

## PENUGASAN

Nomor: 232-D/841/FE-UNTAR/V/2020

Sehubungan dengan surat Ketua Jurusan Manajemen Nomor: 057-KJM/807/FE-UNTAR/V/2020 perihal: Permohonan Penugasan Peserta Webinar, dengan ini Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara menugaskan:

Oey Hannes Widjaja, S.E., M.M., M.I.Kom., M.Si., CHRP.

Sebagai peserta dalam Seminar Online Webinar dengan tema:

1. Kiat Urus Lektor Kepala & Guru Besar Secara Cepat (14 Mei 2020)
2. Cara Memenangkan Hati Konsumen Di Masa New Normal (15 Mei 2020)

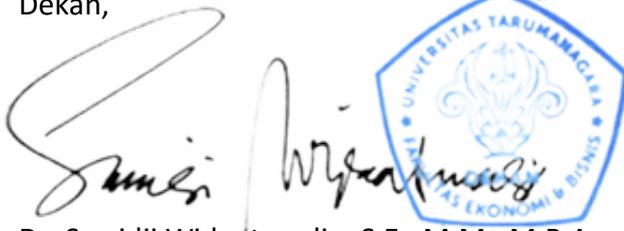
Yang diselenggarakan pada tanggal 14 Mei 2020, oleh Asosiasi Pimpinan Perguruan Tinggi Hukum Indonesia dan tanggal 15 Mei 2020 oleh Himpunan Alumni Sekolah Bisnis IPB

Selesai kegiatan wajib melaporkan ke Ketua Jurusan Manajemen melalui email: [kajurmn@fe.untar.ac.id](mailto:kajurmn@fe.untar.ac.id).

Demikian Penugasan dibuat untuk dilaksanakan sebaik-baiknya dengan penuh tanggung jawab

12 Mei 2020

Dekan,



Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A.

Tembusan:

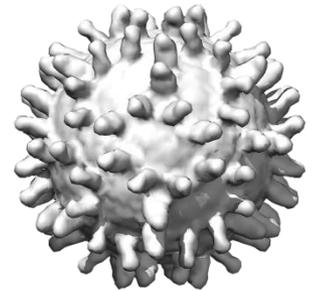
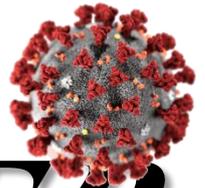
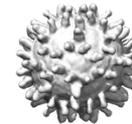
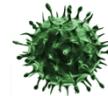
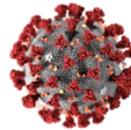
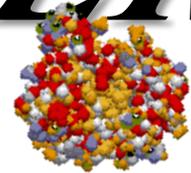
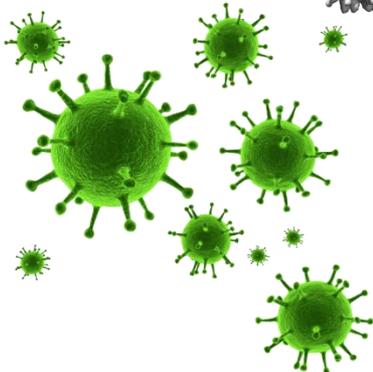
1. Wakil Dekan
2. Kajur. Manajemen
3. Kaprodi. S1 Manajemen
4. Kabag. Tata Usaha

