai yang berasal dari pelanggan antara lain semua nilai yang dimiliki sekarang maupun yang akan datang. Satu bisnis dikatakan sukses apabila berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan.

Seorang manajer harus tahu terlebih dahulu bagaimana cara menarik pelanggan, Adapun beberapa cara yang perlu direncanakan (planning) seorang manajer dalam menarik pelanggan yaitu :

1. Berikan sesuatu
2. Temui berbagai orang
3. Lihat kembali akan laporan penghasilan dari produk perusahaan
4. Buatlah sesuatu yang unik
5. Menunjukkan keahlian
6. Gunakan teknologi yang ada
7. Buatlah sebuah kompetisi atau lomba berhadiah
8. Buatlah sebuah event atau acara
9. Gunakan strategi pemasaran yang berbeda beda
10. Temukan seorang partner bisnis

Selain dari hal tersebut, terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan tentunya menjadi salah satu asset penting dalam menjalankan sebuah usaha. Puasan tidaknya konsumen dengan produk yang ditawarkan perusahaan, pastinya akan berimbas pada perkembangan bisnis perusahaan itu sendiri. Apabila konsumen mendapatkan kepuasan dari produk yang dipasarkan bisa dipastikan mereka akan melakukan pembelian ulang dimasa masa yang akan datang. Begitu pun sebaliknya bila mereka kecewa dengan pelayanan yang diberikan maka tidak menutup kemungkinan bila mereka akan kapok melakukan pembelian

diperusahaan kita dan berpaling ke perusahaan lain. Berikut cara yang perlu diperhatikan manajer dalam mempertahankan pelanggan yakni sebagai berikut :

- a. Berikan perhatian before dan after sales
- b. Ciptakan sebuah hubungan yang saling menguntungkan
- c. Lakukan follow up pasca penjualan
- d. Tawarkan program menarik untuk menjaga totalitas konsumen
- e. Berikan keuntungan bagi pelanggan setia perusahaan

Jadi, bagi seorang manajer menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan merupakan bagaimana cara mendapatkan pelanggan potensial yang baru serta mampu mempertahankan supaya pelanggan yang lama tetap loyal dengan satu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain. Pelanggan merupakan bagian yang sangat terpenting perusahaan karena dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan yaitu mereka pasti akan melakukan pembelian berulang ulang di masa yang akan datang. Dan sebaliknya bila mereka kecewa dengan pelayanan yang diberikan maka tidak menutup kemungkinan pelanggan akan kapok melakukan pembelian di tempat Anda.

Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan baik sebelum terjadi maupun pasca pembelian akan membuat pelanggan merasa diperhatikan.

Adapun cara mengetahui atau mengukur tingkat kepuasan pelanggan yaitu :

1. Membuat survey tingkat kepuasan pelanggan
2. Meminta pelanggan untuk menceritakan pengalaman negative yang pernah dialami
3. Melakukan survey numeric atau rating
4. Menjadikan data sebagai informasi penting dimasa depan

TUGAS
MANAJEMEN PEMASARAN
“ANALISIS PELUANG”



Dosen :

Dr. Ir. Hj Ratu Mutialela Caropeboka., MS

Disusun Oleh :

Fadhillah Adhariani

202510006

Universitas Bina Darma Palembang
Program Study Magister Manajemen
Tahun Ajaran 2020-2021

TUGAS PERTEMUAN KETIGA

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan ?

Jawaban:

Seorang manajer pemasaran memiliki tugas dan tanggung jawab besar dalam rangka peningkatan profit perusahaan. Diantara tugas manajer pemasaran yaitu selalu harus dapat menganalisis kesempatan kedepan, membuat rumusan dan melaksanakan kegiatan yang dimaksudkan untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Pada dasarnya memang tugas manajer pemasaran adalah melaksanakan fungsi manajemen khususnya dalam bidang pemasaran. Fungsi manajemen yang dilakukan sebagai tugas manajer pemasaran seperti *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling (POAC)*.

Manajer perlu melakukan perkembangan pasar yang menjadi tren atau banyak diminati oleh pelanggan. Dimana sampai saat ini pasar merupakan faktor utama yang penting. Memiliki sebuah produk yang bernilai dan berkualitas baik tetapi tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan akan terasa percuma. Diperlukan sebuah strategi khusus untuk menjalankan bisnis agar memiliki pasar yang bagus. Terlebih saat ini tren pasar semakin berubah-ubah yang membuat permintaan terkait produk pun juga berubah-ubah. Perusahaan sudah selayaknya mengikuti perkembangan kebutuhan pasar/pelanggan. Memiliki strategi atau sering mengubah strategi agar barang diminati pelanggan tetapi tidak tanggap akan kebutuhan pelanggan atau keinginan pelanggan, maka akan terasa percuma, sebab produk yang ditawarkan kepada pelanggan tidak akan bisa di terima oleh pelanggan. Ketika perusahaan sudah tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, itu akan membuat perusahaan lebih mudah dalam mengatur strategi pemasaran. Dimana hal itu bermanfaat untuk membuat besarnya peluang bisnis yang ada untuk memenangkan persaingan pasar. Untuk itu perlunya sebuah tindakan agar mampu mengatasi tren pasar yang berubah-ubah agar tetap memberikan kelancaran bagi bisnis yang dijalankan dengan cara memperhatikan kebutuhan pelanggan.

Berikut ini cara mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan, antara lain :

- a. Berikan perhatian *before* dan *after sales*

Sebagian besar pelaku pasar hanya fokus terhadap penawaran yang akan mereka sampaikan, tanpa memperhatikan keinginan pelanggan. Kesalahan inilah yang sering membuat para konsumen melakukan penolakan secara langsung terhadap para sales, sebab mereka menganggap para sales hanya akan berpromosi menawarkan sebuah barang. Karenanya untuk menciptakan kepuasan konsumen, berikan perhatian khusus kepada para

konsumen baik sebelum terjadi transaksi pembelian maupun pasca pembelian. Misalnya saja dengan membagikan katalog menarik untuk memancing minat konsumen, serta memberikan garansi khusus pada produk unggulan yang Anda pasarkan.

b. Ciptakan sebuah hubungan yang saling menguntungkan

Dalam memasarkan sebuah produk, tak jarang para pelaku pasar atau pedagang lebih mendominasi komunikasi yang terbangun. Mereka memosisikan para konsumen sebagai pendengar, dan pemasar sebagai narasumber utamanya. Strategi pemasaran seperti ini tentunya terbilang kuno, sebab sekarang ini para konsumen sudah mulai cerdas dan bisa menentukan produk-produk unggulan yang bisa memenuhi kebutuhan mereka. Oleh sebab itu, pastikan hubungan yang terbangun antara konsumen dan pelaku pasar bisa seimbang dan saling menguntungkan.

c. Lakukan *follow up* pasca penjualan

Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, ada baiknya Anda mencatat semua customer yang pernah membeli produk Anda dan mencoba melakukan follow up ulang pasca pembelian pertama. Meskipun cara ini sangatlah mudah, namun sampai hari ini belum semua pelaku usaha melakukannya. Biasanya mereka kurang peduli dengan prospek yang sudah dimiliki, dan cenderung mencari sasaran (konsumen baru) dibandingkan harus mem-follow up ulang konsumen-konsumen yang pernah melakukan pembelian di perusahaan mereka.

d. Tawarkan program menarik untuk menjaga loyalitas konsumen

Seperti halnya mall-mall besar maupun pusat perbelanjaan di kota-kota besar yang biasanya menawarkan program premium atau kartu keanggotaan untuk menjaga loyalitas para pelanggan. Anda pun juga bisa mencoba program tersebut untuk membangun loyalitas konsumen. Mulailah dengan menawarkan sebuah keanggotaan atau member khusus yang akan memberikan banyak keuntungan bagi para pelanggan setia Anda. Misalnya saja menawarkan diskon khusus bagi para konsumen yang memiliki kartu keanggotaan, atau menawarkan bonus tertentu bagi para member yang berbelanja cukup banyak di perusahaan Anda.

e. Berikan keuntungan bagi pelanggan setia Anda

Selain menawarkan program menarik untuk menjaga loyalitas konsumen, Anda juga bisa menjalin kerjasama dengan para pelanggan setia Anda. Tawarkan peluang bisnis bagi para konsumen yang bisa memberikan untung besar bagi mereka dan sekaligus bisa

membantu Anda dalam meningkatkan pemasaran produk. Contohnya saja dengan membuka program reseller untuk para konsumen yang tertarik memasarkan produk Anda. Strategi ini tidak hanya menguntungkan para reseller, namun juga mendorong para pelanggan untuk melakukan pembelian berulang-ulang.

2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisislah dari penjelasan tersebut bagaimana mengukur dan melayani kepuasan pelanggan ?

Jawaban :

Mengukur kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling penting dalam mendirikan sebuah perusahaan. Dengan adanya pelanggan perusahaan mendapatkan keuntungan dari para pelanggan tersebut. Jika pelanggan puas, maka mereka tidak hanya datang sekali namun akan berkali-kali. Pelanggan yang tetap datang hingga berkali-kali inilah yang disebut pelanggan tetap. Pelanggan tetap sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan. Sebab tanpa pelanggan tetap maka perusahaan tersebut bisa dikatakan bangkrut. Berikut ini cara mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

- a. Melalui Keluhan & Saran

Keluhan maupun saran yang dapat disampaikan secara langsung oleh pelanggan akan sangat berharga bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan telah diberikan. Adapun media yang dapat digunakan untuk menampung keluhan dan saran para pembeli dapat berupa kotak saran yang dapat diletakkan pada tempat strategis, kartu saran yang dapat diisi langsung maupun dikirim melalui pos, ataupun melalui saluran telepon yang bebas pulsa.

Pada era digital sekarang ini, sebuah masukan atau saran untuk perusahaan bisa dilakukan lebih cepat dan ringkas melalui email ataupun melalui social media. Informasi yang diperoleh dari saran dan keluhan ini dapat dijadikan ide-ide baru dan masukkan yang berharga bagi perusahaan, sehingga perusahaan akan beraksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

Selain mendapatkan kritik dan saran dari pelanggan, penanganan komplain juga bisa menjadi salah satu kepuasan pelanggan. Jika komplain diatasi dengan baik, pelanggan tentunya merasa senang dengan pelayanan dan tidak akan bosan dengan produk Anda.

