



BAB V

RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A Rencana STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*)

1. Segmentasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:222), segmentasi pasar adalah, “*Market segmentation is the process of dividing a market into smaller segments of buyers with distinct needs, characteristics, or behaviors that might require separate marketing strategies or mixes*”. (Segmentasi adalah proses membagi pasar ke segmen pembeli yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda-beda sehingga mungkin dibutuhkan strategi pemasaran atau bauran yang terpisah.) Konsumen dapat dikelompokkan berdasarkan geografis, demografis dan psikografis.

a. Segmentasi Geografi

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Mendirikan usaha harus memperhatikan pangsa pasar yang ada pada lokasi sekitar. Lokasi *Elvarette Party Planner and Decoration* berada di Ruko Mall of Indonesia Jalan Boulevard Barat Raya Jakarta Utara. Lokasi tersebut termasuk daerah yang strategis karena menjadi pusat keramaian dimana para penduduk Kelapa gading melakukan berbagai aktifitas dari pekerjaan dan kuliner. Pasar yang akan dituju oleh *Elvarette Party Planner and Decoration* yakni konsumen yang berada di wilayah Jakarta dan Bekasi.

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



b. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografi berarti membagi pasar berdasarkan kelompok-kelompok berdasarkan variabel demografik yaitu :

1) Usia

Membagi pasar menjadi kelompok umur dan daur hidup yang berbeda. Fokus segmentasi *Elvarette Party Planner and Decoration* fokus menuju pada konsumen yang berada di usia antara rentang 16-35 tahun. Kemungkinan orang-orang di luar rentang usia tersebut dapat menjadi konsumen *Elvarette Party Planner and Decoration*.

2) Jenis kelamin

Membagi pasar menjadi kelompok jenis kelamin pria ataupun wanita. Fokus segmentasinya yaitu untuk pria dan juga wanita. Namun, *Elvarette Party Planner and Decoration* lebih memfokuskan pada pelayanan kaum wanita.

3) Pendapatan

Membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan tingkat pendapatannya. Fokus segmentasinya yaitu *Elvarette Party Planner and Decoration* menargetkan para konsumen dengan tingkat pendapatan kelas menengah ke atas yaitu di atas Rp 5.000.000/bulan

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan



kepribadian. Fokus dari *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah mereka yang memiliki gaya hidup modern dengan mengikuti perkembangan zaman dan tren. Untuk status sosial dan kepribadian, *Elvarette Party Planner and Decoration* tidak membedakan untuk kedua hal tersebut.

d. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku berarti mengelompokkan pelanggan pada pengetahuan, sikap, penggunaan dan atau reaksinya terhadap suatu produk dan atau jasa. Fokus Segmentasi dari *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah melayani permintaan konsumen yang gemar akan sesuatu yang praktis, cepat, dan instan dalam mengadakan suatu acara.

2. Target Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:233), “*Target market consist of a set of buyers who share common needs or characteristics that the company decides to serve*”. (Target pasar terdiri dari serangkaian pembeli dengan persamaan

kebutuhan dan karakteristik yang perusahaan pilih untuk dilayani). Berikut adalah rincian target pasar *Elvarette Party Planner and Decoration* sesuai dengan acara:

a. Bridal Shower Package

Pada acara ini, target pasar *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 21 tahun sampai 30 tahun dan dengan pendapatan diatas Rp 5.000.000/bulan.

b. Baby Shower Package

Pada acara ini, target pasar *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah wanita yang memiliki usia 21 tahun sampai 35 tahun dan dengan pendapatan diatas Rp 5.000.000/bulan.



c. Room Decor

Pada acara ini, target pasar *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 19 tahun sampai 30 tahun dan dengan pendapatan orang tua atau dirinya sendiri diatas Rp 4.000.000/bulan.

d. Couple Table Decor

Pada acara ini, target pasar *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 21 tahun sampai 27 tahun dan dengan pendapatan diatas Rp 4.000.000/bulan.

e. Kids Birthday Party Package

Pada acara ini, target pasar *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 1 tahun sampai 6 tahun dan dengan pendapatan orang tua diatas Rp 10.000.000/bulan.

f. Birthday party

Pada acara ini, target pasar *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah wanita yang memiliki usia 16 tahun sampai 21 tahun dan dengan pendapatan orang tua diatas Rp 15.000.000/bulan.