***STRATEGI MEMENANGKAN  
HATI KONSUMEN***

***DI MASA NEW NORMAL***

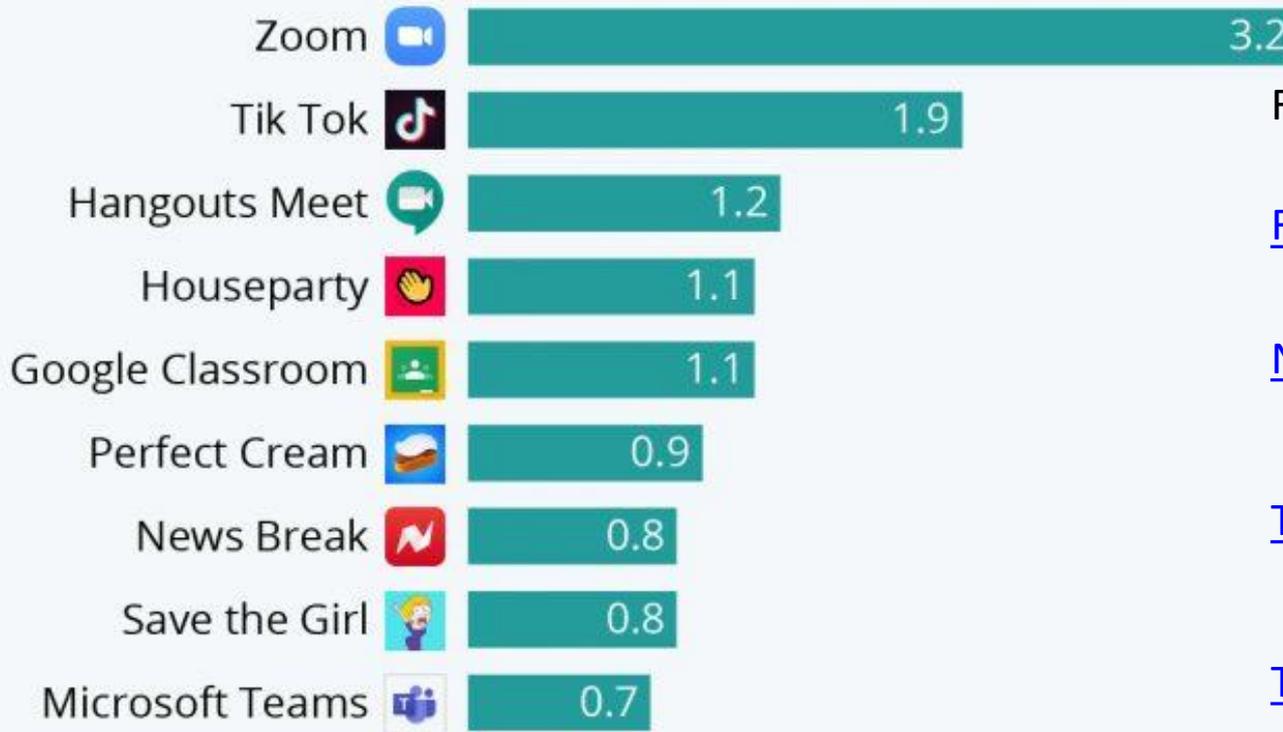
***FASTER MARKETER***

**Dr. M. Mukti Ali, MM., CMA., CSBA**  
CEO Marketing & Management Academy  
Founder Rumah Mikir  
Dosen SB-IPB



# Zoom Tops Weekly Download Charts

Most downloaded apps in the U.S. from March 26 to April 1, 2020 (in million downloads)



Founded	2011
<u>Revenue</u>	\$622 million (2019)
<u>Net income</u>	\$21 million (2019)
<u>Total assets</u>	\$1.289 billion (2019)
<u>Total equity</u>	\$833 million (2019)
Employees	2,532 (2020)

Apple and Android stores  
Source: Priori Data





**Marketer Jenius  
adalah Marketer yang  
bisa melihat dan  
membidik  
Konsumen dengan  
tepat dan cepat yang  
tidak terlihat oleh  
Kompetitor**

**Dr. Mochammad Mukti Ali, MM**

Dosen SB-IPB  
Founder Rumah Mikir  
CEO Marketing & Management Academy

*Dalam kondisi krisis dan setelah krisis  
akibat suatu bencana, khususnya Pandemi  
Covid-19  
terjadi perubahan Perilaku dan Ekspektasi  
Konsumen,*

# *Sehingga.....*

*Para Marketer dituntut  
berfikir dan bertindak tepat dan cepat  
untuk meningkatkan Value Konsumen  
bukan hanya sekedar apa yang ditawarkan*

