KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB V

RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan tentang rencana pemasaran yang dilakukan oleh *Easy Learning Mandarin*. Rencana pemasaran merupakan bagian penting dari rencana bisnis dan merupakan gambaran mengenai kondisi pasar dan strategi yang berhubungan dengan bagaimana produk dan jasa tersebut akan diterima oleh konsumen, diberi harga, dan dipromosikan. Rencana pemasaran akan digunakan setiap perusahaan dalam mempromosikan setiap bisnis dari perusahaan masing-masing agar konsumen dapat mengetahui dan mengenal perusahaan dengan baik.

Kotler dan Keller (2009:5) berpendapat bahwa : "Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain". Selain definisi tersebut, definisi rencana pemasaran adalah pernyataan tertulis dari tujuan-tujuan, strategi-strategi, dan aktivitas-aktivitas pemasaran yang perlu diikuti dalam rencana bisnis.

A. STP (Segmentation, Targeting, Positioning)

1. Segmentation

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), *market segmentation involves dividing a market into smaller segments with district needs, characteristics, or behavior that might require separate marketing strategies or mixes*. Jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia, "segmentasi pasar terlibat

dalam pembagian sebuah pasar kedalam kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan dengan kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku yang mungkin membutuhkan strategi pemasaran yang terpisah atau campuran. Konsumen dapat dikelompokkan berdasarakan geografis, demografism psikografis, dan perilaku.

Melalui proses segmentasi ini, diharapkan perusahaan dapat mengklarifikasikan pasar kedalam bentuk yang lebih sederhana , dengan demikian perusahaan dapat merancang strategi yang ingin digunakan.

A. Segmentasi Geografis

Dalam segmentasi ini membutuhkan pembagian pasar menjadi unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, negara bagian daerah, kota, dan lingkungan sekitar. Perusahaan dapat menentukan akan beroperasi diseluruh wilayah atau hanya satu daerah tertentu tetapi harus memperhatikan secara khusus pada perbedaan geografis dalam mempengaruhi kebutuhan dan keinginan pasar.

Untuk segmentasi geografis, tempat kursus *Easy Learning Mandarin* melakukan segmentasi geografis didaerah Pademangan. Pademangan dipilih selain dekat dengan rumah pemilik, juga daerah sana banyak orang tua yang memperhatikan kemampuan Bahasa Mandarin untuk para anak-anaknya dan kebanyakan merupakan keturunan Tionghua.

B. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku adalah perilaku dan tanggapan, sikap dan pengetahuan. *Easy Learning Mandarin* fokus pada pangsa pasar terhadap

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

konsumen yang sangat tertarik belajar Bahasa Mandarin dan juga untuk menunjang kebutuhan pendidikan dimasa depan.

C. Segmentasi Psikografis

Segmentasi ini membagi pangsa pasar menjadi kelompok berdasarkan gaya hidup. Untuk segmentasi psikografis pada gaya hidup, *Easy Learning Mandarin* mencari target pasar pada konsumen yang menjunjung tinggi pendidikan, dimana pendidikan yang baik dan berkualitas merupakan suatu yang harus didapatkan oleh setiap individu sejak dini hingga tanpa batas usia dan waktu.

D. Segmentasi Demografis

Pada segmentasi ini adalah segmentasi yang mengelompokkan pasar menjadi beberapa variabel seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan. Untuk pengelompokkan usia, target pasar yang dituju oleh *Easy Learning Mandarin* adalah berumur dari 5 tahun sampai tidak ada batas. Karena untuk belajar tidak ada batas umur.

Untuk pengelompokkan jenis kelamin, fokus pada segmentasi pasar tempat kursus *Easy Learning Mandarin* adalah konsumen dari semua jenis kelamin yaitu perempuan dan laki-laki karena tidak ada batasan jenis kelamin untuk menimba ilmu.