- b. Menyewa Jasa *Ghost Shopping*

Ghost Shopping adalah salah satu cara memperoleh gambaran kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk menjadi atau bersikap sebagai pembeli atau pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing perusahaan. Kemudian mereka memberikan laporan mengenai kelebihan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Selain itu, *ghost shopper* memiliki tugas untuk mengamati bagaimana cara perusahaan dan pesaing melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menanggapi setiap keluhan pelanggan. Setelah itu perusahaan akan mengevaluasi semua temuan yang ada dan segera memperbaikinya. Biasanya peran *ghost shopping* ini dilakukan manager tanpa diketahui oleh anak buahnya, sehingga manager dapat mengamati sendiri bagaimana karyawannya menghadapi konsumen, sehingga dia juga dapat mengevaluasi kinerja si karyawan.

c. Analisis Mantan Pelanggan

Ketika perusahaan telah mendapati beberapa pelanggan yang telah beralih, bukan berarti ini adalah akhir dari sebuah hubungan bisnis. Perusahaan tetap bisa memanfaatkan hal ini sebagai peluang untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang tidak terpenuhi sehingga membuat mereka memutuskan untuk beralih pada pesaing usahanya. Dalam indikator ini perusahaan seharusnya menelepon para pelanggan yang telah berhenti menjadi pembeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa pelanggan tersebut pindah atau berhenti agar dapat mengambil kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya. Dengan begitu perusahaan dapat mencari solusi yang tepat agar pelanggan tersebut kembali membeli produk perusahaan kita lagi.

Perusahaan juga bisa memperbaiki kualitas produk jika mantan pelanggan merasa ada yang kurang nyaman terhadap produk Anda. Dari alasan tersebut, Anda bisa mengevaluasi produk Anda dan memperbaiki produk sehingga bisa menjadi produk yang lebih baik.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Survey kepuasan pelanggan, adalah hal paling umum yang paling banyak dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam melakukan survei ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk memperoleh jawaban yang benar-benar akurat dan bermanfaat untuk mengetahui kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam perusahaan. Dengan pelanggan yang puas, perusahaan tentunya akan memiliki pelanggan yang loyal dan terus membeli produk. Dengan begini, penjualan produk akan terus naik dan keuntungan pada perusahaan akan semakin besar.

Nama : Muhammad Taufan Dwi Putra
NIM : 202510018
Kelas : MM 36

Tugas Pertemuan Ketiga

Tugas Pertemuan ini yaitu :

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan .
2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

Jawaban :

1. Manajer pemasaran bekerja dengan pimpinan eksekutif dan top manajer lain pada tingkatan hukum dan menerapkan konsep dan mengembangkan secara menyeluruh tujuan, misi dan strategi perusahaan. Manajemen pemasaran yang diarahkan pada penempatan persaingan produk atau layanan dengan pilihan pasar dan melibatkan pilihan produk, harga, komunikasi dan penjualan, distribusi, sebaik mengembangkan sistem penampilan manajemen dan langkah-langkah memonitor dan pelaksanaan penyesuaiannya antara lain :
 - Keputusan tentang posisi persaingan produk perusahaan dan pelayanan yang tepat - siapa untuk melayani dalam pilihan pasar dan apa hasilnya – atau berkas-berkas keuntungan - mungkin usulan pelanggan.
 - Keputusan tentang produk atau pilihan pelayanan – tepatnya apa sumbangan dengan tkita-tkita dan karakter yang akan membawa perusahaan ke pasaran.
 - Keputusan tentang kebijakan harga – tepatnya harga yang akan dibayar dari sumbanagn perusahaan pada level lain dalam sistem bisnis sampai konsumsi akhir.
 - Keputusan tentang kebijakan komunikasi – tepatnya informasi apa yang akan disediakan pasar bagi perusahaan dan sumbangan bagi pelanggan potensial, perubahan dan anggota sistem bisnis yang pantas diberitahukan dan pendekatan melaksanakan bisnis dengan perusahaan.
 - Keputusan tentang kebijakan distribusi – tepatnya bagaimana produk perusahaan atau pelayanan sampai ke pemakai akhir, menyediakan pilihan dan komitmen memer lain dari sistem bisnis, siapa yang menanggunglgi produk atau rencana layanan dan implementasi sistem logistik secara fisik (truk, dll), elektronika dan lainnya, menggerakkan sumbangan perusahaan dimana mereka inginkan.
Pelaksanaan strategi melibatkan tindakan keputusan dalam bentuk pengembangan program, rencana tindakan, budget tahunan dan desain penampilan sistem manajemen dan kriteria. Ini memungkinkan pelaksanaan

keputusan dan konsekuensi mereka menjadi dimonitor, koreksi tindakan yang menempatkan dimana keperluan dan memastikan belajar secara efektif pada tempatnya.

Pekerjaan manajer pemasaran dalam konteks proses pengembangan produk baru. Catatan perusahaan yang bagus dan pelayanan adalah perkembangan secara menetap. Manajer pemasaran harus memiliki pemahaman penuh mengenai hubungan timbal balik pemasaran dan desain, apresiasi tugas desain kelas satu dalam strategi superior.

2. Perusahaan yang memiliki wawasan dalam pemasaran memiliki keuntungan dalam melakukan strategi pemasaran sehingga dapat mengetahui langkah apa atau implementasi apa yang harus mereka lakukan dalam menghadapi pelanggannya sehingga perusahaannya mendapatkan profit yang sesuai dengan mereka inginkan.

- Sistem Keluhan dan Saran

Saran dan keluhan dari setiap pelanggan sangat anda perlukan. Ini bisa menjadi materi anda untuk mengevaluasi bagaimana cara kerja perusahaan anda. Anda dapat meletakkan sebuah kotak saran di lokasi yang strategis seperti tempat resepsionis atau kasir. Sehingga pelanggan dapat lebih mudah menemukan kotak saran tersebut. Selain itu keluhan dan saran juga bisa ditampung melalui telepon langsung ke perusahaan anda atau melalui akun media sosial perusahaan. Seperti facebook, twitter, instagram, dll.

Namun metode ini memiliki kekurangan, yaitu bersifat pasif. Maksudnya adalah anda akan kurang jelas memahami bagaimana maksud dari keluhan-keluhan pelanggan secara langsung. Dan kemungkinan besar, ada juga pelanggan yang merasa enggan atau malas untuk membagikan keluhan mereka. Biasanya cara yang mereka lakukan adalah meninggalkan produk anda begitu saja lalu mencari produk lain yang. Sehingga metode ini sulit untuk dicari jalan keluarnya.

- Ghost Shopping

Ghost Shopping adalah salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk menjadi atau bersikap sebagai pembeli atau pelanggan potensial produk perusahaan dan juga pesaing perusahaan.

- Peran ghost shopping sangat berguna. Sebab mereka bisa memberi anda laporan tentang kelebihan dan kelemahan perusahaan anda dan pesaing anda. Selain itu, mereka juga bisa menjelaskan bagaimana pesaing anda bertindak dalam melayani konsumen. Sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kinerja perusahaannya dan mengambil sisi kelebihan dari perusahaan lain.
- Lost Customer Analysis. Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi langsung pelanggan yang telah berhenti berlangganan dengan perusahaan anda atau sudah beralih ke produk lain. Sehingga anda bisa mendengar dengan jelas apa alasan mereka sehingga mereka tidak lagi berbelanja dengan anda.
- Survei Kepuasan Pelanggan. Banyak perusahaan yang sudah melakukan cara ini. Melalui survei perusahaan akan mengetahui tanggapan dan timbal balik secara langsung dari pelanggan dan memberikan tanda baik kepada pelanggan bahwa perusahaan senantiasa memperhatikan pelanggannya. Ini juga

memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk memahami apa yang diinginkan oleh pelanggannya.

NAMA: Pitri Yanti

NIM: 202510007

MM 36

1) Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan.

Fungsi seorang manajer yaitu bertanggung jawab terhadap perencanaan, pengorganisasian, penyusunan pegawai, pengarahan, dan pengendalian dan tugas manajer adalah mampu mengambil keputusan dan mampu menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi berubah-ubah yang berdampak buruk pada keuntungan perusahaan, seorang manajer harus menganalisa inti permasalahan dan mengambil keputusan untuk menyelesaikannya dengan cara yang tepat, terencana, terorganisir, terarah dan terkendali, dan cepat. Seorang manajer harus mampu menganalisa peluang pasar, memilih pasar yang tepat, sasaran, mengantisipasi tindakan kompetitor dan menentukan strategi pemasaran yang tepat serta menonjolkan keunggulan produk yang dihasilkan sehingga perusahaan mampu mencapai tujuannya.

2) Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran melalui pengukuran dan pengamatan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2003) kepuasan pelanggan dapat diukur dengan 4 metode yaitu:

1. **Sistem keluhan dan saran**, perusahaan menyediakan media seperti: kotak saran, no Telepon, email, dll agar pelanggan dengan mudah menyampaikan keluhan dan saran terhadap produk/jasa perusahaan
2. **Survei kepuasan pelanggan**, survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui metode survei seperti melalui wawancara langsung, telepon, email, dll. Metode ini dapat diukur dengan cara: *Directly Reported Satisfaction, Derived Dissatisfaction, Problem Analysis, Importance-Performance Analysis.*

3. **Ghost shopping**, metode yang dilakukan dengan cara mempekerjakan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk/jasa pesaing, lalu menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk/jasa pesaing (kompetitor).
4. **Lost customer analysis**, perusahaan berusaha untuk menghubungi pelanggan yang telah berhenti dan beralih ke produk/jasa lain yang bertujuan untuk mendapatkan informasi alasan pelanggan itu beralih.