*Tidak berlebihan di dalam bisnis, diperlukan kecepatan dalam semua hal. Dengan semakin banyak konsumen berbelanja melalui online shop, artinya mereka tidak ingin membuang waktu yang lama baik proses pembelian maupun menunggu produk yang dibeli.*

# **SPEED IS THE KING**

jika ingin memenangkan persaingan  
maka diperlukan kecepatan  
disemua kegiatan pemasaran

# **FASTER**

# ***FLEXIBLE***

*Seorang  
marketer harus  
fleksibel dalam  
menghadapi dan  
menyesuaikan diri  
terhadap semua situasi  
dan kondisi dilingkungan  
VUCA yang baru atau New Normal*

# ***AGILITY***

**Marketer harus mahir mengidentifikasi dan beradaptasi dari berbagai tingkat perubahan yang terjadi, sehingga dapat memberikan solusi jangka pendek maupun jangka panjang dalam menyelesaikan masalah pelanggan dengan cara yang kreatif, cepat dan tepat.**

**Kelincahan marketer terdiri dari dua elemen utama (Dove 1996; Kidd 1994):**

- 1. Kemampuan marketer untuk menanggapi perubahan dengan cara dan waktu yang tepat.**
- 2. Kemampuan marketer untuk mengeksploitasi perubahan dan memanfaatkannya sebagai peluang**

# ***SPEEDIER***

***Marketer harus selalu lebih cepat daripada competitor dalam mengetahui apa yang diinginkan dan diperlukan oleh konsumen***

***Marketer harus lebih cepat dalam memberikan solusi permasalahan konsumen baik jangka pendek maupun jangka panjang***

# ***TECHNOLOGY***

*Teknologi akan sangat membantu;*

*Fleksibilitas, Agility, Speedier, Responsive dan Emphaty seorang marketer dalam kegiatan melayani konsumen dengan cepat dan tepat dibanding kompetitor*

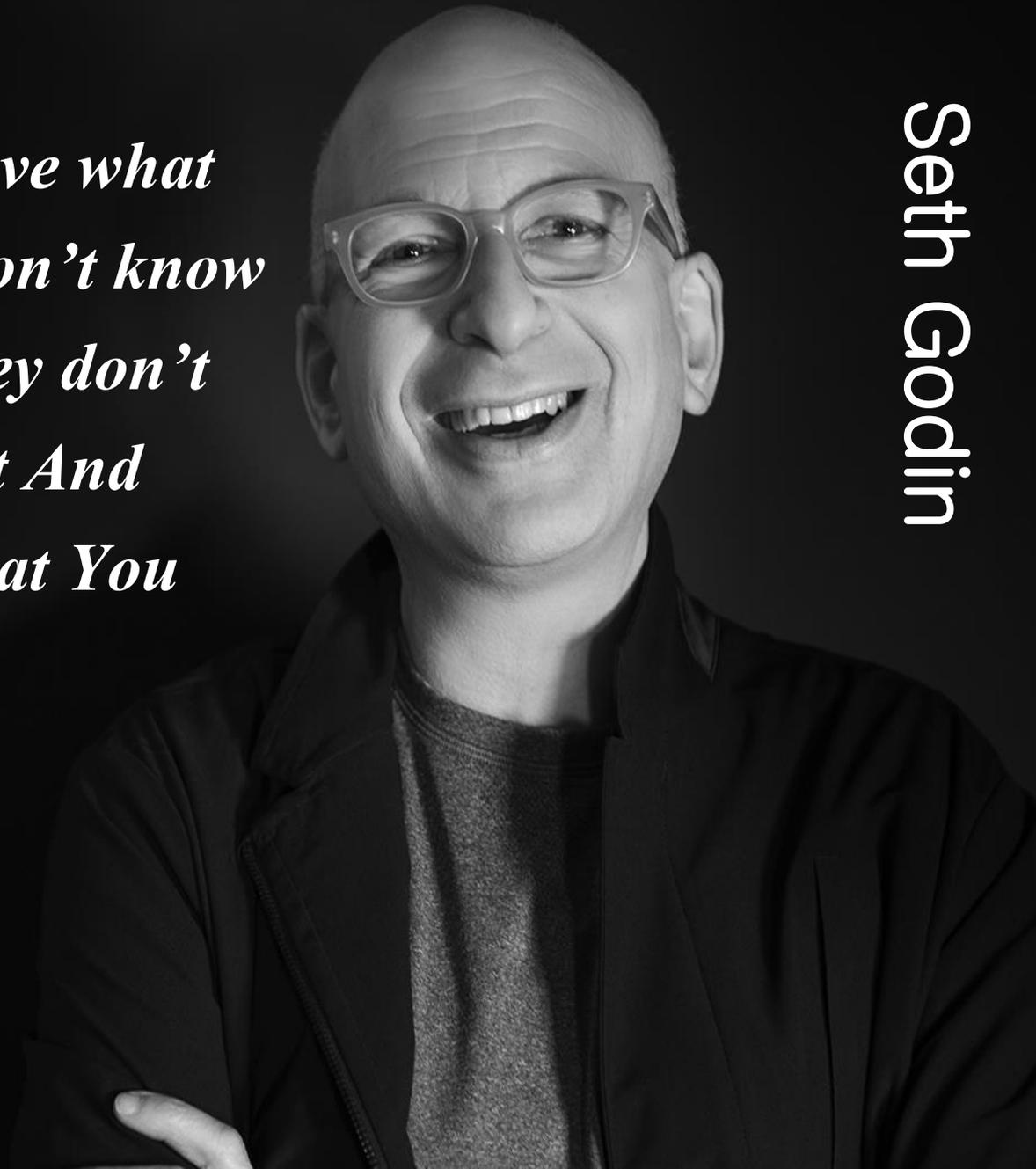
*Teknologi akan membantu marketer dalam berinteraksi dengan konsumen secara cepat dan tepat, relevansi serta jangkauan yang tidak terbatas dalam kondisi apapun melalui semua perangkat teknologi secara real time*