g. Engagement

Pada acara ini, target pasar *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah pria dan wanita yang memiliki usia 21 tahun sampai 27 tahun dan dengan pendapatan diatas Rp 10.000.000/bulan.

h. Gala Dinner

Pada acara ini, target pasar *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah perusahaan yang akan melaksanakan acara atau *launching* produk baru.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Posisi

Setelah melakukan segmentasi dan target, selanjutnya adalah *positioning*. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:223), “*Positioning consists of arranging for a market offering to occupy a clear, distinctive, and desirable place relative to competing product in the minds of target consumers*”.

(Memposisi adalah mengatur penawaran pasar menjadi kelompok yang jelas, ciri khas, dan diinginkan guna menetapkan produk dalam benak konsumen).

Elvarette Party Planner and Decoration memposisikan diri sebagai *party planner* pertama di Indonesia yang menawarkan pelayanan yang menyesuaikan keinginan konsumen dengan detail dan dapat order melalui *website* sehingga memudahkan konsumen.

B. Strategi Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:324), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan biaya pada produk atau jasa yang konsumen tukarkan dengan manfaat dan kegunaan dari produk atau jasa tersebut.

Penentuan harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut dari penjualan produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:325) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk atau jasa, yaitu:

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value – based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan nilai maksudnya adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan

yang menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran kompetitif yang berbeda – beda.

Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu:

a. *Good-Value Pricing*

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.

b. *Value-Added Pricing*

Melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

2. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost – Based Pricing*)

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko. Terdapat dua pendekatan yaitu *cost plus pricing* dengan menambah *markup standard* untuk biaya produk dan juga *break-even pricing* dimana menetapkan harga berdasarkan titik BEP (*break even point*) untuk mendapatkan target kembali.

Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan *markup*, berikut adalah rumus untuk menentukan harga:

a. $\text{Biaya Unit} = \text{Biaya Variabel} + (\text{Biaya Tetap} / \text{Jumlah Penjualan})$

b. $\text{Harga Mark-Up} = \text{Biaya Unit} / (1 - \text{Laba Penjualan yang Diinginkan})$

3. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition – Based Pricing*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga

berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama.

Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan. Persepsi pelanggan terhadap nilai – nilai dari produk menjadi batas atas dari harga, batas bawahnya adalah biaya produksi.

Pendekatan yang digunakan *Elvarette Party Planner and Decoration* dalam menetapkan harga adalah dengan menggunakan penetapan harga berdasarkan persaingan. *Elvarette Party Planner and Decoration* lebih mengutamakan harga yang terjangkau karena banyak masyarakat yang ingin memiliki acara yang meriah dengan harga yang terjangkau. Harga yang ditawarkan oleh *Elvarette Party Planner and Decoration* disesuaikan dengan pesaing yang diberikan kepada konsumen yaitu Harga jasa utama untuk table decor dan planner yang ditetapkan oleh *Elvarette Party Planner and Decoration* adalah berkisar Rp.100.000,- perorang untuk harga group hingga Rp.350.000,- untuk couple. Untuk jasa-jasa lainnya ditetapkan harga berbeda-beda berkisar Rp.350.000,- hingga Rp.1.500.000,-.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



C. Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:377), saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Distribusi merupakan salah satu faktor yang perlu dipahami dalam sebuah bisnis dimana dalam hal ini distribusi sangat penting untuk mengetahui dan mengatur alur perjalanan sebuah produk untuk dapat sampai ke tangan konsumen sehingga dapat digunakan oleh konsumen. Ada beberapa tipe tingkatan saluran distribusi yaitu:

1. *Direct marketing channel*

Tipe distribusi dalam bentuk ini adalah antara produsen dan konsumen akhir tidak terdapat pedagang perantara, penyaluran langsung dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Contohnya dengan penjualan dari pintu ke pintu, arisan, pesanan surat, pemasaran melalui telepon, penjualan lewat televisi, penjualan lewat internet, dan toko milik produsen.

2. *Indirect marketing channel*

Tipe distribusi ini adalah penjualan melalui satu atau lebih perantara penjualan seperti pengecer. Pada pasar konsumsi perantaranya merupakan pedagang berskala besar atau grosir, sedangkan pada pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur industri.

