

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