# ***EMPHATY***

***Marketer harus melihat sesuatu dari sudut pandang konsumen, sehingga akan mengerti bagaimana bisa melayani ekspektasi konsumen dengan baik dan tepat***

***Marketer harus memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan konsumen secara spesifik.***

*“ People don’t believe what you believe. They don’t know what you know. They don’t want what you want And They Don’t See What You See “*



Seth Godin

# ***RESPONSIVE***

*Marketer harus bersedia untuk membantu dan melayani konsumen, baik yang sedang bermasalah atau tidak dengan segera secara cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas.*



Bukan seberapa besar dan kuat perusahaan bisa bertahan pada saat dan setelah masa pandemi covid-19, akan tetapi seberapa cepat perusahaan tersebut mampu merespon untuk beradaptasi dengan mengadopsi cara baru dalam proses bisnisnya

**== Dr. Mochammad Mukti Ali, MM ==**

CEO Global Teknik Engineering

Owner Marketing & Management Academy

Founder Rumah Mikir

*Top Tips*

## *Strategi Memenangkan Hati Konsumen di Masa “NEW NORMAL ”*

***FOKUS***; Marketer harus fokus terhadap; kualitas produk, strategi promosi, apa yang menjadi kebutuhan, keinginan dan permasalahan konsumen.

***UNIK***; Produk, Promosi, Metode Pembayaran, Layanan, harus berbeda dengan kompetitor dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen

***KONSISTENSI***; Konsistensi dalam *FASTER* untuk melaksanakan fokus dan unik merupakan hal penting dalam memenangkan hati konsumen untuk mempertahankan dan mendapatkan konsumen

***KETAHUI Konsumen***; *STP* merupakan hal mendasar untuk mengetahui calon konsumen yang akan menjadi target pemasaran, selanjutnya adalah keinginan, kebutuhan, dan daya beli serta perilaku konsumen tersebut .

# NEW NORMAL

BLACK IS THE **REAL WHITE**

Terima Kasih