STRATEGI PEMASARAN PADA SUATU USAHA

**Makalah Ini Disusun untuk Memenuhi Tugas
pada Mata Kuliah Kewirausahaan**

Oleh :

ISMAIL HALIM

90500120041

Ismailhalik02@gmail.com

Dosen Pengajar :

Dra. Hj. Nuraeni Gani, MM.

**PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
2021**

ABSTRAK

Keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan tergantung pada analisa dan pengamatan yang cermat oleh perusahaan terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan. Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran perusahaan terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dalam kondisi persaingan. Strategi pemasaran memerlukan suatu pengetahuan tentang keinginan konsumen yang ditujukan terhadap manfaat barang. Sehingga divisi penjualan harus mematangkan strategi pemasarannya lebih lanjut dan siap untuk mengubahnya sesuai dengan perubahan zaman dan kemajuan teknologi. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Strategi pemasaran adalah serangkaian rancangan yang bertujuan untuk memasarkan suatu produk kepada masyarakat, sehingga dapat mencapai target pasar salah satunya produk yang ditawarkan dapat terjual dan bisa menghasilkan keuntungan yang maksimal. Adapun fungsi dari strategi bisnis ini yaitu meningkatkan inovasi pengembangan bisnis, membuat koordinasi tim lebih efektif, merumuskan tujuan perusahaan, dan mengawasi kegiatan pemasaran. Adapun contoh strategi pemasaran adalah memanfaatkan mesin pencarian Google, membuka program afiliasi, menggunakan platform media sosial memaksimalkan konten, dan menggunakan jasa influencer. Adapun elemen strategi pemasaran yaitu produk, harga, promosi, tempat, dan orang-orang.

Kata kunci: *Strategi, Pemasaran, Usaha, Penjualan, Produk.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah hingga makalah yang berjudul “Strategi Pemasaran Pada Suatu Usaha” ini dapat saya selesaikan dengan cukup mudah dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Tanpa pertolongan-Nya mungkin saya tidak akan mampu menyelesaikan tepat pada waktunya. Makalah ini saya buat untuk memenuhi tugas dari mata kuliah Kewirausahaan.

Saya mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Hj. Nuraeni Gani, MM. selaku Dosen Kewirausahaan program studi Perbankan Syariah. Yang telah memberikan arahan dalam menyusun makalah ini. Semoga makalah ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas kepada pembaca. Saya menyadari bahwa makalah ini masih kurang sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Terima Kasih.

Wassalamu'alakum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Gowa, 09 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan.....	2
BAB II PEMBAHASAN	3
A. Landasan Teori.....	3
B. Pembahasan	4
1. Pengertian Strategi Pemasaran	4
2. Fungsi Strategi Pemasaran	5
3. Contoh Strategi Pemasaran	6
4. Elemen Strategi Pemasaran	9
BAB III PENUTUP	11
A. Kesimpulan	11
B. Saran.....	11
DAFTAR PUSTAKA	12

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan tergantung pada analisa dan pengamatan yang cermat oleh perusahaan terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan. Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran perusahaan terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dalam kondisi persaingan.

Strategi pemasaran memerlukan suatu pengetahuan tentang keinginan konsumen yang ditujukan terhadap manfaat barang. Sehingga divisi penjualan harus mematangkan strategi pemasarannya lebih lanjut dan siap untuk mengubahnya sesuai dengan perubahan zaman dan kemajuan teknologi.

Strategi pemasaran adalah suatu pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu yang mana di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.

Pemasaran memegang peranan penting dalam kelangsungan hidup suatu usaha. Semakin ketatnya persaingan membutuhkan suatu strategi pemasaran yang efektif dalam usaha menjangkau konsumen untuk meningkatkan volume penjualan. Salah satu cara penyebab strategi pemasaran tidak berjalan efektif, meskipun strategi itu telah direncanakan dengan terarah, adalah kurang berfungsinya divisi penjualan. Oleh karena itu dibutuhkan rescheduling atau pengadaaan divisi penjualan yang bertanggung jawab penuh dalam melakukan kegiatan seperti; mengidentifikasi dan memahami segmen pasar, menuju pasar sasaran yang tepat, pemosisian produk, perencanaan untuk jangka pendek, menengah dan panjang. Berfikir panjang mengenai strategi-strategi pemasaran yaitu dengan bekerjasama dan komunikasi yang baik antar supplaye dan customer yang akan mendukung pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan.

