

7 RANCANGAN PEMASARAN

Objektif Pembelajaran

Di akhir bab ini, pembaca akan dapat:

- ✓ Menyatakan maksud rancangan pemasaran
 - ✓ Menjelaskan pengertian pasaran dan pemasaran
 - ✓ Menerangkan tujuan penyediaan rancangan pemasaran
 - ✓ Menyenaraikan maklumat-maklumat penting rancangan pemasaran
 - ✓ Menghuraikan empat strategi campuran pemasaran
-

7.1 PENGERTIAN RANCANGAN PEMASARAN

Rancangan pemasaran merupakan bahagian yang bertanggungjawab untuk merancang dan mengurus tentang strategi pemasaran bagi sesuatu produk atau perkhidmatan yang ditawarkan oleh usahawan seperti matlamat pemasaran, analisis pasaran, campuran pemasaran, taktik dan strategi pasaran dan bajet pemasaran. Maklumat-maklumat pemasaran diperlukan oleh usahawan dalam memastikan produk atau perkhidmatan yang dikeluarkan dapat memenuhi keperluan, kehendak dan citarasa pelanggan.

Justeru, usahawan perlu menyediakan rancangan pemasaran yang lengkap bagi membolehkan semua maklumat berkaitan dengan pasaran dan pemasaran dapat diperolehi secukupnya sebelum memulakan perniagaan.

7.2 DEFINISI PASARAN DAN PEMASARAN

Pasaran merupakan sekumpulan individu atau organisasi yang mempunyai keperluan dan kehendak yang harus dipenuhi kepuasan mereka melalui jenis-jenis produk atau perkhidmatan yang ditawarkan.

Menurut *Kotler dan Armstrong* (2011), pasaran merupakan satu set pembeli berpotensi dan sebenar yang membeli produk atau perkhidmatan. Manakala, pemasaran merupakan satu proses di mana perniagaan atau organisasi mencipta nilai kepada pelanggan dan membina hubungan pelanggan yang kuat bagi mendapatkan pulangan.

7.3 TUJUAN PENYEDIAAN RANCANGAN PEMASARAN

1. Memberi garis panduan dan fokus kepada usahawan untuk mencapai objektif pemasaran.
2. Membangunkan taktik-taktik dan strategi-strategi pemasaran.
3. Membuat persediaan bagi mengeluarkan produk atau perkhidmatan baru dan dapat membuat ramalan jualan yang baik.
4. Memberi maklumat pemasaran yang diperlukan bagi melengkapkan rancangan perniagaan untuk memperolehi pinjaman atau dana dan menarik perhatian para pelabur.
5. Memberi fokus dan hala tuju bagi jenama, produk atau organisasi.
6. Meramal belanjawan pemasaran.

7.4 MAKLUMAT PENTING RANCANGAN PEMASARAN

Maklumat-maklumat penting rancangan pemasaran ialah:

1. Analisis dan penyelidikan pasaran semasa
2. Rancangan segmentasi pasaran, sasaran pasaran, posisi pasaran