

Merencanakan Action Plan Strategi Marketing Anda dengan 4P

Penerapan Metode 4P



Menjual Ide
Menentukan Strategi Pemasaran



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Alfian Renata

TERINSPIRASI DARI:
DIYToolkit.org
http://www.bbc.co.uk/bitesize/higher/business_management/marketing/
<https://hbr.org/2013/01/rethinking-the-4-ps>





Merencanakan Action Plan Strategi Marketing Anda dengan 4P

Materi ini akan membantu Anda merencanakan *action plan* aktivitas pemasaran yang efektif dilihat dari berbagai sisi yaitu:

- Bagaimana cara mendefinisikan **produk** Anda
- Bagaimana cara menentukan **harga** (*price*)
- Di mana **lokasi** pemasaran dan produk Anda (*place*)
- Bagaimana mem**promosikan** produk Anda kepada konsumen.

Metode 4P ini dapat Anda gunakan setelah strategi ke depan sudah dipilih melalui SWOT atau *tools* lainnya dalam mengevaluasi konsep atau ide Usaha Anda.

Selanjutnya, Anda dapat menggunakan teori 4P ini untuk menentukan eksekusi dari strategi pemasaran Anda untuk menjangkau konsumen.

MENGAPA USAHA SOSIAL ANDA PENTING UNTUK MENERAPKAN KONSEP 4P

- 1 4P adalah bagian dari rangkaian konsep usaha dan strategi yang akan Anda terapkan
- 2 Target konsumen yang berbeda-beda membutuhkan pendekatan yang berbeda pula
- 3 Konsep 4P ini sudah terbukti efektif dalam proses pemasaran produk atau jasa dari berbagai bidang usaha
- 4 Konsep 4P ini mempermudah Anda untuk menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan perkembangan situasi ekonomi, teknologi, dan tren konsumen





APA SAJA YANG TERMASUK DALAM 4P?

4P adalah sebuah konsep pemasaran yang menjelaskan gambaran umum strategi pemasaran yang akan Anda gunakan, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Secara spesifik Usaha Sosial, 4P lebih ditujukan untuk membentuk *perspektif* masyarakat atau konsumen mengenai produk/layanan Anda dan bagaimana hal tersebut dapat memberi dampak positif. Sedikit berbeda dengan usaha pada umumnya dimana konsep 4P ini ditujukan untuk meningkatkan penjualan sebesar-besarnya.

Product (Produk)

- Jelaskan kelebihan produk atau jasa Usaha Sosial Anda dibanding yang sudah ada di pasaran
- Jelaskan fitur atau manfaat yang diberikan dari produk Usaha Sosial Anda
- Identifikasi kategori barang/produk Usaha Sosial Anda



Price (Harga)

- Jelaskan kategori harga yang Anda gunakan, apakah premium atau murah
- Jelaskan bagaimana Anda menentukan harga, apakah berdasarkan biaya produksi atau berdasarkan harga kompetitor, dan lainnya



Place (Tempat)

- Jelaskan lokasi distribusi Anda, apakah di pasar tradisional, di pasar modern, toko independen, atau secara *online*
- Jelaskan strategi pemilihan lokasi distribusi Anda, apakah mendekati dengan bahan baku, atau mendekati konsumen



Promotion (Promosi)

- Jelaskan metode promosi apa saja yang ingin Anda berikan pada konsumen. Apakah diskon, hadiah (bonus), atau beli 1 gratis 1, dan lainnya
- Jelaskan metode iklan yang akan Anda gunakan, apa medianya dan di mana lokasinya.

