



Kata Pengantar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

Kata Pengantar	9
Daftar Penulis	11

Bagian Pertama:

Strategi Memenangkan Persaingan Pasar

1. Strategi Menggarap Ceruk Pasar	17
2. Go Internasional Gaya Jepang	23
3. <i>Market Development Strategy</i>	29
4. Serangan Spesifik Penantang Pasar	35
5. Memuaskan "Nafsu" Konsumen	41

Bagian Kedua:

Memaksimalkan Peluang Pasar

1. Mengendalikan Kinerja Pemasaran	49
2. Mengelola Sumberdaya Eksternal Pemasaran	55
3. Segmentasi Efektif Penempatan Pemasaran	61
4. Menata Dimensi Harga dalam Persaingan	67



Bagian Ketiga:

Meningkatkan Kinerja Pemasaran

Kekuatan dan Pengelolaan Merek 81
 Keberhasilan Meniru Lewat *Benchmarking* 87
 Mengemas dan Menjual "Kepikatan" Objek Wisata 91
 Dimosional Konsumen terhadap Strategi Pemasaran 97

Bagian Keempat:

Menyusun Strategi Pemasaran

Perencanaan Sistem Informasi Pemasaran 103
 Pauran Efektif Komunikasi Pemasaran 109
 Mewaspadai Merebaknya Transaksi Bisnis
E-Commerce 115
 Pemasaran Interaktif Usaha Jasa 121

Hotline/depositary.unri.ac.id

Hak cipta milik Universitas Riau

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

1. Cipta dan/atau pengelolaan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau uraian suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengiklankan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

Penerbit

Setelah sukses menerbitkan *Menjadi Wirausahawan Handal*, yang merupakan lini produk seri "Seri Manajemen Populer" pertama, penerbit Bahana Press kembali membuat selanjutnya. Jika pada buku pertama pokok bahasanya terfokus pada manajemen perusahaan dalam skala luas, penerbitan kali ini lebih dispesifikasi ke dalam salah satu aspek manajemen perusahaan tersebut, yakni manajemen pemasaran. Antara keduanya tentu tidak dapat dipisahkan, dan oleh karena itu penerbitan ini kami rangkum dalam bentuk seri.

Tidak jauh beda dengan *Menjadi Wirausahawan Handal*, buku *Pemasaran Interaktif* ini merupakan kumpulan tulisan Bapak Edyanus Herman Halim, seorang pakar manajemen



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

Pengantar Penulis

Bagi mereka yang berpikiran optimis, era global ini merupakan masa yang menjanjikan banyak peluang. Sebaliknya bagi yang berpikiran pesimis, masa ini adalah jurang menuju kehancuran. Apakah yang benar? Yang pasti, saya sampai saat ini termasuk kepada mereka yang berada di jalur pertama. Kenapa demikian? Apa yang menjadi alasannya?

Salah satu landasan berpikir saya adalah makin melonggarnya sumber-sumber modal yang semakin memberi keleluasaan untuk berinvestasi. Daerah pasar yang semakin luas mencerminkan pula bahwa investasi dapat menghasilkan keuntungan yang menarik. Transparansi antara negara saat ini memungkinkan produk dapat menembus sasaran pasar yang



uh sekalipun.

Bagi dunia usaha, penempatan pasar yang akurat ditengah-tengah lalu lintas dan dinamika internasional sangat menentukan keberhasilan memperoleh peluang pasar yang menguntungkan. Karenanya, perusahaan-perusahaan yang, terutama di Indonesia, tidak bisa lagi mengabaikan pesaing luar, pasar luar dan suplai sumber-sumber luar. Untuk itu, tidak ada jalan lain, agar perusahaan tetap dapat mempertahankan keuntungan dewasa ini, perusahaan tidak boleh gagal dalam pemasaran.

Dalam arti yang sesungguhnya, kegagalan pemasaran meliputi kegagalan memahami pasar dan peluangnya yang berubah serta adanya kebutuhan untuk menyediakan nilai yang kompetitif. Perusahaan yang maju makin menyadari pentingnya beralih dari bermentalitas produk dan penjualan ke suatu pemasaran strategis. Keahlian dalam pemasaranlah yang akan membedakan antara pemain amatir dan profesional dalam psara global.

Perusahaan dengan keahlian pemasaran yang kuat, jelas memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan standar hidup orang banyak. Tuduhan terhadap perusahaan-perusahaan kita (Indonesia) sebagai "jago kandang" dan besar karena fasilitas sudah harus dieliminir dengan kemampuan praktik pemasaran yang berkualitas. Konsep dan filosofi



2. Masalah: *Interaktif* ini saya anggap penting untuk diterbitkan. Dengan menunjukkan berbagai contoh keberhasilan perusahaan-perusahaan yang sukses dalam menjual produknya, saya tentu berharap bisa menjadi renungan bagi kita yang juga berobsesi meniru langkah-langkah yang mereka lakukan. Selain itu, "jurus-jurus" yang mereka coba tawarkan dalam mengantisipasi persaingan pasar, semoga dapat menambah pengetahuan kita tentang aspek-aspek pemarketing.

Dalam pada itu, jujur saya akui, mungkin sedikit memang yang dapat diperoleh dari serpihan tulisan-tulisan singkat yang dimuat dalam karya sederhana ini. Hanya saja, keinginan lahir yang disertai keikhlasan dalam mentransformasikan apa yang dipelajari dan diamati sebagai seorang yang sudah cukup lama berkecimpung di bidang manajemen, membuat saya yakin pasti ada manfaatnya. Terserah kepada pembacalah untuk menilainya. []

Pekanbaru, Januari 2003

Edyanus Herman Halim, SE., MS