Menurut teori di atas maka dapat dibilang bahwa *Elvarette Party Planner and Decoration* menggunakan *direct marketing channel* karena menjual jasanya kepada konsumen tanpa melalui perantara.



Gambar 5.1

Saluran Distribusi *Elvarette Party Planner and Decoration*



Sumber: *Evarette Party planner*, 2018

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:447), promosi adalah campuran spesifik alat promosi yang perusahaan gunakan untuk menyampaikan nilai secara persuasif dan juga membangun hubungan dengan konsumen. Berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi disebut bauran komunikasi pemasaran, yang menurut Kotler dan Armstrong (2016:447) antara lain:

1. Periklanan (*advertising*)

Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.

Penjualan perseorangan (*personal selling*)

Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.

Promosi penjualan (*sales promotion*)

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Hubungan masyarakat (*public relation*)

Ⓒ Membangun hubungan yang baik dengan public dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan juga menangani isu-isu, rumor, dan acara yang disampaikan melalui media massa.

5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, *e-mail*, televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan.

Di dalam upaya melakukan promosi, terdapat berbagai macam cara yang dapat dilakukan, berikut adalah promosi yang dilakukan oleh *Elvarette Party Planner and Decoration* :

1. Media Sosial

Penulis akan menggunakan sarana media sosial seperti Facebook, dan Instagram. Melihat tingkat penggunaan media sosial yang sangat tinggi oleh masyarakat Jakarta membuat penulis yakin bahwa media sosial ialah sarana promosi yang paling efektif dan efisien. Dengan Facebook, para pengguna sosial dapat melihat profil *party planner*. Dengan Instagram, pengguna media sosial dapat melihat gambar-gambar dari aktivitas *Elvarette Party Planner and Decoration*.

Penulis akan lebih mengutamakan instagram sebagai alat daya tarik masyarakat. Melalui Instagram, *Elvarette Party Planner and Decoration* akan mengunggah foto-foto para pelanggan yang telah menggunakan jasa *party planner* serta video-video yang merekam proses dekorasi dan acara. Untuk promosi media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sosial, biaya yang dikeluarkan *Elvarette Party Planner and Decoration* setiap bulannya adalah Rp 500.000 perbulan untuk melakukan iklan yang akan muncul di facebook dan intstagram. Selain itu, facebook dan instagram akan menampilkan testimonial dari klien sehingga orang lain dapat melihat kepuasan yang di terima oleh klien *Elvarette Party Planner and Decoration*.

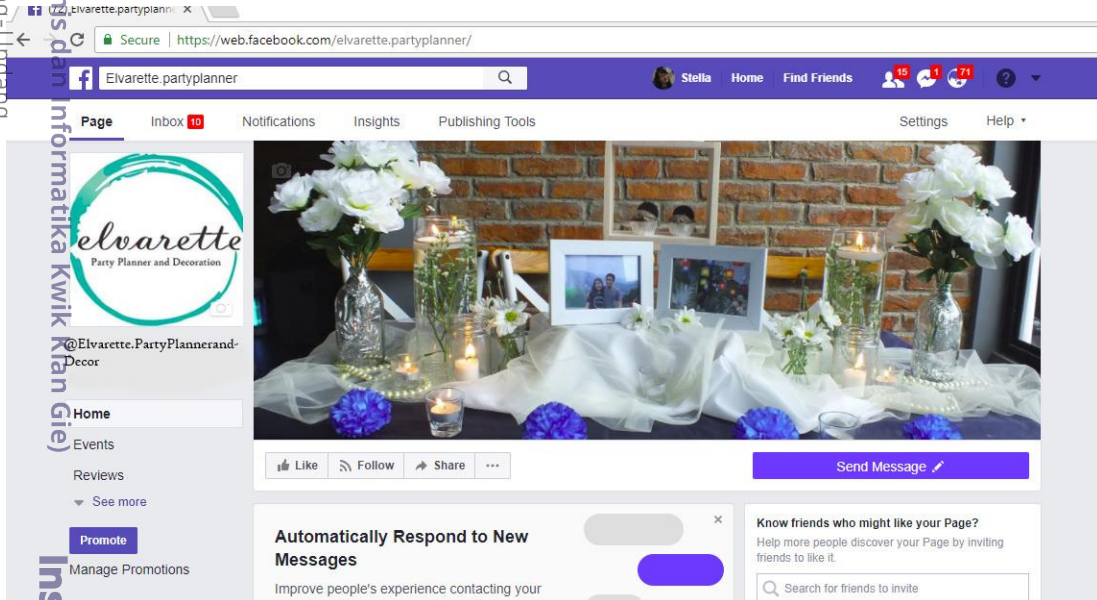
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 5.2