B. Rumusan Masalah

1. Apa yang dimaksud strategi pemasaran ?
2. Apa fungsi strategi pemasaran ?
3. Apa saja contoh strategi pemasaran ?
4. Apa elemen strategi pemasaran ?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui apa yang dimaksud strategi pemasaran.
2. Untuk mengetahui fungsi strategi pemasaran.
3. Untuk mengetahui contoh strategi pemasaran.
4. Untuk mengetahui elemen strategi pemasaran.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Landasan Teori

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Definisi pemasaran menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Swastha dan Handoko (2000: 4) : Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatankegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. 14 Pengertian pemasaran menurut Kotler (2000: 19) : “adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mempunyai arti yang lebih luas daripada penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Jadi, pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu

“Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan”. Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dari konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran tersebut dapat dicapai 15 dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun kebijaksanaan produk, harga, promosi dan distribusi yang tepat sesuai dengan keadaan konsumen sarasannya.

B. Pembahasan

1. Pengertian Strategi Pemasaran

a. Menurut Paul dan Guiltinan

Menurut Paul dan Guiltinan, strategi pemasaran adalah sebuah pola pikir yang digunakan untuk mengembangkan suatu bisnis atau perusahaan. Adapun cara yang digunakan adalah dengan menyatukan beberapa unsur pemasaran seperti segmentasi pasar, bauran marketing, posisi, sasaran, dan sebagainya.

b. Menurut Tjiptono

Menurut Tjiptono, strategi pemasaran adalah suatu alat yang direncanakan dan dirancang secara fundamental. Proses perancangan ini dilakukan sebagai upaya perusahaan untuk melakukan pengembangan keunggulan dalam bersaing melalui suatu program khusus dalam rangka melayani pasar secara berkesinambungan.

c. Menurut Philip Kotler

Pengertian strategi pemasaran menurut Philip kotler yaitu suatu cara dimana fungsi dari pemasaran menyelenggarakan kegiatannya agar bisa mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam kegiatan penjualan pada level marketing mix.

d. Menurut Michael Baker

Pengertian strategi pemasaran menurut Michael Baker lebih sederhana. Strategi pemasaran menurut Michael yaitu suatu tujuan dasar dalam meningkatkan penjualan dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

e. Menurut Christian Homburg

Menurut Christian Homburg, strategi pemasaran adalah semua upaya yang dilakukan baik jangka pendek maupun panjang di bidang pemasaran. Upaya ini berhubungan dengan analisis situasi awal strategis dari perusahaan, yang mana strategi tersebut diawali dengan perumusan. Kemudian evaluasi dan pemilihan strategi serta berkontribusi pada tujuan dari perusahaan atau bisnis

f. Menurut David Aaker

Berbeda dengan yang lainnya, David Aaker menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah suatu proses yang diawali dengan proses pemindahan lingkungan bisnis, baik lingkungan internal maupun eksternal. Proses pemindahan ini bertujuan untuk memahami banyak aspek penting dari lingkungan eksternal. Proses pemahaman ini bertujuan agar bisnis dapat bersaing dengan fokus perhatian yaitu aspek teknologi, hukum, ekonomi, budaya dan politik.

g. Menurut Hausman dan Associates

Menurut Hausman dan Associates, Strategi pemasaran diartikan sebagai sebuah desain pemasaran dalam jangka panjang yang bertujuan untuk mengoptimalkan penjualan. Proses pengoptimalan ini dilakukan dengan memberikan pelanggan kepuasan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian rancangan yang bertujuan untuk memasarkan suatu produk kepada masyarakat, sehingga dapat mencapai target pasar salah satunya produk yang ditawarkan dapat terjual dan bisa menghasilkan keuntungan yang maksimal.

