

**Pertemuan** : 3 dan 4

**Pokok Bahasan** : Intelijen Pemasaran dan Sistem Informasi Pemasaran

**Hari/ Tanggal** :

### 1.1 Tujuan

Setelah mengikuti praktikum ini mahasiswa diharapkan dapat:

- a. Memahami Definisi dan Teknik Intelijen Pemasaran
- b. Memahami perancangan Sistem Intelijen Kompetitif

### 3.2 Alat & Bahan

Buku referensi dan modul praktika

### 3.3 Dasar Teori

- a. Definisi dan Teknik Intelijen Pemasaran
- b. Perancangan Sistem Intelijen Kompetitif

### 3.4 Tugas Observasi Lapangan Sebagai Marketing Intelligent

- a. Merupakan tugas kelompok, 1 kelas dibagi menjadi 6 kelompok
- b. Observasi dilakukan dengan cara:
  - ✓ Jenis perusahaan dan produk:
    1. Sabun mandi: Lifebouy/ Lux
    2. Pasta gigi: Pepsodent/ Close up
    3. Shampoo: Pantene/ Clear
    4. Hand & Body lotion: Vaseline/ Citra
    5. Facial wash: Biore/ Ponds
    6. Deodorant: Rexona/ Dove
  - ✓ Lokasi observasi dapat dilakukan di Pasar Tradisional atau Supermarket
  - ✓ Informasi produk dan data penunjang dapat diperoleh di Website perusahaan.

- c. Membuat laporan pada kertas A5, jilid ring, plastik bening, font candara 10, dengan format, sbb:

- ✓ **Cover:**



LAPORAN MARKETING INTELLIGENT  
PERUSAHAAN ABCD PRODUK XXXX

- ✓ **Daftar isi**
- ✓ **Daftar Gambar**
- ✓ **Daftar Tabel**

#### **Bab 1 : Pendahuluan**

- 1.1 Profil Perusahaan/ Produk
- 1.2 Latar Belakang Observasi
- 1.3 Teknik intelligent marketing yang digunakan
- 1.4 Lokasi dan waktu observasi (Lampirkan foto pada saat observasi)

#### **Bab 2 : Hasil Observasi**

- 2.1 Responden (jenis kelamin, usia, pekerjaan dibuat diagram pie dalam bentuk persentase)
- 2.2 Hasil wawancara dengan konsumen (dibuat dalam bentuk tabel)
- 2.3 Hasil wawancara dengan penjual
- 2.4 Analisis SWOT produk

#### **Bab 3 : Penutup**

- 3.1 Kesimpulan
- 3.2 Saran

Lampiran: Foto, Draft pertanyaan wawancara, Daftar pembagian tugas

- ✓ Dikumpulkan dan dipresentasikan pada Senin, 11 September 2017
- ✓ Waktu presentasi 15 menit, tanya jawab 15 menit
- ✓ Bobot nilai: laporan 50%. Presentasi dan tanya jawab 50%

#### **Pertanyaan ke konsumen (10 orang konsumen):**

1. Apa nama merk produk (sebutkan produknya) yang anda gunakan?
  - ✓ ***Jika konsumen menjawab sesuai dengan merk yang anda observasi, maka pertanyaan selanjutnya adalah:***
    - a. Apa alasan anda menggunakan merk tersebut?
    - b. Menurut anda siapa saja pesaing dari merk tersebut?
    - c. Menurut anda, apa kelebihan dari merk tersebut di banding pesaing?

- d. Menurut anda, apa kekurangan dari merk tersebut di banding pesaing?
- e. Menurut anda, bagaimana kualitas produk, harga, kemudahan untuk memperoleh barang dan iklan/ promosi dari produk tsb?
- ✓ ***Jika konsumen menjawab tidak sesuai dengan merk yang anda observasi, maka pertanyaan selanjutnya adalah:***
  - a. Apa alasan anda menggunakan merk tersebut?
  - b. Menurut anda siapa saja pesaing dari merk tersebut?
  - c. Menurut anda, apa kelebihan dari merk tersebut di banding pesaing?
  - d. Menurut anda, apa kekurangan dari merk tersebut di banding pesaing?
  - e. Apakah anda mengetahui produk ... (merk yang anda observasi)? Bagaimana tanggapan anda mengenai produk tsb?

**Pertanyaan ke penjual (3 orang penjual):**

1. Apa merk produk (sebutkan produknya) yang paling banyak dibeli oleh konsumen?
2. Menurut anda, mengapa konsumen memilih merk tersebut ?
3. Menurut anda, dari sisi penjualan, merk apa yang menjadi pesaing dari merk (sebutkan produknya)

Contoh penulisan judul gambar dan judul tabel



**GAMBAR 1.1**

Bintang

Sumber://http.www.bintang.com, 2017

**TABEL 1.1**

Data Penjualan Tahun


Sumber: Dokumentasi penulis, 2017