Elvarette Party Planner and Decoration Halaman Facebook



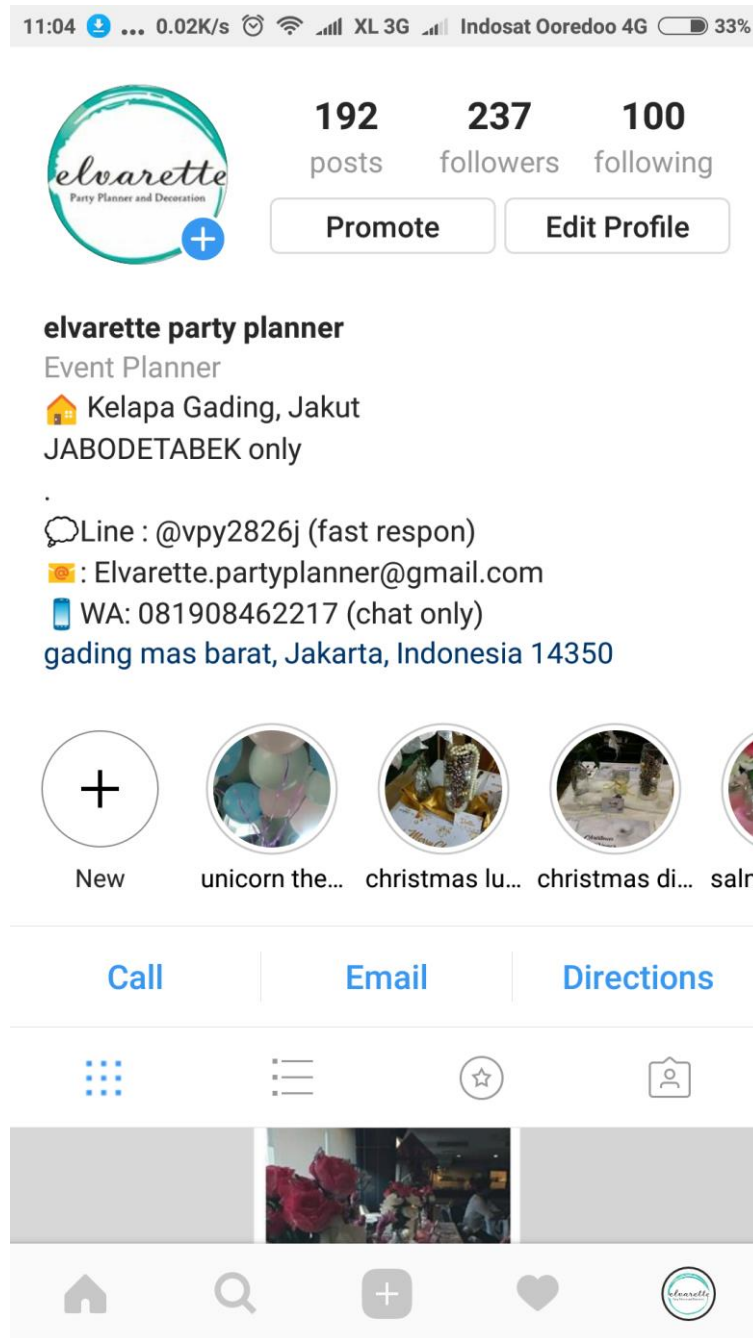
Sumber: *Elvarette Party Planner and Decoration*, 2018

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 5.3

Elvarette Party Planner and Decoration Halaman Instagram



Sumber: *Elvarette Party Planner and Decoration*, 2018

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Gambar 5.4

Elvarette Party Planner and Decoration Halaman Instagram



Sumber: *Elvarette Party Planner and Decoration*, 2018

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Website

Elvarette Party Planner and Decoration akan membuat sebuah situs online berbasis website yang dapat diakses melalui internet dengan alamat *elvarettedpartyplan.wixsite.com/mysite*. Tujuan dari situs ini ialah untuk



mempermudah masyarakat mengenal lebih dalam mengenai *Elvarette Party*

C *Planner and Decoration* serta penawaran jasa maupun produk yang tersedia.