Metode kepuasan pelanggan diatas bertujuan untuk mempelajari persepsi pelanggan terhadap produk/jasa yang ditawarkan, mengetahui kebutuhan, dan keinginan pelanggan, kelemahan produk/jasa yang ditawarkan sehingga dapat menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan mutu pelayanan dan menyusun rencana kerja serta menyempurnakan kualitas produk dan pelayanan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management, 11th Edition*. New Jersey: Prentice Hall

TUGAS MANAJEMEN PEMASARAN

DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.M.S

OLEH

REKA TIA SUSANTI

NIM. 202510008



PROGRAM PASCASARJANA

MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG

2020

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan!
 - Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan.
 - Merencanakan *marketing research* yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing.
 - Menciptakan, menumbuhkan, dan memelihara kerja sama yang baik dengan konsumen.
 - Merumuskan target penjualan.
 - Merumuskan standard harga jual dengan koordinasi bersama Direktur Operasional serta Departemen terkait.
 - Menanggapi permasalahan terkait keluhan pelanggan jika tidak mampu ditangani oleh bawahan.
 - Berikan pelanggan solusi terbaik terhadap keluhan.
 - Melakukan analisa perilaku pasar / konsumen sebagai dasar dalam menentukan kebijakan pemasaran.
 - Memantau potensi bawahan untuk dilakukan pembinaan sehingga menjadi lebih baik.
 - Melakukan survey terhadap konsumen mengenai pelayanan dan penanganan karyawan terhadap pelanggan.
 - Melakukan Evaluasi kerja terhadap kinerja karyawan.

2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

Menurut buku yang dibuat oleh Kotler, et al., (1996) ada 4 metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1# Survey Secara Online Keluhan Dan Saran

Tujuan dari dibuatnya sebuah laporan kepuasan pelanggan adalah, agar pengusaha atau manajemen mengerti kekuatan dari produk maupun jasa yang di jual ke pelanggan. Salah satu cara terbaik agar dapat mengetahui apakah pelanggan puas atau tidak adalah membuka layanan secara online keluhan dan saran.

Kita bisa berinteraksi kepada pelanggan anda melalui social media, email maupun kotak saran. Agar para pelanggan mau membuat saran maupun keluhan. Kita bisa memberikan diskon bila kita dikirim sebuah saran maupun keluhan setiap produk yang dijual.

2# Meneliti Sendiri Produk Yang di Jual

Untuk metode sederhana kali ini, dimana cukup kita mempekerjakan sebuah tim konsultan khusus atau penyedia jasa riset pasar. Yang bertugas untuk Membeli barang atau mencoba jasa dari bisnis yang dijalankan. Kemudian, tim tersebut membuat laporan tentang apa saja yang harus diperbaiki.

Tentunya dalam memilih tim konsultan untuk mengukur kepuasan pelanggan tidak boleh sembarangan. Melainkan harus professional dan terpercaya. Karena dalam mengukur kepuasan pelanggan, harus bicara jujur apa adanya. Serta bisa memberikan solusi kepada pengusaha agar bisa memperbaiki kekurangan dari produk maupun jasa yang ditawarkan.

3# Observasi Pelanggan Yang Tidak Membeli Lagi

Kemudian metode ke tiga adalah, dengan cara observasi atau melakukan pengamatan secara mendalam. Kenapa pelanggan tidak membeli lagi atau menggunakan lagi produk jasa yang ditawarkan. Dimana cara ini bisa anda lakukan sendiri dengan turun langsung melihat bisnis anda berjalan. Atau dengan mengamati kondisi pasar, apakah ada pesaing atau layanan yang diberikan kurang memuaskan pelanggan.

Agar bisa mengetahui apakah pelanggan kembali lagi atau tidak dengan cara, mencatat pembelian yang dilakukan pelanggan tersebut. Dengan meminta mengambil datanya, seperti nama dan alamat. Kemudian, ketika pelanggan kembali lagi maka namanya sudah ada didata tersebut.

Jadi ketika data sudah dikumpulkan dalam rentang waktu tertentu, kita bisa mengetahui berapa persen pelanggan kembali lagi atau tidak. Dan kita bisa membuat laporan sendiri mengenai data yang anda peroleh, dan mulai memperbaiki apa saja yang kurang dari bisnis tersebut.

4# Melakukan Survey Kepuasan Dengan Wawancara

Pada bagian terakhir, metode ini cukup sering digunakan oleh banyak pengusaha dalam mengukur seberapa puas para pelanggan. Sebenarnya cara ini hampir sama

dengan cara yang saya sampaikan pada point 1. Yang membedakan adalah, metode survey kepuasan pelanggan ini harus dilakukan dengan cara wawancara setelah pelanggan telah membeli barang maupun jasa yang dijual.

Kita bisa meminta data seperti Nama, alamat, dan No tlp yang bisa dihubungi. Dan kita bisa melakukan wawancara dengan cara menelpon, lalu menanyakan pertanyaan berikut ini :

- Apakah Anda Puas Dengan Produk Yang Kami Jual ?
- Apakah Ada Kesulitan Dengan Menggunakan Produk Kami ?
- Apakah Ada Keluhan Dari Produk Kami?
- Bagaimana Perasaan Anda Setelah Menggunakan Produk Kami ?
- Berapa Penilaian Anda Dalam Angka 1-10 Mengenai Produk Kami ?

Ingat dalam mengajukan pertanyaan wawancara tidak boleh bertele-tele. Dimana kita wajib menghargai waktu dari pelanggan yang akan kita wawancara. Apabila mereka menjawab singkat, tidak perlu lagi kita menanyakan secara jelas. Hargai para pelanggan, dan hadapi dengan sabar untuk setiap wawancara.

TUGAS KETIGA MANAJEMEN PEMASARAN

NAMA : RENDY PRAYITNO
NIM : 202510009
FAKULTAS : MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS : BINA DARMA

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan:

Fungsi seorang manajer jika perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan adalah dengan cara (1) Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan sehingga mampu bersaing di dalam pasar. (2) Memperlebar pangsa pasar untuk meningkatkan konsumen pada produk yang dihasilkan. (3) Memperoleh laba dalam jangka pendek.

Kemudian untuk tugas seorang manajer meliputi:

Tugas Perencanaan:

- Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan.
- Merumuskan riset pemasaran sesuai trend yang terjadi di pasar khususnya pada produk pesaing yang serupa.
- Menganalisis peluang usaha.
- Menetapkan langkah alternatif untuk mengantisipasi adanya kondisi yang merugikan perusahaan.
- Menyusun kebijakan terkait kegiatan pemasaran.
- Mengidentifikasi dan memproyeksikan potensi dan peluang usaha.
- Merencanakan perluasan pangsa pasar dan jaringannya.

Pelaksanaan:

- Memimpin bidang atau departemen pemasaran beserta seluruh sumber daya yang dimiliki.
- Mengarahkan departemen pemasaran untuk mencapai produktivitas maksimal seefisien dan seefektif mungkin.
- Membangun interaksi dan *kerjasama* dengan konsumen/pelanggan dengan sebaik-baiknya.
- Menetapkan sasaran penjualan.
- Saling berkoordinasi dengan departemen lain yang terkait yang berhubungan dengan penetapan harga jual di tingkat konsumen maupun distributor.
- Menerima apabila terjadi complain dari konsumen yang tidak dapat diatasi oleh staff operasional.
- Melakukan pengesahan terkait *standard operasional procedure (SOP)* di departement pemasaran.
- Mengontrol di setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan agar sesuai dengan perencanaan yang telah disusun dan tercapainya tujuan. Misalkan pada pencapaian volume penjualan maupun perolehan laba.
- Sigap dalam mengambil keputusan yang antisipatif dalam menghadapi masalah pemasaran.

- Menyediakan pelayanan kredit pembelian terhadap konsumen dengan batasan yang disesuaikan kondisi perusahaan.
- Apabila terjadi overload produksi maka dilakukan demarketing.
- Menganalisa konsumen yang terjebak pada kredit macet dan segera mengatasi permasalahan tersebut.
- Melakukan analisis terhadap kondisi pasar dan perilaku konsumen dan menggunakannya sebagai dasar dalam penetapan kebijakan.
- Up to date terhadap peraturan yang diberlakukan pemerintah yang berkaitan dengan tata niaga serta menganalisisnya dalam penetapan kebijakan.
- Melakukan *record* terhadap semua staff pemasaran akan kinerjanya dan memberikan *reward and punishment* bila diperlukan.
- Menilai kinerja kepala bagian pemasaran.
- Menjalankan tugas yang telah ditentukan yang berkaitan dengan fungsi pemasaran sebagai tugas manajer pemasaran.

Pengawasan:

- Menjamin perencanaan strategi pemasaran yang telah disusun dilaksanakan secara efektif dan efisien.
- Mengawasi seluruh kegiatan pelaksanaan pemasaran yang dilaksanakan oleh departemen pemasaran dengan efektif dan efisien.

2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisislah dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan :

Strategi mengukur kepuasan pelanggan yang paling penting dalam mendirikan sebuah perusahaan adalah mendapatkan pelanggan. Lalu selanjutnya mendapat keuntungan dari para pelanggan tersebut. Jika pelanggan puas, maka mereka tidak hanya datang sekali namun akan berkali-kali. Pelanggan yang tetap datang hingga berkali-kali inilah yang disebut pelanggan tetap. Pelanggan tetap sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan. Sebab tanpa pelanggan tetap maka perusahaan tersebut bisa dikatakan bangkrut.

Adapun metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, yaitu:

Sistem Keluhan dan Saran

Saran dan keluhan dari setiap pelanggan sangat anda perlukan. Ini bisa menjadi materi anda untuk mengevaluasi bagaimana cara kerja perusahaan anda. Anda dapat meletakkan sebuah kotak saran di lokasi yang strategis seperti tempat resepsionis atau kasir. Sehingga pelanggan dapat lebih mudah menemukan kotak saran tersebut. Selain itu keluhan dan saran juga bisa ditampung melalui telepon langsung ke perusahaan anda atau melalui akun media sosial perusahaan. Seperti facebook, twitter, instagram, dll.

