

STRATEGI PEMASARAN

Harry Budiharjo Sulistyarso

Wahyu Dwi Artaningtyas

Asih Sriwinarti

LPPM UPN VY PRESS

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I.PERKEMBANGAN MARKETING	1
1.1.Pengertian Marketing	1
1.2.Pengertian Manajemen Pemasaran	3
1.3. Perencanaan Pemasaran	6
1.4. Fungsi Marketing	12
BAB II. BAURAN PEMASARAN	14
2.1. Komponen Bauran Pemasaran	15
2.2. Teori Teori Bauran Pemasaran Online	17
2.3. Teknik 7 P Dalam Marketing Mix	18
BAB III. STRATEGI PEMASARAN	26
3.1. 15 Trik Strategi Pemasaran	26
3.2. 20 Kendala dalam Pemasaran	36
BAB IV. INTERNET MARKETING	46
4.1. Sejarah Internet Marketing	46
4.2. Pengertian Internet Marketing	48
4.3. Pentingnya Internet Marketing	52
4.4. Tools Pemasaran Online	53
BAB.V. SUKSES BERBISNIS ONLINE	56
5.1. Cara Sukses Bisnis Online	56
5.2. Manfaat Pemasaran Online	63
5.3. Bagaimana Memulai Pemasaran Online	71
5.4. Strategi Pemasaran Online Bagi UMKM	73
DAFTAR PUSTAKA	78

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa , karena hanya atas berkat rahmat dan karuniaNya, maka buku dengan judul “ STRATEGI PEMASARAN “ sebagai luaran dari Program Kemitraan Masyarakat ini dapat kami susun tepat pada waktunya .

Terimakasih kami ucapkan kepada Dirjen Dikti yang telah memberikan pembiayaan sepenuhnya pada kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini , dan juga kami ucapkan terimakasih kepada LPPM UPN “ Veteran “ Yogyakarta . Terimakasih pula kami sampaikan kepada Bapak Kepala Dusun Sengir , Ibu Tri Alami dan juga semua anggota KUB “ SOPONYONO “ , serta semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu , sehingga kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini dapat berjalan dengan baik dan lancar tanpa halangan apapun juga.

Akhir kata , semoga kegiatan pengabdian yang telah kami lakukan dapat memberikan manfaat , secara khusus bagi anggota KUB “ SOPONYONO “ sehingga dapat berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian warga.

Yogyakarta, Oktober 2022

Penulis

Dr. Ir.Harry Budiharjo Sulistyarso , M.T.

Wahyu Dwi Artaningtyas, S.E., MSi.

Asih Sriwinarti, S.E.,M.Si.

- Basu Swasta D.H dan T.Hani Handoko, "Manajemen Pemasaran : Analisa perilaku konsumen", Edisi Kelima, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 2004
- Brenda Kienan, "*Small Business Solutions E-commerce*", Penerbit Gramedia, Jakarta, 2001
- Fandy Tjiptono, "Strategi Pemasaran", Edisi 5, Andi, Yogyakarta, 2007
- Indriantoro Nur dan Bambang Supomo, "Metodologi Penelitian Bisnis", BPFE, Yogyakarta, 2005
- M. Kwartono Adi, *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2007. Hlm.12-13
- Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran", jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia, Prentice Hall, New Jersey, 1998
- Philip Kotler, Amstrong, "Dasar-dasar pemasaran", jilid 1, Prentice Hall, New Jersey, 2001
- Purdi E, Chandra, *Trik Sukses Menuju Sukses*, Yogyakarta: Grafika Indah, 2000, h. 35. *Conceptual, start up, stabilisasi, pertumbuhan (growth stage) dan kedewasaan.*
- Riduwan, "Metode dan Teknik Menyusun Tesis, Alfabeta", CV, Bandung, 2004

Riyeke Ustadiyanto, "*e-Business Plan : Perencanaan, Pembangunan dan Strategi di Internet*", Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2000

Sastro Soenarto, hartanto, *Industrialisasi serta Pembangunan Sektor Pertanian dan Jasa Menuju Visi Indonesia 2030*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006, h. 272.

Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting)*, Jakarta: LP3ES, 2012, h. 12

William J Stanton, Michael J Etzel and Bruce J Walker, "*Fundamental of Marketing*", Tenth Edition, McGraw hill, inc, New York, 2004

<http://harikurniawan.permataindonesia.ac.id/2015/06/beberapa-kelemahan-pemasaran-online.html>

[http://menkokesra.go.id/Hasil_Rakor_Tingkat_Menteri_SNPk dan Penanggulangan Kemiskinan melalui Pemberdayaan Masyarakat](http://menkokesra.go.id/Hasil_Rakor_Tingkat_Menteri_SNPk_dan_Penanggulangan_Kemiskinan_melalui_Pemberdayaan_Masyarakat) diakses tgl 1 Desember 2015 jam 10.08

<https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-bauran-pemasaran-online-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-bauran-pemasaran-online/>

<https://markey.id/blog/marketing/internet-marketing-2>

<https://seoanaksholeh.com/peran-marketing-dalam-bisnis/>

<https://www.centerklik.com/cara-sukses-bisnis-online-banyak-pelanggan/>

<https://www.dreambox.id/blog/digital-marketing/manfaat-pemasaran-online/>

<https://www.gurupendidikan.co.id/marketing/>

<https://www.hestanto.web.id/konsep-dasar-pemasaran-online/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-5-kiat-membangun-strategi-pemasaran-online-bagi-pengusaha-ukm/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/>

<https://www.taupasar.com/2020/04/20-kendala-dalam-pemasaran-atau.html>

<https://www.trusvation.com/apa-saja-strategi-pemasaran-online-yang-efektif-untuk-umkm>

<https://zahiraccounting.com/id/blog/pentingnya-packaging-produk-untuk-menarik-perhatian-konsumen/>

STRATEGI PEMASARAN

Oleh :

**Dr. Ir. Harry Budiharjo Sulistyarso, MT.
Wahyu Dwi Artaningtyas, SE.,MSi
Asih Sriwinarti, S.E.,MSi**

Copyright ©

**Dr. Ir. Harry Budiharjo Sulistyarso, MT.
Wahyu Dwi Artaningtyas, SE.,MSi
Asih Sriwinarti, S.E.,MSi**

Hak Cipta dilindungi oleh undang –undang

**Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
dalam bentuk apapun tanpa ijin tertulis dari penulis**

Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Agustus 2022

Hak Penerbit pada LPPM UPN “ Veteran “ Yogyakarta

Desain Cover : Annisa Safira

Diterbitkan oleh :

LPPM UPN “ Veteran “ Yogyakarta

**Jalan SWK 104 (Lingkar Utara) , Condongcatur, Depok ,Sleman,
Yogyakarta, 55283**

Telp (0274) 486188, 486733, Fax.4(0274) 86400

ISBN : 9786233891165

ISBN 978-623-389-116-5

