

DAFTAR ISTILAH

Istilah	Deskripsi
<i>Benchmarking</i>	Metode untuk mengidentifikasi dan membandingkan praktik terbaik dari perusahaan lain untuk meningkatkan kinerja organisasi sendiri.
<i>Competitive Benchmarking</i>	Jenis benchmarking yang membandingkan kinerja suatu perusahaan dengan pesaing langsung dalam industri yang sama.
<i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	Alat analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan pesaing melalui pemberian skor pada faktor-faktor kunci keberhasilan.
<i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	Ukuran kuantitatif yang digunakan untuk menilai keberhasilan pencapaian tujuan strategis perusahaan.
<i>Program Komunikasi Pemasaran</i>	Rangkaian aktivitas komunikasi yang dirancang untuk menyampaikan nilai produk kepada konsumen melalui berbagai saluran pemasaran.
<i>Soft skill</i>	Keterampilan non-teknis seperti komunikasi, kepemimpinan, kerja tim, dan manajemen waktu yang dikembangkan melalui pengalaman organisasi dan kegiatan mahasiswa.
<i>Online, Social Media, and Mobile Communication</i>	Kanal komunikasi pemasaran digital seperti media sosial, aplikasi mobile, dan platform <i>online</i> untuk menjangkau pelanggan secara interaktif.
<i>Stakeholder</i>	Individu atau kelompok yang memiliki kepentingan atau pengaruh dalam keputusan dan operasional suatu perusahaan.
<i>Event and Experience</i>	Strategi pemasaran melalui penyelenggaraan acara dan pengalaman langsung untuk membangun hubungan emosional dengan pelanggan.
<i>Word of Mouth</i>	Promosi yang dilakukan pelanggan secara sukarela melalui rekomendasi pribadi kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif.
<i>Public Relation and Publicity</i>	Kegiatan yang bertujuan membentuk citra dan reputasi positif perusahaan melalui media massa dan hubungan masyarakat.
<i>Packaging</i>	Desain dan bentuk kemasan produk yang berfungsi sebagai identitas visual dan alat untuk menarik perhatian konsumen.
<i>Personal Selling</i>	Proses penjualan secara langsung melalui interaksi personal antara tenaga penjual dan calon pembeli.
<i>Direct Marketing</i>	Strategi pemasaran yang menasar konsumen secara langsung melalui media seperti email, pesan teks, atau aplikasi <i>chat</i> tanpa perantara.