2. Fungsi Strategi Pemasaran

a. Meningkatkan Inovasi Pengembangan Bisnis

Dengan adanya strategi pemasaran, kamu bisa mengetahui kebutuhan konsumen. Mulai dari apa yang konsumen butuhkan dan inginkan saat ini hingga masa mendatang. Dengan mengetahui kebutuhan konsumen ini, maka secara tidak langsung bisa memunculkan inovasi-inovasi baru untuk pengembangan bisnis. Produk yang terus berinovasi menjadi lebih baik, biasanya akan jauh lebih diminati oleh masyarakat. Contoh kecilnya yaitu konsumen sebenarnya tidak perlu membeli tas setiap bulannya. Namun dengan strategi pemasaran, kamu bisa memanfaatkan alasan tren tas terbaru untuk menarik minat konsumen.

b. Membuat Koordinasi Tim Lebih Efektif

Dengan adanya strategi pemasaran, maka koordinasi tim akan lebih efektif dan terarah. Hal ini karena strategi dapat membantu mengatur tugas

setiap staf di setiap divisi dalam bisnis agar bisa bekerja sama untuk mencapai tujuan. Misalnya, suatu bisnis terjadi kenaikan permintaan dari konsumen. Maka adanya strategi pemasaran dapat membuat koordinasi tim yaitu antara divisi pemasaran dan produksi sehingga kebutuhan konsumen dapat tercapai dengan baik.

c. Merumuskan Tujuan Perusahaan

Dalam sebuah bisnis, tujuan adalah hal penting yang harus ada sehingga bisnis dapat lebih terarah dan bisa berkembang ke depannya, atau bisa dikatakan bahwa bisnis tanpa tujuan tidak akan mampu berkembang. Misalkan, kamu menentukan tujuan bisnis yaitu untuk mencapai target penjualan sekian persen. Maka, jika tujuan tersebut tercapai, nilai ekonomi perusahaanmu akan meningkat dan bisnismu pasti akan berkembang. Berdasarkan hal inilah sebuah strategi pemasaran dibutuhkan yaitu untuk menentukan tujuan perusahaan, baik itu untuk merumuskan maupun mencapai tujuan itu sendiri dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

d. Mengawasi Kegiatan Pemasaran

Untuk menentukan strategi pemasaran kedepannya, Kamu juga dituntut untuk melakukan pengawasan apakah strategi yang Kamu gunakan tersebut sudah efektif atau tidak terhadap pemasaran. Secara tidak langsung, hal ini berarti strategi pemasaran juga dapat berfungsi untuk mengawasi kegiatan pemasaran. Misalnya, mengawasi bagaimana kinerja setiap tim dalam mendukung perusahaan mencapai target penjualan, dan sebagainya.

3. Contoh Strategi Pemasaran

a. Memanfaatkan Mesin Pencarian Google

Memanfaatkan mesin pencarian google menjadi salah satu contoh strategi pemasaran terbaik yang bisa kamu coba. Hal ini berdasarkan pada fakta yang ada, di mana pembeli ketika akan membeli suatu produk kebanyakan akan melakukan pencarian dulu di internet tentang produk tersebut. Bahkan, ada sekitar 74% pembeli yang akan melakukan hal tersebut. Pembeli akan mencari tahu tentang produk tersebut, mulai dari kualitas dan harga produk tersebut. Kamu bisa memanfaatkan hal ini untuk meningkatkan penjualan produk kamu.

b. Membuka Program Afiliasi

Contoh strategi pemasaran lainnya yang bisa kamu coba adalah membuka program afiliasi. Sistemnya yaitu kamu akan meminta orang untuk menjual produk mu, kemudian kamu akan memberikan komisi untuk orang tersebut dari hasil penjualan produknya. Cara ini tentunya akan sangat membantu untuk meningkatkan promosi terhadap produk mu sehingga dapat dikenal oleh banyak orang kedepannya. Jadi, semakin banyak orang yang ikut di program mu, maka pasar yang kamu raih pun akan semakin besar.

Namun, saat menerapkan program ini, ada beberapa hal yang perlu kamu pertimbangkan salah satunya yang terpenting yaitu komisi yang ditawarkan. Sebaiknya dalam menentukan komisi ini kamu harus mempertimbangkan jenis produk, keuntungan, dan kelogisan.

c. Menggunakan Platform Media Sosial

Menggunakan media sosial menjadi salah satu contoh strategi pemasaran yang wajib kamu coba. Media sosial menjadi salah satu ajang promosi bisnis yang sudah terbukti ampuh untuk meningkatkan penjualan. Jadi, Kamu bisa menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram hingga TikTok sebagai salah satu strategi bisnis. Dalam menggunakan cara ini, hal pertama yang harus kamu lakukan adalah mengidentifikasi target pembeli. Selanjutnya kamu bisa membuat konten-konten menarik untuk menarik minat pembeli, mulai dari membuat video menarik hingga poster ajakan. Sebaiknya usahakan juga saat menggunakan cara ini Kamu tidak melakukan *hard promotion* langsung. Karena ditakutkan pembeli akan langsung kabur sebelum membeli produkmu.