2. Positioning

Pangsa pasar telah di targetkan dan di tentukan, maka proses selanjutnya adalah melakukan Positioning. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214) positioning adalah terdiri dari pengaturan untuk penawaran pasar

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

dalam menempati tempat yang jelas dan diinginkan dibandingkan dengan produk pesaing dalam pikiran bagi konsumen yang ditargetkan.

Penulis memposisikan *brand Easy Learning Mandarin* sebagai penyedia kursus yang hanya berfokus pada Bahasa Mandarin dengan harga yang bersaing dengan fasilitas yang mendukung dan memadai. *Easy Learning Mandarin* juga menanamkan presepsi bahwa mempelajari Bahasa Mandarin itu sangat menyenangkan dan tidak sulit.

3. Targeting

Saat evaluasi dan pemilihan segmentasi pasar serta *positioning* atas *brand* yang ada sudah dilakukan, maka proses selanjutnya adalah menentukan target pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), *targeting is the process of evaluating each market segment's attractiveness and selecting one or more segment to enter*. Jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia adalah sebuah proses untuk mengevaluasi setiap daya Tarik dari segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen dituju.

Target *Easy Learning Mandarin* adalah anak-anak berusia lima tahun sampai tidak ada batas umur yang berdomisili didaerah Pademangan seperti Industri, Gunung Sahari, Hidup Baru, Pemandangan, Rajawali, Ancol, , dan Sunter. Akan tetapi juga tidak menutup kemungkinan pangsa pasar *Easy Learning Mandarin* berasal dari daerah lain diluar Pademangan. Dan jika bisnis ini kedepan nya baik, maka akan memperluas lagi jaringan bisnis dengan membangun didaerah lain.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

B. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2014 : 312) “Price is the sum of all the values that customers give up to gain the benefits of having or using product or service.”

Harga merupakan elemen penting dalam pemasaran khususnya Marketing Mix 4P, sehingga penentuan harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Menetapkan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun. Namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan. Harga berinteraksi langsung dengan elemen lainnya dalam bauran pemasaran dalam menentukan efektivitas dari setiap elemen dan keseluruhan elemen. Dalam proses penjualan, harga merupakan factor paling penting untuk konsumen maupun penyedia jasa. Tujuan yang menuntun strategi penetapan harga harus merupakan bagian dari tujuan yang menuntun strategi penetapan harga harus merupakan bagian dari tujuan yang menuntun strategi pemasaran secara keseluruhan. Harga suatu jasa merupakan faktor penentu bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Dalam menetapkan harga atas produk atau jasa terdapat beberapa metode. Kotler dan Armstrong (2009:346) menyatakan metode yang dapat digunakan dalam penetapan harga, yaitu :

1. Cost Plus Pricing (penetapan harga biaya plus)

a. Cost Plus Pricing (penetapan harga biaya plus)

Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, dimana metode ini menambah standar mark-up terhadap biaya produk

b. Break Even Analysis dan Target Profit Pricing (analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran)

Metode ini menetapkan harga berdasarkan apakah akan break even point atau membuat target laba yang akan dicari.

2. Competition Based Pricing(penetapan harga berdasarkan persaingan)

Penetapan harga berdasarkan pada harga para pesaing dan penawaran pasar pada umumnya. Perusahaan dalam metode ini dapat mengenakan harga yang sama dengan pesaing, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya.

a. Going Rate Pricing (penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku)

Metode ini mendasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Metode ini dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

b. Scaled Bid Pricing (penetapan harga penawaran tertutup)

Metode ini menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan.

3. Value Based Pricing (penetapan harga berdasarkan persaingan)

Metode ini menggunakan suatu persepsi nilai dari pembeli yang bukan dari biaya penjualan untuk menetapkan suatu harga.

Strategi penetapan harga yang digunakan *Easy Learning Mandarin* menerapkan strategi penetapan harga berdasarkan persaingan. Karena *Easy Learning Mandarin* merupakan tempat kursus yang baru, sehingga bersaing dalam harga tanpa menurunkan atau mengurangi kualitas yang memberikan peluang dan kepercayaan dalam *Easy Learning Mandarin* kepada konsumen.