Namun metode ini memiliki kekurangan, yaitu bersifat pasif. Maksudnya adalah anda akan kurang jelas memahami bagaimana maksud dari keluhan-keluhan pelanggan secara langsung. Dan kemungkinan besar, ada juga pelanggan yang merasa enggan atau malas untuk membagikan keluhan mereka. Biasanya cara yang mereka lakukan adalah meninggalkan produk anda begitu saja lalu mencari produk lain yang. Sehingga metode ini sulit untuk dicari jalan keluarnya.

Ghost Shopping

Ghost Shopping adalah salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk menjadi atau bersikap sebagai pembeli atau pelanggan potensial produk perusahaan dan juga pesaing perusahaan.

Peran ghost shopping sangat berguna. Sebab mereka bisa memberi anda laporan tentang kelebihan dan kelemahan perusahaan anda dan pesaing anda. Selain itu, mereka juga bisa menjelaskan bagaimana pesaing anda bertindak dalam melayani konsumen. Sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kinerja perusahaannya dan mengambil sisi kelebihan dari perusahaan lain.

Lost Customer Analysis

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi langsung pelanggan yang telah berhenti berlangganan dengan perusahaan anda atau sudah beralih ke produk lain. Sehingga anda bisa mendengar dengan jelas apa alasan mereka sehingga mereka tidak lagi berbelanja dengan anda.

Survey Kepuasan Pelanggan

Banyak perusahaan yang sudah melakukan cara ini. Melalui survei perusahaan akan mengetahui tanggapan dan timbal balik secara langsung dari pelanggan dan memberikan tanda baik kepada pelanggan bahwa perusahaan senantiasa memperhatikan pelanggannya. Ini juga memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk memahami apa yang diinginkan oleh pelanggannya.

Tugas Mata Kuliah Manajemen Pemasaran

Dosen : Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, MS.

Nama : Rezki Ardiansyah, S.Kom

Nim : 202510010

Tugas pertemuan ketiga

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manager dalam menjaga pelanggan.
 - Memimpin seluruh jajaran Departemen Marketing sehingga tercipta tingkat efisiensi, efektivitas, dan produktivitas setinggi mungkin.
 - Menciptakan, menumbuhkan, dan memelihara kerja sama yang baik dengan konsumen.
 - Merumuskan target penjualan.
 - Merumuskan standard harga jual dengan koordinasi bersama Direktur Operasional serta Departemen terkait.
 - Menanggapi permasalahan terkait keluhan pelanggan jika tidak mampu ditangani oleh bawahan.
 - Mengesahkan Prosedur dan Instruksi Kerja di Departemen Marketing.
 - Melakukan pengendalian terhadap rencana-rencana yang sudah disusun untuk menjamin bahwa sasaran yang ditetapkan dapat terwujud, misalnya : volume penjualan dan tingkat keuntungan.
 - Melakukan langkah antisipatif dalam menghadapi penurunan order.
 - Memberikan persetujuan kredit pelanggan dalam batas – batas yang wajar.
 - Melakukan demarketing jika terjadi overload produksi.
 - Melakukan analisa perilaku pasar / konsumen sebagai dasar dalam menentukan kebijakan pemasaran.
 - Melakukan analisa Peraturan Pemerintah berkenaan dengan tata niaga kertas sebagai dasar dalam Menentukan kebijakan pemasaran.
 - Melakukan penilaian karya kepada Kepala Bagian Marketing.
 - Melakukan pengawasan efisiensi dan efektivitas strategi pemasaran yang telah ditetapkan.
 - Melakukan pengawasan efisiensi dan efektivitas kegiatan kerja di Departemen Marketing.

2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisislah dari penjelasan tersebut bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

Melalui Keluhan & Saran

Keluhan maupun saran yang dapat disampaikan secara langsung oleh pelanggan akan sangat berharga bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan telah diberikan. Adapun media yang dapat digunakan untuk menampung keluhan dan saran para pembeli dapat berupa kotak saran yang dapat diletakkan pada tempat strategis, kartu saran yang dapat diisi langsung maupun dikirim melalui pos, ataupun melalui saluran telepon yang bebas pulsa.

Pada era digital sekarang ini, sebuah masukan atau saran untuk perusahaan bisa dilakukan lebih cepat dan ringkas melalui email ataupun melalui social media. Informasi yang diperoleh dari saran dan keluhan ini dapat dijadikan ide-ide baru dan masukkan yang berharga bagi perusahaan, sehingga perusahaan akan beraksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

Selain mendapatkan kritik dan saran dari pelanggan, penanganan komplain juga bisa menjadi salah satu kepuasan pelanggan. Jika komplain diatasi dengan baik, pelanggan tentunya merasa senang dengan pelayanan dan tidak akan bosan dengan produk Anda.

Analisis Mantan Pelanggan

Ketika perusahaan telah mendapati beberapa pelanggan yang telah beralih, bukan berarti ini adalah akhir dari sebuah hubungan bisnis. Perusahaan tetap bisa memanfaatkan hal ini sebagai peluang untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang tidak terpenuhi sehingga membuat mereka memutuskan untuk beralih pada pesaing usahanya.

Dalam indikator ini perusahaan seharusnya menelepon para pelanggan yang telah berhenti menjadi pembeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa pelanggan tersebut pindah atau berhenti agar dapat mengambil kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya. Dengan begitu perusahaan dapat mencari solusi yang tepat agar pelanggan tersebut kembali membeli produk perusahaan kita lagi.

Perusahaan juga bisa memperbaiki kualitas produk jika mantan pelanggan merasa ada yang kurang nyaman terhadap produk Anda. Dari alasan tersebut, Anda bisa mengevaluasi produk Anda dan memperbaiki produk sehingga bisa menjadi produk yang lebih baik.

Survei Kepuasan Pelanggan

Survey kepuasan pelanggan, adalah hal paling umum yang paling banyak dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam melakukan survei ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk memperoleh jawaban yang benar-benar akurat dan bermanfaat untuk mengetahui kepuasan pelanggan, berikut contoh kuesioner kepuasan pelanggan yang tepat :

- Hindari memberikan pertanyaan yang terlalu banyak, karena berpotensi menimbulkan kebosanan.
- Berikan arahan pertanyaan yang jelas, sehingga dapat dijawab secara jelas pula oleh konsumen.
- Jika memungkinkan, perusahaan bisa memberikan reward atau hadiah atas ketersediaan para pelanggan untuk mengisi survei tersebut.
- Pilihlah media paling efektif untuk melakukan survei, agar tepat sasaran dan tidak menimbulkan beban pengeluaran yang besar bagi perusahaan.

TUGAS PERTEMUAN III

MANAJEMEN PEMASARAN

Nama : Sahyumar Lisbo Adam
NIM : 202510011
Dosen : Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, MS.

Soal :

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisislah bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan.
2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisislah dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

Jawaban :

1. Bukan rahasia lagi jika akuisisi klien sangatlah penting bagi perkembangan bisnis. Namun, program untuk mempertahankan pelangganlah yang dapat membantu mereka menjaga kepercayaan pelanggan, yaitu program yang dapat membantu mereka bertahan, mengidentifikasi tren penting, dan melakukan peningkatan yang memungkinkan bisnis mereka terus mengikuti perkembangan.

Tentu saja, mempertahankan pelanggan tidak terdengar menarik seperti akuisisi klien, tetapi biaya yang dikeluarkan akan lebih rendah, dan pada akhirnya dapat mengembangkan atau memajukan bisnis Anda. Faktanya, menurut studi yang dikutip oleh Harvard Business Review, Bain & Company (pengembang net promoter score ternama) menemukan bahwa "dibutuhkan biaya yang lebih besar hingga 7 kali lipat untuk menarik pelanggan baru daripada untuk mempertahankannya. Selain itu, dengan cukup mempertahankan 5 persen pelanggan Anda setiap tahunnya, keuntungan yang diraih dapat mencapai 125 persen," yang menggambarkan pentingnya mempertahankan klien dan menjaga fokus pelanggan. Jadi, tanpa panjang lebar lagi, mari kita lihat empat cara sederhana bagi organisasi segala ukuran untuk melakukan pendekatan yang berpusat pada pelanggan dan mengembangkan bisnis mereka.

Tetap terhubung. Aplikasi bisnis, seperti pengelola hubungan pelanggan, yang memungkinkan tim Anda untuk mendapatkan semua informasi yang dibutuhkan agar terhubung dengan pelanggan serta memahami kebutuhan mereka dapat membantu Anda menentukan langkah yang paling tepat. Carilah aplikasi yang dapat mengelola informasi dengan baik, termasuk email, panggilan, tagihan

dan catatan, dalam database yang dapat diakses oleh orang yang memiliki kontak pelanggan. Dengan cara ini, perwakilan layanan pelanggan Anda dapat memperoleh "gambaran yang luas" saat berkomunikasi, serta dapat membalas semua permintaan dan jawaban dengan tepat.

Berikut ini adalah strategi seorang manajer dalam menjaga pelanggannya :

- Tawarkan hadiah bagi pelanggan dengan layanan loyalitas/potongan harga. Program modern untuk mempertahankan klien harus menyediakan beberapa tipe program potongan harga, loyalitas, atau hadiah untuk pelanggan. Jika tidak menyukai ide tersebut, pertimbangkan hal ini: "69 persen konsumen berkata bahwa pilihan peritel [mereka] dilandasi oleh alasan bahwa mereka dapat memperoleh poin program loyalitas/hadiah pelanggan, sementara 57,4% pelanggan bergabung dalam program loyalitas untuk menghemat uang, dan 37,5% untuk menerima hadiah," menurut Invesp .
- Tanggapi pelanggan yang meminta dukungan dan terbuka kepada mereka untuk mencerminkan kepribadian dan bisnis Anda yang sesungguhnya. Dalam hubungan apa pun, komunikasi adalah hal yang penting. Carilah aplikasi bisnis dan alat pemasaran email yang tidak hanya memungkinkan Anda terhubung dengan pelanggan dan memberikan dukungan saat mereka membutuhkannya, tetapi juga untuk menyampaikannya dalam cara Anda sendiri. Dengan mencerminkan kepribadian Anda dan organisasi yang sesungguhnya, Anda dapat memperkuat hubungan dan menambah rasa percaya yang akan membantu proses mempertahankan pelanggan Anda.
- Berkomunikasilah dengan klien, sesuaikan kebutuhan pasar, dan pastikan bahwa strategi produk dan bisnis Anda memungkinkan Anda memberikan apa yang dibutuhkan klien. Dengan menyediakan cara untuk mengumpulkan umpan balik melalui media sosial, email, survei, dan formulir kontak, serta secara tatap muka dan melalui ponsel, tim Anda dapat terhubung dengan pelanggan kapan saja, di mana saja, dan dalam cara yang paling sesuai dengan mereka. Namun, Anda juga harus menjalin komunikasi yang bersifat dua arah. Tanggapi komentar negatif dan positif, hubungi pelanggan untuk memastikan bahwa mereka puas dengan pengalaman dan/atau resolusi mereka, serta tunjukkan bahwa Anda benar-benar mendengarkan mereka dengan melakukan perubahan penting berdasarkan umpan balik tersebut. Hal ini memungkinkan Anda menunjukkan kepada pelanggan bahwa Anda memperhatikan kebutuhan mereka serta berusaha untuk berkembang dan berubah sesuai pasar.