Informasi yang dikemukakan situs ini sangat lengkap mencakup profil perusahaan, kualifikasi tenaga kerja ahli, menu jasa / produk, berbagai model serta harganya, hingga halaman kritik dan saran konsumen. Berikut ialah **Tabel 5.1** yang menjelaskan rincian biaya pembuatan situs *website* dan **Gambar 5.5** yang menampilkan tampilan situs *Elvarette Party Planner and Decoration*.

Tabel 5.1

Biaya Pembuatan Situs *Elvarette Party Planner and Decoration* (Dalam Rupiah)

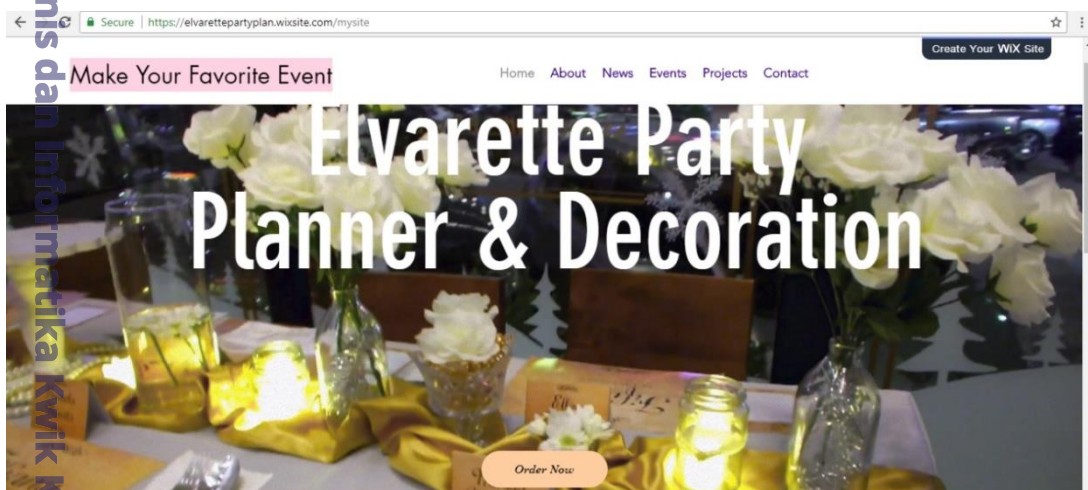
Jenis Biaya	Fasilitas	Harga
1. Biaya Pembuatan	1. Desain tamplate 2. 15 halaman utama 3. <i>Free Domain</i> dan Domain 4. <i>Mobile Friendly Design</i> 5. Integrasi akun media sosial 6. Integrasi <i>marketing channel</i> 7. <i>Domain email 10</i>	3.520.000
2. Biaya Pengelolaan / Tahun	-	1.500.000

Sumber : <https://www.niagaweb.co.id/harga-pembuatan-website>

<http://desainbagus.com/paket-web-maintenance/>

Gambar 5.5

Situs *Elvarette Party Planner and Decoration*





Sumber: *Elvarette Party Planner and Decoration and Decoration, 2018*

E. Rencana Peramalan dan Penjualan

Ramalan penjualan sangat berguna bagi *Elvarette Party Planner and Decoration* untuk mengetahui berapa jumlah total penjualan didapat dari bisnis yang digeluti sehingga pemilik dapat mengetahui langkah-langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Berikut **Tabel 5.2** mengenai ramalan pendapatan dan anggaran penjualan.