Berikut adalah tabel harga dari produk yang ada di *Easy Learning Mandarin*:

Tabel 5.1
Easy Learning Mandarin
Daftar Harga Biaya Kursus

Kelas	Harga		
	1 bulan	3 bulan	6 bulan
Privat	600.000	1.500.000	2.800.000
Kursus	400.000	900.000	1.600.000
Intensif	800.000	2.100.000	-

Sumber: *Easy Learning Mandarin*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 5.2
Easy Learning Mandarin
Perbandingan Harga dengan 2 Pesaing
(Dalam Rupiah)

Nama Tempat Kursus	Waktu Kursus	Privat	Kursus	Intensif
Easy Learning Mandarin	60 menit	600.000-2.800.000 (60menit x 6)	400.000-1.600.000(1,5jam x 4)	800.000-2.100.000(1,5jam x 8)
Mandarin Expert	60 menit	600.000-3.600.000(60 menit x 4)	550.000-3.300.000(1,5jam x 4)	1.000.000-3.000(1,5jam x 8)
Mandarin Fun Course	45 menit	500.000-3.000.000(45menit x 4)	450.000-2.700.000975menit x 4)	-

Sumber: *Easy Learning Mandarin*

C. Distribusi

Menurut Kottler dan Keller (2009:14), perushaan menggunakan saluran distribusi untuk menjual atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna. Menurut Kottler dan Keller (2009:112), saluran distribusi terdiri dari :

1. Zero Level Channel

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. One Level Channel

Tipe distribusi ini adalah penjualan melalui satu perantara penjualan seperti pengecer. Perantara ini adalah pedagang besar atau grosir, ataupun penyalur tunggal dan penyalur industri.

3. Two Level Channel

Tipe distribusi ini mempunyai dua perantara penjualan, yaitu pedagang besar atau grosir dan sekaligus pengecer, ataupun sebuah penyalur tunggal dan penyalur industry.

4. Three Level Channel

Tipe ini terdapat tiga perantara, yaitu pedagang, grosir, dan pemborong.

Saluran distribusi yang digunakan oleh *Easy Learning Mandarin* adalah tanpa perantara sama sekali dan langsung menyalurkan jasanya kepada konsumen. Oleh karena itu Zero Level Channel yang diterapkan oleh *Easy Learning Mandarin*.

D. Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta meningkatkaan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan akan ada kenaikan angka penjualan.

Promosi yang dipilih oleh *Easy Learning Mandarin* adalah brosur, spanduk, facebook, instagram, words of mouth, dan public relation.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

a. Brosur

Brosur merupakan selembar yang berisikan informasi yang ingin disampaikan kepada calon konsumen dan masyarakat. Pembuatan brosur dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha pengenalan produk. Dan dalam pembuatan brosur harus dibuat semenarik mungkin agar konsumen / masyarakat tertarik. *Easy Learning Mandarin* akan membagikan brosurnya di sekitar tempat *Easy Learning Mandarin* seperti sekolah sekitar daerah Pademangan, tempat makan di daerah Pademangan, serta minimarket daerah Pademangan. Berikut adalah contoh brosur dari *Easy Learning Mandarin* :

Gambar 5.1
Easy Learning Mandarin
Brosur *Easy Learning Mandarin*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

b. Spanduk

Spanduk diletakkan didepan ruko *Easy Learning Mandarin* dimana masyarakat akan dapat mengetahui lokasi. Disamping itu, masyarakat sekitar saat melewati lokasi *Easy Learning Mandarin* akan menyadari keberadaan tempat kursus kami.