Kamu mulai dengan membuat konten-konten bermanfaat seperti tutorial, tips dan trik, dan sejenisnya yang relevan dengan bisnismu. Sehingga para calon pembeli akan memfollow media sosialmu. Setelah memiliki cukup banyak *follower*, kamu bisa mulai menambahkan beberapa postingan yang menawarkan produk kamu. Atau mungkin kamu bisa mengkombinasikan konten bermanfaat tersebut dengan kegiatan promosi. Hal ini karena konten yang bukan kebutuhan, biasanya pembaca akan langsung melewatinya.

d. Memaksimalkan Konten

Contoh strategi pemasaran selanjutnya yang bisa kamu pertimbangkan yaitu dengan memaksimalkan penggunaan konten. Walaupun mungkin kamu sudah memanfaatkan iklan, namun sebaiknya kamu juga harus menggunakan konten. Hal ini karena beberapa calon pembeli biasanya akan lebih tertarik untuk melihat konten daripada iklan. Dan seperti penjabaran sebelumnya, sebaiknya kamu memilih konten-konten yang mendidik dan menghibur berupa video ataupun artikel dengan penambahan promosi. Sudah ada banyak sekali perusahaan yang memanfaatkan konten ini untuk bisnisnya. Salah satunya yaitu Hermes yang termasuk bisnis tas mahal dengan kualitas terbaik yang terbuat dari kulit hewan asli.

Dalam websitenya, kamu bisa melihat betapa menariknya konten-konten Hermes. Mulai dari *event-event* yang mereka adakan hingga koleksi tas yang mereka miliki. Semua konten tersebut ditampilkan dengan konten yang unik, sehingga kamu pun akan merasakan pengalaman yang luar biasa. Salah satu konten menariknya yaitu sebuah video berdurasi dua menit yang menceritakan tentang koleksi flora dan fauna mereka. Untuk lebih jelasnya kamu bisa melihat contoh konten Hermes di website resminya.

e. Menggunakan Jasa Influencer

Menggunakan jasa influencer menjadi salah satu contoh strategi pemasaran yang wajib kamu coba. Influencer sendiri merupakan orang-orang yang memiliki followers banyak. Kamu bisa mulai mencari influencer, baik di YouTube, Instagram dan sejenisnya untuk menawarkan produkmu. Namun, sebaiknya kamu juga memilih influencers yang memiliki konten sesuai dengan produk mu sehingga target pasar dapat tercapai. Misalnya, kamu sedang ingin mempromosikan tas. Alih-alih mencari seorang food vlogger, kamu sebaiknya mencari artis atau Youtuber dengan basic fashion. Sekalipun akun food vlogger tersebut banyak, kemungkinan besar itu tidak akan mempan untuk mempromosikan produk tas mu. Hal ini karena pastinya pengguna yang mengikuti akun tersebut dari kalangan pecinta kuliner. Jadi, jika ada produk tasmu yang muncul, maka bisa dipastikan mereka akan mengabaikanmu.

4. Elemen Strategi Pemasaran

a. Product (Produk)

Elemen strategi pemasaran pertama terletak pada produknya. Dalam menentukan strategi pemasaran melalui produk ini, hal-hal yang bisa kamu pertimbangkan meliputi fungsi, tampilan, kualitas, hingga pengemasan dari produk tersebut. Dalam pemilihan suatu produk, pelanggan akan mempertimbangkan kelebihan dan manfaat dari produk. Bahkan tidak jarang para pelanggan akan mencari terlebih dahulu di internet mengenai produk yang akan dibelinya. Oleh karena itulah, sebaiknya kamu benar-benar mempertimbangkan fitur utama, manfaat, hingga keinginan pelanggan terhadap produk yang akan kamu tawarkan.

b. Price (Harga)

