



BAB V

PERENCANAAN PEMASARAN

Perencanaan pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk disiapkan untuk mempermudah perusahaan mencapai tujuan dalam suatu bisnis. Dalam sebuah perencanaan pemasaran, akan dijelaskan gambaran mengenai proses penciptaan nilai bagi pelanggan dalam kondisi yang tetap menguntungkan perusahaan dan konsep pemasaran yang akan dijalankan untuk menciptakan nilai tersebut. Pada bab ini akan dibahas penjelasan dan gambaran mengenai kriteria, ketentuan, dan kebijakan atas harga, distribusi, promosi, ramalan penjualan, dan pengendalian pemasaran.

A. Produk

Produk menurut Kotler dan Keller (2009:4) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

“*Althea Flower & Gift*” menawarkan produk berupa jasa rangkai bunga kepada pelanggan. Jasa rangkai bunga yang ditawarkan tersebut memiliki daftar harga. Rangkai bunga adalah seni mengorganisasikan elemen desain pada bahan tanaman, wadah(vas) dan aksesoris

lainnya sesuai dengan prinsip desain. (Sumber:

<http://venasariapriani01.blogspot.co.id/2014/11/seni-merangkai-bunga.html> diakses pada 18

Mei 2016).

© Hak cipta milik IBI KIGS (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



“*Althea Flower & Gift*” memiliki diversifikasi layanan sebagai berikut :

Gambar 5.1
“*Althea Flower & Gift*”
Jasa



Sumber : “*Althea Flower & Gift*”

Gambar 5.1 merupakan *packages* dari “*Althea Flower & Gift*” . Keterangan mengenai *packages* “*Althea Flower & Gift*” adalah :

1. *Hand bouquet* sebenarnya adalah rangkain bunga berupa kumpulan bunga yang dapat di pegang menggunakan 1 tangan. *Hand bouquet* biasa dipesan oleh konsumen lebih untuk ke acara lamaran, wisuda atau kelulusan, pernikahan, hari jadi (*anniversary*) dan acara lainnya. *Hand bouquet* lebih sering dipesan untuk acara yang santai.
2. *Standing flower* dipesan konsumen untuk acara seperti peresmian sebuah tempat usaha baru atau gedung perkantoran baru. *Standing flower* jarang dipesan untuk acara lamaran, wisuda atau kelulusan ataupun hari jadi.



3. *Table flower* adalah rangkaian bunga yang di rangkai menggunakan sebuah wadah vas bunga, *table flower* biasa dipesan untuk dikirimkan kepada orang yang sedang sakit atau untuk desain *table corner* disebuah acara tertentu.

4. *Flower box* jenis rangkaian bunga yang di rangkai menggunakan kotak. Bunga dapat dihias dengan beberapa warna dalam satu jenis bunga. Terkadang bunga di dalam kotak disusun membentuk angka atau ucapan tertentu seperti *I ♥ You* dan lainnya. *Flower box* biasa dipesan oleh konsumen untuk memberikan kejutan kepada orang lain.

B. Harga

Harga merupakan sebuah elemen penting di dalam perencanaan pemasaran yang menjadi penentu penghasilan dan keuntungan bagi perusahaan. Penentuan harga juga merupakan penentu keberhasilan perusahaan karena penentuan harga mempengaruhi seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan sehingga harga harus ditentukan sebaik mungkin. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi maka dapat menyebabkan penjualan menurun, sebaliknya jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka dapat menyebabkan keuntungan menurun. Perusahaan harus dapat memutuskan harga yang sesuai dengan posisi perusahaan dan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Banyak faktor perlu dipertimbangkan dalam menentukan kebijakan penetapan harga.

Kotler dan Keller (2009:76) menjelaskan bahwa terdapat enam langkah dalam menentukan suatu harga, yaitu:

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 IBKKG.