Seiring dengan berkembangnya program Anda untuk mempertahankan pelanggan, pastikan bahwa elemen pelatihan karyawan juga tercakup dalam rencana Anda. Dengan demikian, tim Anda akan benar-benar memahami cara menjalankan rencana, mengambil keputusan dengan cepat, dan mengenali kapan waktu untuk menangani masalah pada tingkat selanjutnya. Tidak hanya memungkinkan staf Anda untuk mengatasi masalah yang muncul, hal ini juga akan membantu mereka untuk menyampaikan pengalaman keseluruhan yang lebih baik.

2. Kepuasan konsumen adalah hal yang lumayan kompleks. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bisa berasal dari kualitas produk ataupun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Apa saja metode yang bisa digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen :

a) Survey Kepuasan Konsumen

Hal yang paling sering dan jamak dilakukan oleh produsen ataupun penyedia jasa untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen adalah melalui survey. Apalagi pada era digital ini, platform digital bisa digunakan untuk melakukan survey online oleh para konsumen. Ada beberapa hal yang harus dilakukan selama melakukan survey antara lain:

- Berikan pertanyaan yang padat, jelas, dan tidak terlalu banyak.
- Pertanyaan harus disusun agar konsumen mudah mengerti.
- Agar banyak feedback yang masuk, maka perusahaan bisa memberikan reward bagi konsumen yang mau mengisi survey.
- Tentukan media yang paling efektif untuk survey. Media sebisa mungkin simpel, mudah diakses, dan tidak membutuhkan biaya dari sisi konsumen.

b) Kotak Kritik dan Saran

Perusahaan yang baik selalu menyediakan tempat bagi konsumennya untuk menuangkan kritik dan saran. Melalui masukan kritik serta saran ini, perusahaan bisa mengukur sejauh mana kualitas produk/jasa yang telah mereka berikan. Keuntungan lain, perusahaan bisa mengetahui isi hati konsumennya berkat adanya saran dari mereka.

Kini kritik dan saran bisa dengan mudah disampaikan oleh konsumen. Biasanya kritik serta saran saat ini bisa langsung dikirimkan melalui email resmi perusahaan. Ada juga perusahaan yang khusus membuat media sosial untuk menampung kritik serta saran dari para konsumennya.

c) Jasa Ghost Shopping

Seringkali sebuah perusahaan menyewa pihak eksternal untuk berpura-pura sebagai pembeli produk mereka. pihak eksternal inilah yang dikenal dengan sebutan ghost shopping. Setelah mereka membeli barang, kemudian mereka bertugas untuk mereview apa saja kelebihan dan kekurangan produk tersebut.

Selain masalah produk, ghost shopping juga bertugas untuk mencari tahu bagaimana kualitas pelayanan pada ujung tombak penjualan produk tersebut. Misalnya pelayanan yang diberikan oleh distributor, agen penjualan, hingga toko/swalayan. Karena kadang kala konsumen merasa tidak puas bukan dari sisi kualitas produknya, tapi dari sisi kualitas pelayanannya.

Dari jasa ghost shopping inilah kemudian perusahaan bisa mendapatkan data kualitas produk dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan kemudian bisa menyusun strategi penjualan baru yang lebih bisa diterima oleh konsumen.

d) Analisis Pelanggan

Perusahaan yang ingin mengetahui masalah pada produknya bisa menghubungi pelanggan lama. Kondisi ini bisa diterapkan jika perusahaan Anda tiba-tiba mendapati pelanggan tetap yang kemudian beralih ke produk/jasa lain. Anda bisa menghubungi pelanggan tersebut untuk mencari tahu pendapat mereka.

Tanyakan mengapa mereka beralih produk/jasa. Apa yang dianggap mereka kurang dari produk dan pelayanan dari perusahaan Anda. Feedback ini sangat berharga bagi perusahaan. Anda dan tim bisa membentuk kebijakan baru untuk memperbaiki kelemahan tersebut.

Kesimpulan

Kepuasan pelanggan adalah kunci bertahannya sebuah produk/jasa dalam masyarakat. Jika produk/jasa bisa memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi para konsumennya, maka produk/jasa tersebut akan bertahan meskipun ada produk baru bermunculan.

Nama : Setiawan Dwi Putra
Nim : 202510014
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Tugas E-Learning tgl 28-09-2020

1. Seorang manajer akan melakukan fungsi dan tugas nya sebagai manajer untuk menjaga pelanggannya seperti memberikan promo atau diskon kepada pelanggan dengan membuat iklan yang menarik melalui media elektronik serta menjaga kualitas dan mutu barang yang akan dijual. Selain itu seorang manajer juga akan mengontrol pengeluaran perusahaan dengan melakukan efisiensi biaya sehingga pengeluaran perusahaan bisa dikontrol. Manajer perusahaan juga harus memberikan motivasi kepada bawahannya untuk mencapai target yang telah ditetapkan sehingga perusahaan bisa memperoleh keuntungan.
2. Cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan ialah :
 - Melakukan survey kepuasan pelanggan. Keluhan maupun saran yang dapat disampaikan secara langsung oleh pelanggan akan sangat berharga bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan telah diberikan
 - Ghost shopping / mystery shopper. cara memperoleh gambaran kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk menjadi atau bersikap sebagai pembeli atau pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing perusahaan
 - Melakukan study analisis lost customer. perusahaan seharusnya menelepon para pelanggan yang telah berhenti menjadi pembeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa pelanggan tersebut pindah atau berhenti agar dapat mengambil kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya. Dengan begitu perusahaan dapat mencari solusi yang tepat agar pelanggan tersebut kembali membeli produk perusahaan kita lagi. Perusahaan juga bisa memperbaiki kualitas produk jika mantan pelanggan merasa ada yang kurang nyaman terhadap produk perusahaan.
 - System keluhan atau saran dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

NAMA : SINTIA LORENZA
NIM : 202510019
MATKUL : MANAJEMEN PEMASARAN

Pertanyaan :

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan ?
2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan ?

Jawaban :

1. Manajer pemasaran memiliki tugas dan tanggung jawab besar dalam rangka peningkatan profit perusahaan selain itu memiliki tugas dan wewenang penuh dalam hal mengambil keputusan agar perusahaan tersebut dapat terus bertahan. Dalam hal ini perusahaan tidak dapat memahami terhadap apa yang dibutuhkan konsumen dan menimbulkan perusahaan tersebut memiliki citra buruk sehingga tidak akan dipercaya lagi oleh pelanggan.
Artinya manajer perusahaan tersebut harus mengambil langkah cepat dan menetapkan langkah alternatif untuk mengantisipasi adanya kondisi yang dapat merugikan perusahaan, untuk menjaga pelanggan yang sudah ada yaitu dengan melakukan dan merumuskan riset pemasaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan atau sesuai trend yang terjadi di pasar khususnya produk yang serupa dengan pesaing, selain itu manajer perusahaan tersebut juga harus menganalisa faktor internal yang menjadi sumber permasalahan. Di sisi lain manajer harus melakukan analisis faktor eksternal terhadap apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dan kondisi pasar serta perilaku konsumen dan menggunakannya sebagai dasar dalam menentukan atau menetapkan kebijakan.
2. Setelah melakukan kegiatan pemasaran, manajer suatu perusahaan juga harus menganalisa tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau barang yang dihasilkan perusahaan serta mengukur kualitas barang yang dihasilkan sudah sesuai dengan keinginan pelanggan atau belum. Hal ini bertujuan untuk perusahaan dalam melakukan evaluasi dan terhadap segala bentuk kesalahan atau hal yang menjadikan pelanggan menjadi tidak puas untuk segera ditindaklanjuti atau diperbaiki oleh perusahaan demi menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.
Langkah pertama yang dapat dilakukan perusahaan dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah dengan mendengarkan saran dan keluhan kesah pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan bisa secara langsung, kotak saran yang diletakkan ditempat strategis ataupun melalui saluran telepon yang bebas pulsa. Dalam hal ini perusahaan juga dapat membuat kotak saran online lewat website yang disediakan perusahaan.

Langkah kedua yaitu dengan melakukan survei kepuasan pelanggan, membuat kuesioner dalam bentuk hardcopy dibagikan serta diisi langsung oleh pelanggan atau membuat link website berisikan kuesioner yang memuat pertanyaan-pertanyaan seputar kepuasan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan dan dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan. Dengan ini dapat memberikan timbal balik (*feedback*) dan masukan bagi keperluan pengembangan dan sebagai implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

Nama	:	SITI ZAHARA
NIM	:	202510002
Mata Kuliah	:	Manajemen Pemasaran
Tugas	:	Ke 3

Pertanyaan :

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisislah bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan?

Jawaban:

Pada dasarnya Manajemen itu terdiri atas perancangan serta penerapan rencana-rencana. Dalam membuat sesuatu perencanaan, diperlukan keahlian membuat strategi serta rencana. Manajer merupakan seseorang yang bertugas untuk mengatur suatu proses manajemen dan bertanggung jawab dalam rangka meningkatkan profit perusahaan. Diantara tugas manajer adalah dapat menganalisis kesempatan kedepan, membuat rumusan dan melaksanakan kegiatan yang dimaksud untuk mencapai sasaran yang ditentukan oleh Perusahaan. Seorang Manajer meneliti dan memilih peluang/probabilitas produk yang dihasilkan untuk jangka panjang bagi kelangsungan kinerja, usaha dan kemajuan, pengembangan bisnisnya.