Tabel 5.2

Ramalan Penjualan *Elvarette Party Planner and Decoration* Dalam Satu Bulan

Paket	Minggu				Total Per Bulan
	Minggu - 1	Minggu - 2	Minggu - 3	Minggu - 4	
<i>Silver Bridal Shower Package</i>	2	3	1	2	8
<i>Gold Bridal Shower Package</i>	1	2	2	2	7
<i>Silver Baby Shower Package</i>	2	1	2	3	8
<i>Gold Baby Shower Package</i>	1	2	2	1	6
<i>Room Decor</i>	2	1	1	2	6
<i>Couple Table Decor</i>	2	2	1	1	6
<i>Kids Birthday Party Package</i>	1	0	0	1	2
<i>Silver Sweet 17 Package</i>	0	1	1	0	2
<i>Gold Sweet 17 Package</i>	1	0	0	1	2
<i>Engagement</i>	1	0	1	0	2
<i>Gala Dinner</i>	0	1	0	0	1
TOTAL	13	13	11	13	50

Sumber : *Elvarette Party Planner and Decoration, 2018*

Tabel 5.3

Anggaran Penjualan Satu Bulan (Dalam Rupiah)

Paket	Minggu				Total Per Bulan
	Minggu - 1	Minggu - 2	Minggu - 3	Minggu - 4	
<i>Silver Bridal Shower Package</i>	2	3	1	2	8

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gold Bridal Shower Package	1	2	2	2	7
Silver Baby Shower Package	2	1	2	3	8
Gold Baby Shower Package	1	2	2	1	6
Room Decor	2	1	1	2	6
Couple Table Decor	2	2	1	1	6
Kids Birthday Party Package	1	0	0	1	2
Silver Sweet 17 Package	0	1	1	0	2
Gold Sweet 17 Package	1	0	0	1	2
Engagement	1	0	1	0	2
Gala Dinner	0	1	0	0	1
TOTAL	13	13	11	13	50

Sumber : *Elvarette Party Planner and Decoration*, 2018

Tabel 5.4

Anggaran Penjualan *Elvarette Party Planner and Decoration* Periode Tahun 2019 - 2023
(dalam Rupiah)

Bulan	Tahun				
	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023
Januari	148.610.000	147.310.000	155.264.740	163.649.036	172.486.084
Februari	163.471.000	172.298.434	181.602.549	191.409.087	201.745.178
Maret	164.468.173	173.349.454	182.710.325	192.576.683	202.975.823
April	165.471.429	174.406.886	183.824.858	193.751.400	204.213.976
Mei	166.480.805	175.470.768	184.946.190	194.933.284	205.459.681
Juni	150.848.257	158.994.063	167.579.742	176.629.048	186.167.017
Juli	136.683.606	144.064.520	151.844.005	160.043.581	168.685.934
Agustus	151.185.736	159.349.766	167.954.653	177.024.205	186.583.512
September	167.226.543	176.256.776	185.774.642	195.806.473	206.380.022
Oktober	184.969.279	194.957.620	205.485.332	216.581.540	228.276.943
Nopember	204.594.520	215.642.624	227.287.325	239.560.841	252.497.126
Desember	226.301.998	238.522.306	251.402.511	264.978.246	279.287.072
Total	2.030.311.346	2.130.623.219	2.245.676.873	2.366.943.424	2.494.758.369

Sumber : *Elvarette Party Planner and Decoration*, 2018

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



Berdasarkan **Tabel 5.4**, penjelasan mengenai ramalan penjualan *Elvarette Party Planner and Decoration* tahun 2019 – 2023 :

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Pada tiap bulan Februari terjadi peningkatan penjualan sebesar 10%, Agustus, September, Oktober, November dan Desember terjadi peningkatan penjualan yang cukup tinggi, sebesar 15%. Hal ini dikarenakan adanya hari istimewa *valentine* pada bulan Februari dan pada bulan Agustus sampai Desember memasuki bulan yang memiliki acara pernikahan lebih banyak karena di yakini masyarakat keturunan *chinese* sebagai bulan hoki. Pada bulan Juli, terjadi kenaikan dikarenakan setelah melewati masa libur Lebaran dan juga libur tengah tahun.

Kenaikan penjualan setiap bulan lainnya diperoleh berdasarkan tingkat laju pertumbuhan usaha jasa di Jakarta, yakni sebesar 7,36% pada tahun 2016. Angka ini dibagi 12 bulan, sehingga didapat kenaikan perbulan kurang lebih sebesar 0.61%.

3. Pada bulan Juni, terjadi penurunan penjualan sebesar 10% dikarenakan liburnya *Elvarette Party Planner and Decoration* seiring dengan libur lebaran. *Party planner* akan libur selama seminggu sehingga mengurangi pendapatan 10% dari penjualan biasanya.