c. Facebook

Facebook adalah jaringan social media yang banyak digunakan oleh masyarakat dunia, dimana penggunanya berasal dari berbagai jenjang pendidikan, usia, status social, dll. Pengguna facebook diharapkan dapat menyampaikan saran dan tips untuk *Easy Learning Mandarin* agar menjadi lebih baik lagi, serta merekomendasikan tempat kursus kami kepada rekan-rekan dan kerabat. Facebook *Easy Learning Mandarin* pada lampiran 1.

d. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk meng*upload* foto yang menarik perhatian para masyarakat atau calon konsumen. *Easy Learning Mandarin* akan mengupload foto-foto suasana belajar mengajar, keadaan ruang kelas yang nyaman, fasilitas yang ada, serta jika mengadakan acara/*event* spesial akan kami upload ke instagram bertujuan untuk menginformasikan kepada konsumen agar menarik perhatian konsumen. Instagram *Easy Learning Mandarin* pada lampiran 2.

e. Words of Mouth

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

Cara promosi ini banyak dilakukan oleh perusahaan. Cara ini dinilai cukup efektif dan efisien karena tidak membutuhkan banyak biaya dalam pelaksanaannya. Penyampaian ini kebanyakkan ditujukan oleh konsumen kepada rekan terdekat dan relasinya. *Easy Learning Mandarin* melakukan promosi ini lewat guru dan orang tua murid. Setiap orang tua murid yang dapat membawa seorang murid baru akan diberikan potongan harga sebesar 10%.

f. Public Relation

Public Relation yang dilakukan oleh *Easy Learning Mandarin* yaitu dengan menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah dan perkantoran. Hal ini dilakukan agar mendapat kesempatan untuk mempromosikan tempat kursus *Easy Learning Mandarin*. Juga di sekolah-sekolah sekitar Pademangan, kami dapat meminta izin untuk melakukan presentasi tentang *Easy Learning Mandarin* didepan para orang tua murid saat acara tertentu.

E. Rencana dan Ramalan Penjualan

Easy Learning Mandarin akan memberikan asumsi tentang ramalan penjualan atau jumlah murid yang masuk dan keluar setiap tahunnya. Dan tingkat pendapatan yang diterima oleh *Easy Learning Mandarin* akan meningkat setiap tahunnya, karena jumlah murid yang masuk akan lebih banyak dibandingkan jumlah murid yang keluar. Adanya peningkatan harga setiap tahunnya sekitar 10%.

Berikut ini adalah tabel biaya kenaikan per tahun dan ramalan anggaran penjualan jasa 2018 – 2022 :

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 5.3
Easy Learning Mandarin
Biaya Kenaikan per Tahun (dalam rupiah)

Tahun	Kelas	1 Bulan	3 Bulan	6 Bulan
2018	Privat	600,000	1,500,000	2,800,000
	Kursus	400,000	900,000	1,600,000
	Intensif	800,000	2,100,000	-
2019	Privat	660,000	1,650,000	3,080,000
	Kursus	440,000	990,000	1,760,000
	Intensif	880,000	2,310,000	-
2020	Privat	726,000	1,815,000	3,388,000
	Kursus	484,000	1,089,000	1,936,000
	Intensif	968,000	2,541,000	-
2021	Privat	798,600	1,996,500	3,726,800
	Kursus	532,400	1,197,900	2,129,600
	Intensif	1,064,800	2,795,100	-
2022	Privat	878,460	2,196,150	4,099,480
	Kursus	585,640	1,317,690	2,342,560
	Intensif	1,171,280	3,074,610	-