Adapun tugas dan fungsi manajer diantaranya:

- **Mempelajari kebutuhan serta kemauan konsumen**
Manajer menganalisis kebutuhan pasar setelah itu berupaya menyusun strategi untuk penuhi kebutuhan tersebut
- **Mengembangkan konsep benda serta jasa yang ditunjukan untuk memuaskan/melayani kebutuhan Konsumen**
Setelah mengetahui kebutuhan serta kemauan konsumen akan produk, selanjutnya meningkatkan konsep produk untuk menanggapi kemauan konsumen. Konsep produk tersebut sedemikian rupa supaya cocok dengan kebutuhan pasar.
- **Mengadakan pengujian terhadap berlakunya konsep produk tersebut**
Pengujian bias dicoba dengan bermacam berbagai metode semacam wawancara, kuesioner, maupun menunjukan cerminan produk serta memohon calon konsumen buat berikan evaluasi / asumsi terhadap konsep tersebut.
- **Membuat Desain Produk**
Kala kosep produk diterima oleh sebagian besar warga dengan baik, berikutnya dicoba berikutnya dicoba pengembangan konsep tersebut.
- **Mengembangkan Pengemasan serta merk**
Kala desain produk telah siap langkah selanjutnya meningkatkan packaging yang menarik bagi calon konsumen.
Tidak hanya kemasan strategi yang dilakukan selanjutnya Meningkatkan Merk (Barnding) agar selalu diingat konsumen.

- **Menetapkan harga sedemikian rupa**
Penentuan harga dicoba sehabis mengenali anggaran atau biaya yang dikeluarkan dari proses awal sampai akhir. Manajer harus tahu kapan industry dengan biaya proses pemasaran dilakukan memperoleh pengembalian modal. Dan penetapan harga ditetapkan dari harga pokok penjualan yang sudah dihitung.
- **Mengendalikan Distribusi**
Proses distribusi wajib diatur biar produk hingga ke tangan konsumen cocok dengan ditaksir perhitungan yang sudah dilakukan.
- **Menciptakan Komunikasi pemasaran yang efisien lewat media ataupun metode lain yang tepat**
Manajer butuh mengendalikan strategi membangun komunikasi efisien dengan para konsumen atau calon konsumen dengan tujuan menghadirkan produk ataupun membangun merek melalui **promosi**.
- **Mengecek Penjualan**
Mengecek hasil penjualan dibutuhkan untuk proses penilaian apakah usaha serta biaya yang dikeluarkan cocok dengan hasil penjualan

Maka dari itu untuk memperoleh laba yang setinggi-tingginya perlu dicapai tujuan khusus perusahaan sebagai berikut :

1. Adanya peningkatan kualitas produk.
2. Memperlebar *pangsa pasar*.
3. Memperoleh laba dalam jangka pendek

Menurut fungsinya seorang menejer, sebagai berikut:

1. **Menganalisa Peluang Pasar**
Analisis peluang pasar adalah sebuah analisis segmen pasar untuk menemukan pertimbangan permintaan dan persaingan. Analisa peluang pasar sangat penting, karena perusahaan perlu untuk mengerti dan memahami berapa besarnya peluang yang tersedia dalam memasarkan produknya dan dapat menetapkan apakah pasar cukup besar untuk mendukung produk lain dan masih memberika keuntungan. Para menejer dianggap perlu untuk mengevaluasi situasi lingkungan pasar, tempat dimana mereka menyalurkan kegiatan pemasarannya, dan mengestimasi pengaruh-pengaruh yang terjadi dilingkungan yang mungkin terjadi apad masa yang akan datang pada para konsumen.
2. **Perencanaan**
Proses perencanaan termasuk mengidentifikasi dan menetapkan tujuan yang dicapai, mengembangkan strategi yang diperlukan dan menguraikan tugas dan jadwal tentang cara mencapai tujuan. Dalam memilih pasar sasaran manajer harus merancang strategi pemasaran dan perlu dibuat program. Pengembangan program mencakup menetapkan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi.
3. **Evaluasi dan Pengendalian**
Proses mengevaluasi lingkungan pasar dianggap perlu karena pasar merupakan tempat dimana mereka menyalurkan kegiatan pemasaran. Manajer harus dapat mengukur dan

memperkirakan daya tarik dari produk. Pemilihan strategi harus mempertimbangkan peluang dan tantangan karena setiap saat produk dapat berubah menurut waktu.

4. Pelaksanaan

Melakukan analisis terhadap kondisi pasar dan perilaku konsumen dan menggunakannya sebagai dasar dalam penetapan kebijakan. Mengontrol di setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan agar sesuai dengan perencanaan yang telah disusun dan tercapainya tujuan.

Tugas manajer dalam merancang, menyampaikan pesan isi produk kepada konsumen adalah harus dapat memahami apa yang akan terjadi dalam kesadaran pembeli, yaitu datangnya stimulasi/rangsangan sehingga pembeli mengambil keputusannya.

2. Sebuah Perusahaan membuat Strategi yang berwawasan pemasaran. Analisislah dari penjelasan tersebut bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan

Jawaban :

Mengukur kepuasan pelanggan, merupakan tindakan sangat penting bagi perusahaan agar bisa mengetahui seberapa suksesnya akan produk atau jasa yang mereka jual ke pelanggan.

Mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan 4 metode sederhana yaitu

1. Survey secara online Keluhan dan Saran

Tujuan dari dibuatnya laporan kepuasan pelanggan adalah agar perusahaan mengerti kekuatan dari produk yang dijual ke pelanggan. Salah satunya agar dapat mengetahui kepuasan pelanggan adalah dengan cara membuka layanan online keluhan dan saran. Perusahaan dapat berinteraksi kepada pelanggan melalui social media, email ataupun kotak saran. Agar para pelanggan mau membuat saran maupun keluhan. Perusahaan bisa memberikan diskon bila ada yang mengirimkan saran maupun keluhan setiap produk yang dijual.

2. Meneliti sendiri Produk yang dijual

Perusahaan bisa melakukan riset pasar dengan membentuk tim konsultan khusus untuk mengukur kepuasan pelanggan yang bertugas membeli barang kemudian membuat laporan tentang apa saja yang harusnya diperbaiki atas kekurangan dari produk tersebut.

3. Observasi Pelanggan yang tidak membeli lagi

Melakukan observasi atau melakukan pengamatan secara mendalam kenapa pelanggan tidak membeli lagi atas produk yang ditawarkan. Manajemen juga mengamati kondisi pasar apakah ada pesaing. Observasi dilakukan dengan cara mencatat pembelian yang dilakukan m Dengan meminta mengambil datanya, seperti nama dan alamat, ketika pelanggan kembali lagi untuk membeli maka namanya sudah ada di data tersebut. Dengan demikian perusahaan bisa mengetahui berapa persen pelanggan kembali membeli atau tidak. Dan manajer juga bisa membuat laporan mengenai data yang diperoleh serta bisa memperbaiki apa saja yang kurang dari produk tersebut.

4. Melakukan Survey Kepuasan pelanggan dengan wawancara

Melakukan survey kepuasan pelanggan dengan cara wawancara setelah pelanggan membeli barang/produk Dengan meminta data Nama, alamat dan nomor telepon. Wawancara dengan cara menelpon dengan menanyakan beberapahal contohnya:

- Apakah anda puas dengan Produk yang kami jual?
- Apakah ada keluhan dari produk kami?
- Bagaimana perasaan anda setelah menggunakan produk kami?

Dalam setiap wawancara hadapi dengan sabar dan menghargai ketika pelanggan menjawab singkat atas pertanyaan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam setiap bisnis. Dengan pelanggan yang puas, perusahaan tentunya akan memiliki pelanggan yang loyal dan terus membeli produk yang ditawarkan.

Manajemen Pemasaran
Dr.Ir.Ratu Mutialela Caropeboka.M.S
Tugas pertemuan ke 3
Nama : Tiara Amiroh
NIM : 182510013

Tugas:

- 1.Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan .
- 2.Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

Penjelasan 1 :

Dalam tujuan untuk mencapai kemajuan perusahaan dan untuk dapat terus bertahan dalam perputaran ekonomi, perusahaan harus dapat menyesuaikan strategi dan harus dapat membaca dengan jeli peluang dari kebutuhan pelanggan sehingga perusahaan dapat menyesuaikan apa yang harus ditawarkan dan apa yang harus dilakukan.

Jika perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, lambat laun pelanggan akan memilih untuk beralih ke perusahaan lain yang menyediakan kebutuhan mereka, yang artinya akan menurunkan tingkat permintaan, kemudian menurunkan output dan pada akhirnya berimbas pada penurunan profit. Hal tersebut tentunya akan berdampak tidak baik bagi kemajuan perusahaan. Hal yang seharusnya dilakukan adalah perusahaan harus dapat membaca kebutuhan pelanggan,dan kemudian menyesuaikan strategi dan produk yang akan dikeluarkan untuk memenuhi permintaan pelanggan sesuai dengan kebutuhan saat ini. Dengan begitu, perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya.

Dalam perannya menjaga pelanggan,Manajer harus dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan untuk dapat menjaga pelanggan dan memperoleh hasil laba yang tinggi. Adapun dalam manajemen pemasaran terdapat tugas manajer yang harus

dilakukan yang meliputi tugas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan. Tugas manajer pemasaran adalah memastikan bahwa kegiatan tersebut berjalan dengan lancar.

Berikut penjelasan tugas manajer pada bidang pemasaran secara mendetail :

1. Perencanaan

Ada 7 proses perencanaan yang dilakukan oleh manajer pemasaran, diantaranya :

- Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan.
- Merumuskan riset pemasaran sesuai trend yang terjadi di pasar khususnya pada produk pesaing yang serupa.
- Menganalisis peluang usaha.
- Menetapkan langkah alternatif untuk mengantisipasi adanya kondisi yang merugikan perusahaan.
- Menyusun kebijakan terkait kegiatan pemasaran.
- Mengidentifikasi dan memproyeksikan potensi dan peluang usaha.
- Merencanakan perluasan pangsa pasar dan jaringannya.