4. Penjualan pada tahun berikutnya akan mengalami kenaikan akibat dari penambahan kuantitas penjualan yang disebabkan promosi terus-menerus dan juga penambahan jumlah karyawan *marketing* dan staf dekorasi. Dapat disimpulkan bahwa, persentase kenaikan penjualan setiap tahunnya adalah sebesar 6%.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



F. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran sangat berguna untuk mengevaluasi hasil dari pemasaran yang sudah dilakukan *Elvarette Party Planner and Decoration*. Dengan dilakukannya pengendalian pemasaran yang baik, maka hasil evaluasi dapat menentukan apakah pemasaran yang selama ini di jalankan sudah efektif atau belum. Untuk itu, *Elvarette Party Planner and Decoration* menyusun program pengendalian pemasaran sebagai berikut:

1. Mengadakan *Briefing* sebelum acara

Sebelum acara dimulai pemilik melakukan *briefing* kepada karyawan. Di dalam *briefing* pemilik memberikan motivasi kepada karyawan serta informasi mengenai detail dekorasi dan susunan acara yang harus di perhatikan hari itu. Tidak lupa pemilik akan mengingatkan untuk selalu ramah serta murah senyum selama dekorasi dan acara berlangsung. Pemilik juga memberi info mengenai promo yang akan dilakukan dan strategi yang akan dijalankan.

2. *Feedback*

Feedback biasa diambil dari para pelanggan ataupun dari pegawai sendiri. Jika dari pegawai akan dilakukan pertukaran pikiran setiap pagi serta memberitahukan kondisi di lapangan mengenai kekurangan *Elvarette Party Planner and Decoration* yang dikeluh kesahkan oleh konsumen. Masukan dari konsumen juga sangat penting agar dapat mengoreksi bagian yang kurang memuaskan sehingga perbaikan selalu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dari konsumen. Masukan dari konsumen akan diambil melalui aplikasi dan juga media sosial seperti *Line, Whatsapp, Facebook, instagram* dan *web*.



3. Evaluasi setelah acara

Evaluasi dilakukan setelah acara agar mengetahui kekurangan terhadap acara yang telah berlangsung. Hal ini dilakukan agar pemilik dapat menjaga kepuasan konsumen, apabila terjadi ketidakpuasan konsumen, pemilik dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi kekecewaan konsumen. Sebaliknya jika konsumen mengalami kepuasan maka harus mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas layanan. Disini pemilik juga melakukan diskusi mengenai keluhan atau masukan dari karyawan agar dapat mengembangkan *Elvarette Party Planner and Decoration* menjadi lebih baik.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

G. People

People merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang merupakan karyawan dengan *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan *knowledge* (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik di luar. Faktor penting lainnya dalam *people* adalah *attitude* dan *motivation* dari karyawan dalam industri jasa.

Untuk itu, *Elvarette Party Planner and Decoration* akan memberikan pendidikan dan pelatihan karyawan untuk meningkatkan kualitas karyawan. Hal ini dilakukan untuk mencapai kepuasan konsumen. Selain itu, karyawan *Elvarette Party Planner and Decoration* diharuskan untuk bersikap ramah serta murah senyum ketika menghadapi klien. Untuk dapat melakukan ketentuan yang telah dibuat perusahaan, tentunya karyawan mendapatkan motivasi berupa komisi penjualan dan tunjangan hari raya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



H. Process

Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang atau jasa. Dalam mengerjakan permintaan konsumen, tentu harus suatu bisnis harus melewati rangkaian proses.

Berikut ini merupakan proses operasi jasa *Elvarette Party Planner and Decoration*:

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

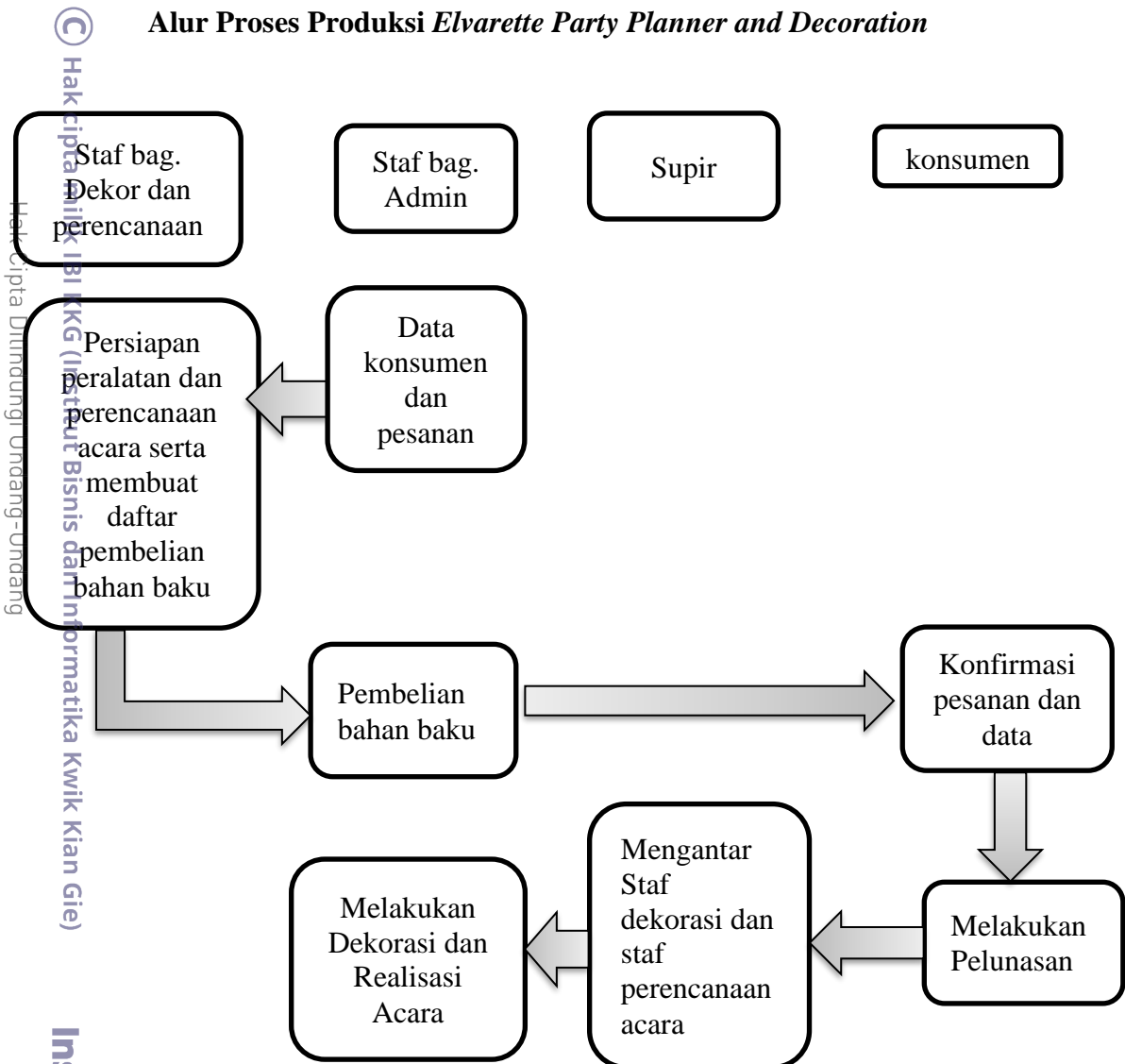
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 5. 6

Alur Proses Produksi *Elvarette Party Planner and Decoration*



Sumber: *Elvarette Party Planner and Decoration*, 2018

I. *Physical Evidence*

Kantor fisik merupakan karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior perlengkapan bangunan, termasuk *lighting system*, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi suasana hati pengunjung. Bangunan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



harus dapat menciptakan suasana, pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung.

Elvarette Party Planner and Decoration akan menjadi party planner pertama yang memiliki kantor fisik. Tentu saja hal ini dapat menjadi nilai tambah untuk *Elvarette Party Planner and Decoration* karena dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Kantor *Elvarette Party Planner and Decoration* memiliki desain dengan suasana yang tenang dan nyaman, pada bagian dinding akan dipasang foto-foto dekorasi dan acara dari *Elvarette Party Planner and Decoration* sehingga klien yang datang untuk membicarakan acara yang akan menggunakan jasa dari *Elvarette Party Planner and Decoration* merasa nyaman dan menambah ketertarikan.

Hak cipta dilindungi undang-undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.