Elemen harga ini berhubungan dengan strategi yang kamu gunakan dalam menetapkan harga produk maupun layanan yang akan kamu tawarkan, juga tentang bagaimana harga yang sudah kamu tawarkan tersebut dapat mempengaruhi pelanggan. Nah, dalam memutuskan harga yang akan kamu tawarkan ini, kamu bisa mengacu pada beberapa hal. Seperti harga jual produk di pasaran, diskon, metode pembayaran, kredit, hingga layanan lainnya. Sehingga perusahaan kamu tidak merugi, namun harga tersebut masih bisa diterima oleh pembeli. Tidak hanya itu, saat menentukan strategi penetapan harga ini, kamu juga harus mempertimbangkan posisi bisnismu di pasaran saat ini. Misalnya, kamu memasarkan tas dengan kualitas terbaik, bahkan dari kulit hewan asli. Maka, harga yang kamu tawarkan juga harus sesuai dengan kualitasnya.

c. Promotion (Promosi)

Strategi pemasaran erat kaitannya dengan promosi. Promosi ini merupakan segala aktivitas yang dilakukan agar bisnis dapat dikenal oleh banyak orang. Promosi ini dapat berupa iklan, menambah relasi, dan sponsor. Dalam promosi, sebuah strategi pemasaran itu penting. Mengingat biaya produksi yang tidaklah rendah. Jadi sangat penting untuk menentukan apakah promosi yang kamu lakukan layak atau tidak dalam meningkatkan penjualan produkmu.

d. Place (Tempat)

Elemen strategi pemasaran yang perlu kamu perhatikan juga yaitu tempat. Tempat mengacu pada lokasi produk atau layanan bisnismu dilihat, dibuat, dijual, dan didistribusikan. Dalam mempertimbangkan tempat ini, ada beberapa hal yang harus Kamu perhatikan. Dua diantaranya yaitu terjangkau, dan tidak terlalu banyak menguras biaya. Sangat penting untuk mempertimbangkan keterjangkauan atau kemudahan akses produk tersebut terhadap pelanggan, sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukan produk. Jika ingin bisnismu berkembang, maka sebaiknya kamu pastikan bahwa produk tersebut tersedia bagi pelanggan pada waktu, tempat, dan jumlah yang tepat.

e. People (Orang-orang)

Elemen strategi pemasaran terakhir yaitu orang. Orang tersebut yaitu staf atau karyawan, tenaga penjualan, dan sebagainya. Orang ini erat kaitannya dengan sumber daya manusia untuk bisnismu. Dalam menjalankan strategi bisnis agar bisa memperoleh keuntungan, kamu bisa merekrut karyawan yang kompeten. Hal ini karena salah satu faktor keberhasilan suatu usaha adalah karena adanya sumber daya manusia yang kompeten. Salah satu contoh kompeten yaitu karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Sehingga pelanggan berminat untuk membeli produkmu.

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pemasaran adalah serangkaian rancangan yang bertujuan untuk memasarkan suatu produk kepada masyarakat, sehingga dapat mencapai target pasar salah satunya produk yang ditawarkan dapat terjual dan bisa menghasilkan keuntungan yang maksimal. Adapun fungsi dari strategi bisnis ini yaitu meningkatkan inovasi pengembangan bisnis, membuat koordinasi tim lebih efektif, merumuskan tujuan perusahaan, dan mengawasi kegiatan pemasaran. Adapun contoh strategi pemasaran adalah memanfaatkan mesin pencarian Google, membuka program afiliasi, menggunakan platform media sosial memaksimalkan konten, dan menggunakan jasa influencer. Nah, adapun elemen strategi pemasaran yaitu produk, harga, promosi, tempat, dan orang-orang.

B. Saran

Saya tahu bahwa banyak sekali kekurangan dan kelemahan saya dalam mempersiapkan makalah ini, baik dari segi tutur kata maupun kalimat dalam pembahasan yang saya buat ini, jadi saya mengharapkan saran dan masukan dari kawan-kawan dan terlebih-lebih kepada ibu dosen pembimbing mata kuliah Kewirausahaan agar makalah ini bisa sempurna dan berguna untuk diteladani pada pembuatan makalah selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, S. (2013). STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN MARK PLUS & CO DI KANDATEL JAKARTA. *INDEPT*, *III* (1), 13-24.
- Friska. (2020, Desember 23). *Koinworks.com*. Dipetik Desember 9, 2021, dari Koinworks.com: <https://koinworks.com/blog/pengertian-strategi-pemasaran-fungsi-contoh-elemen/>
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2015). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: ORIGINAL PRENADA.