2. Pelaksanaan

Tugas manajer pemasaran setelah menyusun perencanaan yaitu melaksanakan tugas manajer dalam pelaksanaan di lapang. Terdapat 17 tugas pelaksanaan manajer pemasaran, yaitu :

- Memimpin bidang atau departemen pemasaran beserta seluruh sumber daya yang dimiliki.
- Mengarahkan departemen pemasaran untuk mencapai produktivitas maksimal seefisien dan seefektif mungkin.

- Membangun interaksi dan kerjasama dengan konsumen/pelanggan dengan sebaik-baiknya.
- Menetapkan sasaran penjualan.
- Saling berkoordinasi dengan departemen lain yang terkait yang berhubungan dengan penetapan harga jual di tingkat konsumen maupun distributor.
- Menerima apabila terjadi complain dari konsumen yang tidak dapat diatasi oleh staff operasional.
- Melakukan pengesahan terkait standar operational procedur (SOP) di departement pemasaran.
- Mengontrol di setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan agar sesuai dengan perencanaan yang telah disusun dan tercapainya tujuan. Misalkan pada pencapaian volume penjualan maupun perolehan laba.
- Sigap dalam mengambil keputusan yang antisipatif dalam menghadapi masalah pemasaran.
- Menyediakan pelayanan kredit pembelian terhadap konsumen dengan batasan yang disesuaikan kondisi perusahaan.
- Apabila terjadi overload produksi maka dilakukan demarketing.
- Menganalisa konsumen yang terjebak pada kredit macet dan segera mengatasi permasalahan tersebut.
- Melakukan analisis terhadap kondisi pasar dan perilaku konsumen dan menggunakannya sebagai dasar dalam penetapan kebijakan.
- Up to date terhadap peraturan yang diberlakukan pemerintah yang berkaitan dengan tata niaga serta menganalisisnya dalam penetapan kebijakan.
- Melakukan *record* terhadap semua staff pemasaran akan kinerjanya dan memberikan *reward and punishment* bila diperlukan.
- Menilai kinerja kepala bagian pemasaran.
- Menjalankan tugas yang telah ditentukan yang berkaitan dengan fungsi pemasaran sebagai tugas manajer pemasaran.

3. Pengawasan

Kegiatan ketiga dalam tugas manajer pemasaran yaitu melakukan pengawasan. Pengawasan dilakukan oleh setiap manajer tanpa terkecuali manajer pemasaran. Pada intinya tugas manajer pemasaran terhadap pengawasan dilakukan seiring dengan tugas perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pemasaran.

Apabila tugas dan fungsi manajer tersebut sudah dijalankan dengan baik, maka manajer tentunya sudah dapat menjaga pelanggan agar tetap memilih perusahaannya tanpa adanya paksaan.

Penjelasan 2 :

Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

Apabila sebuah perusahaan memutuskan untuk membuat strategi yang berwawasan pemasaran, perusahaan memiliki konsekuensi bahwa semua kegiatan perusahaan harus diarahkan untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan dalam memperoleh keuntungan dalam jangka panjang dengan menitikberatkan pada strategi pemasaran.

Ini berarti bahwa tujuan dari strategi yang berwawasan pemasaran tersebut adalah untuk memberikan kepuasan pada keinginan dan kebutuhan konsumen dengan mengutamakan cara yang dipakai untuk memasarkan suatu produk yang ditawarkan. Dalam hal ini perusahaan harus lebih bergerak aktif dalam promosi ataupun hal-hal yang menunjang proses pemasaran produk. Inti dari konsep strategi berwawasan pemasaran adalah:

- **KEBUTUHAN** – Konsep paling mendasar yang mendasari pemasaran adalah kebutuhan manusia. Kebutuhan adalah keadaan perasaan yang membutuhkan

pemenuhan hal-hal seperti makanan, pakaian, perumahan, harga diri, keamanan dan kasih sayang.

- **KEINGINAN** – Konsep utama kedua dalam pemasaran adalah yang menyangkut keinginan manusia, yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh budaya dan pribadi seseorang.
- **PERMINTAAN** – Manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas, tetapi sumber dayanya terbatas. Karena keterbatasan itu, mereka memiliki kekuatan, mereka memilih produk yang menghasilkan kepuasan maksimal. Keinginan manusia akan menjadi tuntutan jika didukung oleh daya beli. Jadi permintaan adalah kebutuhan atau keinginan manusia yang didukung oleh daya beli.
- **PRODUK** – Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Pabrikan perlu tahu apa yang diinginkan konsumen kemudian menyediakan produk yang sedekat mungkin untuk memuaskan keinginan tersebut.
- **PERTUKARAN** – Pemasaran terjadi ketika orang memutuskan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui pertukaran. Pertukaran adalah kegiatan untuk mendapatkan barang / jasa yang diinginkan dari pihak lain dengan memberikan sesuatu sebagai gantinya.

Dari point-point tersebut, kita dapat mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan dengan melihat seberapa besar tingkat permintaan kembali pelanggan setelah pelanggan tersebut membeli produk dari perusahaan kita (repeat order). Hal tersebut berhubungan positif, yang artinya semakin besar tingkat permintaan kembali dari pelanggan, berarti semakin besar pula tingkat kepuasan mereka terhadap produk/pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

Nama : Yossi Adriati
NIM : 202510012
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Tugas Materi : Analisis Peluang (K3)

Soal 1. Fungsi Manajer dalam menjaga pelanggan

Tujuan utama dari pemasaran adalah memperoleh kepuasan tertinggi pelanggannya. Kepuasan tersebut dapat berubah-ubah tergantung kondisi yang dihadapi oleh pelanggan dalam satu waktu. Selain itu, masing-masing pelanggan memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda-beda. Untuk itu diperlukan strategi yang dapat berubah-ubah sesuai kebutuhan pelanggan pada kondisi yang sesuai.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan tersebut, seorang manajer harus memperhatikan kualitas produk yang dibutuhkan pelanggan, bagaimana pelanggan dapat memperoleh produk yang dibutuhkannya, bagaimana menjaga hubungan staf dengan pelanggan, dan bagaimana menciptakan perasaan positif akan pelayanan pada pelanggan.

Contoh pada pelayanan di perusahaan ritel yang menyediakan perabotan rumah tangga. Pada kondisi normal, ketika memasuki gerai, seorang pegawai akan menghampiri pelanggan dan menanyakan barang yang dibutuhkan oleh pelanggan. Kemudian mereka akan memberikan opsi produk yang ada dan informasi-informasi lain terkait produk yang mereka miliki. Dengan pelayanan seperti ini, pelanggan akan memperoleh barang sesuai kebutuhannya, tanpa mengorbankan banyak waktu (dibandingkan harus mencari sendiri dengan berkeliling toko). Namun, keadaan berubah ketika masa pandemi mewabah di hampir seluruh negara di dunia. Pelayanan kepada pelanggan tidak dapat maksimal seperti pada kondisi normal, karena tidak ada pelanggan yang datang ke gerai (takut akan penyebaran virus). Dalam menghadapi situasi seperti ini, seorang manajer harus memikirkan cara untuk dapat menjangkau pelanggan yang membutuhkan produk mereka, Strategi harus dirubah sesuai dengan kondisi saat ini. Karena jika tidak, tujuan dari perusahaan untuk memperoleh keuntungan tidak akan tercapai.

Pemanfaatan teknologi menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan oleh seorang manajer agar penjualan perusahaan dapat tetap berjalan, dan pelanggan tetap bisa memenuhi kebutuhannya. Fasilitas belanja *online* memungkinkan pelanggan dapat berbelanja dimanapun. Fasilitas tersebut juga harus didukung oleh fasilitas lain, seperti *online chat* yang dapat digunakan pelanggan untuk

menyajikan informasi mengenai produk yang diinginkannya. Fasilitas *free delivery*, agar barang yang dibeli oleh pelanggan dapat langsung mereka terima di rumah mereka. Dalam serangkaian kegiatan di atas, seorang manajer harus dapat mengawasi dan memastikan setiap rangkaian kegiatan tersebut berjalan dengan baik.

Soal 2. Pengukuran dan pengamatan kepuasan pelanggan berkaitan dengan strategi yang berwawasan pemasaran

Strategi pemasaran dengan konsep pemasaran meletakkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dari perusahaannya. Kepuasan pelanggan yang diharapkan oleh perusahaan harus lebih tinggi daripada kepuasan yang diterima pelanggan di perusahaan pesaing. Titik awal dari konsep pemasaran adalah pasar karena yang menjadi fokus dalam konsep ini adalah kebutuhan pelanggan. Untuk mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih produk, perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang terintegrasi. Sebagai imbalan di akhir, pemasaran akan mencapai keuntungan dengan menciptakan hubungan yang langgeng dengan pelanggan yang tepat, berdasarkan nilai dan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang mengimplementasikan konsep pemasaran harus melakukan riset pelanggan terkini secara mendalam untuk mempelajari keinginan pelanggan, mengumpulkan ide-ide produk dan jasa baru, dan menguji setiap perbaikan yang direncanakan untuk suatu produk.

Menurut Kotler, terdapat empat cara yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Cara tersebut adalah:

1. Melalui keluhan dan saran

Media yang dapat digunakan diantaranya kotak saran yang biasa diletakkan di bagian strategis perusahaan sehingga mudah dilihat oleh pelanggan. Di era industri 4.0 saat ini, keluhan dan saran dapat disampaikan melalui email ataupun sosial media yang ada. Keluhan dan saran yang ditindaklanjuti oleh perusahaan akan menjadi salah satu kepuasan juga bagi pelanggan.

2. Menyewa jasa *Ghost Shopping*

Jasa *Ghost Shopper* dengan cara memosisikan mereka sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan perusahaan saingan. Laporan dari *Ghost Shopper* digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing serta pengalaman mereka membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Selain itu, melalui *ghost shopper*

perusahaan juga akan memperoleh informasi mengenai bagaimana cara perusahaan dan pesaing melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan pelanggan.