Tabel 5.4
Easy Learning Mandarin

Ramalan dan Anggaran Pendapatan Jasa 2018 – 2022

Tahun	Kelas	Jumlah Siswa dengan tipe pembayaran			Total Pen,dapatan
		1 Bulan	3 Bulan	6 Bulan	
2018	Privat	75	63	38	270,490,000
	Kursus	90	79	29	168,850,000
	Intensif	50	32	0	117,920,000
TOTAL					**557,260,000**
2019	Privat	83	73	41	301,510,000
	Kursus	97	81	34	182,710,000
	Intensif	59	34	0	130,460,000
TOTAL					**614,680,000**
2020	Privat	86	78	45	356,466,000
	Kursus	106	83	38	215,259,000
	Intensif	67	38	0	161,414,000
TOTAL					**733,139,000**
2021	Privat	97	84	63	479,958,600
	Kursus	116	94	46	272,322,600
	Intensif	78	45	0	208,833,900
TOTAL					**961,115,100**
2022	Privat	87	97	72	584,615,130
	Kursus	126	101	49	321,662,770
	Intensif	79	55	0	261,634,670
TOTAL					**116,791,2570**

F. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran adalah salah satu kegiatan yang harus dilakukan dalam setiap bidang bisnis apapun. Dalam hal ini pengendalian pemasaran digunakan untuk mengevaluasi hasil kerja yang telah dilakukan, untuk menentukkan jalur pekerjaan tetap berjalan lancar sesuai dengan alur yang telah ditentukan. *Easy Learning Mandarin* merupakan perusahaan perseorangan yang dikelola dan dikendalikan oleh pemilik sebagai manager dengan dibantu karyawan-karyawan dalam menjalankan kegiatan proses bisnis. Berikut ini merupakan cara-cara yang dilakukan *Easy Learning Mandarin* dalam melakukan pengendalian pemasaran:

1. Lembar evaluasi

Easy Learning Mandarin setiap bulannya akan membagikan lembar evaluasi kepada para murid yang berusia 12 tahun keatas untuk memberikan saran dan kritik atas segi pelayanan, harga, kualitas tenaga pengajar. Hal ini dilakukan sehingga dapat dilakukan perbaikan untuk menjadi lebih baik. Cara ini dianggap cukup efektif karena murid-murid akan secara langsung memberitahu jika ada hal-hal yang kurang mereka sukai dan para murid juga dapat memberi masukan agar *Easy Learning Mandarin* menjadi lebih baik lagi.

2. *Review* dan Usaha Perbaikan

Review dapat dilakukan setelah pemilik mendapatkan hasil dari lembar evaluasi dari para murid. Melalui hasil dari evaluasi tersebut, *Easy Learning Mandarin* dapat mengevaluasi apakah sudah berjalan sesuai dengan visi misi yang telah

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

ditentukan pada awal akan menjalankan bisnis ini. Jika belum maka dapat mencari solusi dan menginovasi strategi yang ada serta memperbaiki kekurangan yang ada.

G. People

Setiap bisnis tentunya memiliki sumber daya manusia. Tanpa adanya karyawan atau sumber daya manusia, bisnis tidak akan dapat berjalan. Oleh karena itu, kualitas sumber daya manusia harus diutamakan agar kegiatan bisnis pun berjalan dengan baik. *Easy Learning Mandarin* bergerak di bidang jasa yang merupakan tempat les Bahasa Mandarin yang memiliki karyawan terdiri dari pengajar, administrasi, keuangan, dan kebersihan. Mereka semua adalah bagian yang berinteraksi langsung dengan konsumen karena merekalah yang merepresentasikan citra merek.

H. Process

Dalam proses *Easy Learning Mandarin*, tentunya hampir sama dengan tempat kursus bahasa asing pada umumnya. Dan Proses ini juga sudah dijelaskan penulis dalam bab sebelumnya yaitu pada bab iv. Dan dijelaskan proses belajar mengajar dalam satu minggu.

I. Physical Evidence

Physical Evidence merupakan bukti fisik perusahaan yang dapat dilihat, seperti logo perusahaan, bangunan fisik / ruko tempat kursus *Easy Learning Mandarin* berlokasi, peralatan dan perlengkapan. Untuk proses belajar mengajar, tentunya

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

memiliki ruang kelas, dan ruang kelas *Easy Learning Mandarin* di design dengan sangat baik dan rapih sehingga membuat para murid nyaman dan belajar dengan suasana yang menyenangkan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.