3. Analisis mantan pelanggan

Analisis ini dilakukan pada pelanggan yang telah beralih ke perusahaan pesaing. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang tidak dapat mereka penuhi sebelumnya, sehingga membuat mereka memutuskan untuk beralih pada pesaing usahanya. Media yang dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan indikator ini adalah melalui wawancara melalui media telekomunikasi seperti telfon/ handphone. Hasil dari analisis ini dapat digunakan perusahaan untuk memperbaiki kualitas produk dan pelayanan, sehingga perusahaan dapat menemukan solusi yang tepat untuk memperbaikinya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Cara ini adalah yang paling umum dilakukan. Pelanggan akan diberikan pertanyaan-pertanyaan terkait pengalamannya akan barang atau jasa yang diperolehnya dari perusahaan.

Nama : Yurniati

NIM : 202510013

TUGAS PERTEMUAN KE -3 MANAJEMEN PEMASARAN

1. Jika sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah-ubah. Analisis bagaimana fungsi dan tugas manajer dalam menjaga pelanggan.
2. Sebuah perusahaan membuat strategi yang berwawasan pemasaran. Analisis dari penjelasan tersebut Bagaimana cara mengukur dan mengamati kepuasan pelanggan.

JAWABAN 1 :

1. Tugas utama seorang manajer adalah sebagai penanggung jawab pekerjaan/project yang sedang dilakukan, hal ini sejalan dengan fungsi lain yang harus dijalankan yaitu fungsi pengawasan
Apabila sebuah perusahaan tidak tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan strategi yang berubah – ubah, maka manajer harus melakukan analisa pada :

- a. Peluang Pasar

Peluang pasar adalah suatu bidang kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Menurut Kotler (1997:72), Melakukan Analisa peluang pasar adalah suatu proses riset pasar terhadap faktor-faktor lingkungan luar yang mempengaruhi kegiatan usaha perusahaan tersebut. Lingkungan ekstern merupakan kekuatan yang tidak dapat dikendalikan, sehingga perusahaan harus menyesuaikan diri, dan juga menghasilkan ancaman dan peluang. Perusahaan harus berhati-hati dalam menganalisis lingkungannya sehingga dapat menghindari ancaman dan mengambil manfaat dari peluang. Para manajer yang dianggap perlu untuk terus mengevaluasi situasi lingkungan pasar, tempat dimana mereka menyalurkan kegiatan pemasarannya, dan mengestimasi pengaruh-pengaruh yang terjadi di lingkungan yang mungkin terjadi pada masa yang akan datang pada para konsumen. Mempertimbangkan trend masyarakat pada masa yang mendatang akan mengilhami munculnya ide dan strategi baru, sehingga hal tersebut merupakan tindakan yang lebih baik karena ia dapat bertindak sebagai pioner terhadap perubahan yang sedang berlangsung. Lingkungan yang menjadi target pasar dan juga arus perubahannya haruslah selali dimonitor dan dievaluasi secara hati-hati, secara bersekala (rutin dilakukan), potensi peluang (kesempatan) dan masalah yang akan mungkin muncul harus diidentifikasi, sebelum suatu organisasi mengembangkan rencana pemasaran produknya.

Manfaat analisa pasar :

1. Mendapatkan konsumen
2. Melihat persaingan
3. Memanfaatkan peluang
4. Mengurangi resiko
5. Rencana jangka panjang
6. Menjadi tren bisnis
7. Mendapatkan keuntungan dengan cepat

- b. Proses Perencanaan (Planning)

Fungsi perencanaan adalah apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara mencapainya.

Planning atau fungsi perencanaan adalah salah satu dari 4 fungsi manajemen selain fungsi organizing, actuating dan controlling. Perencanaan adalah langkah yang paling awal dalam menjalankan perusahaan dan bahkan bisa berpengaruh total bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Perencanaan yang baik harus fleksibel, stabil, terintegrasi, detail, memperhatikan sumber daya yang dimiliki, sederhana dan aplikatif.

Pembutan perencanaan oleh manajer perusahaan untuk perusahaan dilakukan guna menentukan garis-gari besar kegiatan perusahaannya, memikirkan dan mempersiapkan masa depannya, serta menentukan What, How, goal, whow, Goal, Where, dan when yang sesuai dan tepat untuk melaksanakannya,serta menentukan arah dan proses yang akan ditempuh.

c. Strategi pemasaran

Menurut Philip Kotler, pengertian strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran. Strategi pemasaran berfungsi untuk Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan, Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif, Merumuskan Tujuan Perusahaan, dan Pengawasan Kegiatan Pemasaran.

d. Sistem informasi pemasaran

Sistem informasi pemasaran merupakan sistem yang memanajemen perusahaan terutama dalam menyelesaikan bagian pemasaran perusahaan secara terkomputerisasi. Komponen Input Pemasaran meliputi Sistem Informasi Akuntansi. Komponen Output Pemasaran meliputi subsistem produk, harga, tempat dan promosi.

Untuk itulah perusahaan perlu membangun sebuah *Sistem Informasi Pemasaran (Marketing Information System)* yang solid dan handal agar perusahaan melalui para profesionalnya dapat mengambil dan membuat keputusan yang tepat dan cepat dalam membawa arah perusahaan.

Sistem informasi pemasaran adalah memberikan sebuah informasi bagi para manajer pemasaran dan mendistribusikan informasi tersebut kepada orang yang tepat dan dalam waktu yang tepat. Tujuan sistem informasi pemasaran adalah agar para manajer pemasaran tersebut lebih mampu dalam melakukan analisa, perencanaan, implementasi, pengendalian dan evaluasi atas keputusan dan strategi pemasaran.

Manfaat sistem informasi pemasaran adalah menghasilkan informasi dan data internal (catatan internal) perusahaan, aktivitas intelegen pemasaran, riset pemasaran dan audit pemasaran serta sistem analisis pendukung keputusan pemasaran. Di mana data dan informasi tersebut bersumber dari kondisi internal perusahaan, lingkungan pemasaran, segmen dan target pasar, data kompetitor dan kekuatan lingkungan makro yang mempengaruhi kondisi perusahaan.

e. Penelitian Pemasaran

Dengan adanya riset pemasaran, pihak manajemen akan mengetahui hal apa saja yang perlu diperbaiki dan strategi pemasaran apa yang masih sesuai dilakukan untuk merebut peluang. Riset pemasaran merupakan sebuah langkah penting yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk membantu menyusun perencanaan pemasaran. Program pemasaran pada tahun yang baru biasanya turut dipengaruhi oleh hasil riset pemasaran yang dilakukan perusahaan di akhir tahun. Riset dapat dikatakan sebagai mata dan telinga perusahaan untuk mengetahui bagaimana pandangan dan keinginan konsumen terhadap perusahaan. Riset pasar memiliki tiga fungsi utama, yaitu: *evaluating, understanding, predicting* dan *controlling*.

JAWABAN 2:

2. Salah satu elemen paling penting dari suatu perusahaan adalah mendapatkan pelanggan. Mengapa pelanggan? Karena mereka adalah tipe *customer* yang selalu melakukan pembelian berulang dan memiliki potensi terbesar untuk memberi keuntungan pada perusahaan. Pelanggan yang loyal dan melakukan pembelian terus secara berulang akan memberikan keuntungan kepada perusahaan. Agar perusahaan mengetahui sejauh mana pelanggan akan selalu tertarik kembali diperlukan sebuah indikator untuk memantau dan mengukur kepuasan dari para pelanggan. Pemantauan dan pengukuran kepuasan ini sudah sangat penting bagi sebuah perusahaan, dengan ini dapat memberikan timbal balik (*feedback*) dan masukan bagi keperluan pengembangan dan sebagai implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Kotler, et al., (1996) ada 4 indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, yaitu melalui keluhan dan saran, ghost shopping, analisa mantan pelanggan, dan survey kepuasan pelanggan.

Keluhan maupun saran yang dapat disampaikan secara langsung oleh pelanggan akan sangat berharga bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan telah diberikan. Selain mendapatkan kritik dan saran dari pelanggan, penanganan komplain juga bisa menjadi salah satu kepuasan pelanggan. Jika komplain diatasi dengan baik, pelanggan tentunya merasa senang dengan pelayanan dan tidak akan bosan dengan produk perusahaan anda.

Ghost Shopping adalah salah satu cara memperoleh gambaran kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk menjadi atau bersikap sebagai pembeli atau pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing perusahaan. Kemudian mereka memberikan laporan mengenai kelebihan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Selain itu, *ghost shopper* memiliki tugas untuk mengamati bagaimana cara perusahaan dan pesaing melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menanggapi setiap keluhan pelanggan. Setelah itu perusahaan akan mengevaluasi semua temuan yang ada dan segera memperbaikinya. Biasanya peran ghost shopping ini dilakukan manager tanpa diketahui oleh anak buahnya, sehingga manager dapat mengamati sendiri bagaimana karyawannya menghadapi konsumen, sehingga dia juga dapat mengevaluasi kinerja si karyawan. Perusahaan tetap bisa memanfaatkan hal ini sebagai peluang untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang tidak terpenuhi sehingga membuat mereka memutuskan untuk beralih pada pesaing usahanya.

Perusahaan juga bisa memperbaiki kualitas produk jika mantan pelanggan merasa ada yang kurang nyaman terhadap produk perusahaan anda. Dari alasan tersebut perusahaan anda bisa mengevaluasi produk perusahaan anda dan memperbaiki produk sehingga bisa menjadi produk yang lebih baik.

Survey kepuasan pelanggan, adalah hal paling umum yang paling banyak dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam setiap bisnis. Dengan pelanggan yang puas perusahaan anda tentunya akan memiliki pelanggan yang loyal dan terus membeli produk perusahaan anda. Dengan begini, penjualan produk akan terus naik dan keuntungan bisnis perusahaan anda akan semakin besar. Melayani pelanggan dengan baik merupakan hal yang penting.