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



1. Memilih tujuan penetapan harga

Pada awalnya perusahaan memutuskan apa yang ingin dicapai perusahaan dari produk yang ditawarkan. Jika perusahaan sudah memilih posisi pasarnya dengan baik dan cermat, maka strategi bauran pemasarannya termasuk harga akan otomatis sejalan. Semakin jelas tujuan perusahaan, maka semakin mudah perusahaan dalam menetapkan harga. Terdapat lima tujuan perusahaan, yaitu:

- a. Kemampuan Bertahan (*Survival*)
- b. Laba Saat Ini Maksimum (*Maximum Current Profit*)
- c. Pangsa Pasar Maksimum (*Maximum Market Share*)
- d. Pemerahan Pasar Maksimum (*Maximum Market Skimming*)
- e. Kepemimpinan Kualitas Produk (*Product-quality Leadership*)

2. Menentukan permintaan

Setiap harga akan mengarah ke tingkat permintaan yang berbeda sehingga memiliki berbagai dampak pada tujuan pemasaran perusahaan. Dalam kondisi normal, semakin tinggi harga maka akan semakin rendah permintaan. Begitu juga sebaliknya semakin rendah harga maka akan semakin tinggi permintaan. Namun untuk beberapa jenis barang, kedua hal tersebut bisa saja tidak berlaku. Untuk itu, pemasar perlu mengetahui apa saja yang mempengaruhi sensitivitas harga dan seberapa responsif permintaan akan mengubah harga untuk bisa memutuskan penetapan harga yang sesuai.

3. Memperkirakan biaya

Permintaan menentukan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan perusahaan atas produknya sedangkan biaya perusahaan menentukan batas harga terendah yang



dapat dikenakan perusahaan atas produknya. Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menutup biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk, termasuk tingkat pengembalian investasi yang memadai atas usaha dan resiko yang dilakukannya.

Biaya perusahaan dibagi menjadi dua, yakni biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang tidak bervariasi dengan tingkat produksi atau pendapatan penjualan. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang bervariasi tergantung tingkat produksi atau pendapatan penjualan. Untuk bisa menetapkan harga dengan cerdas, perusahaan harus mengetahui bagaimana biayanya bervariasi dengan berbagai tingkat produksi.

4. Menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing

Dalam kisaran kemungkinan harga yang ditentukan oleh permintaan pasar dan biaya perusahaan, harus diperhitungkan biaya, harga, dan kemungkinan reaksi harga pesaing. Pertama, perusahaan harus mempertimbangkan harga pesaing terdekat. Jika penawaran perusahaan mengandung fitur-fitur yang tidak ditawarkan oleh pesaing terdekat, perusahaan harus mengevaluasi nilai mereka bagi pelanggan dan menambahkan nilai tersebut ke harga pesaing. Jika penawaran pesaing memiliki fitur-fitur yang tidak dimiliki oleh perusahaan, maka perusahaan harus mengurangi nilai mereka dari harga perusahaan. Selanjutnya, perusahaan dapat memutuskan apakah akan mengenakan harga lebih banyak, kurang, atau sama dengan pesaing. Akan tetapi, perusahaan harus menyadari bahwa pesaing dapat mengubah harganya sebagai tanggapan atas harga yang ditetapkan perusahaan.

5. Memilih metode penetapan harga

Ada beberapa metode penetapan harga, antara lain:



- a. Penetapan Harga *Mark-Up*
- b. Penetapan Harga Tingkat Pengembalian Sasaran
- c. Penetapan Harga Nilai Anggaran
- d. Penetapan Harga Nilai (*Value Pricing*)
- e. Penetapan Harga *Going-rate*
- f. Penetapan Harga Jenis Lelang

6. Memilih harga akhir

Dalam memilih harga akhir, metode penetapan harga telah mempersempit kisaran mana perusahaan harus memilih dan menetapkan harga akhirnya. Perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor tambahan termasuk penetapan harga psikologis, dampak kegiatan pemasaran lain, kebijakan penetapan harga perusahaan, dan dampak harga pada pihak lain.

Dari langkah-langkah di atas dan berdasarkan teori yang sudah dijelaskan di atas, “*Althea Flower & Gift*” menetapkan tujuan perusahaan menetapkan harga yakni Pangsa Pasar Maksimum (*Maximum Market Share*) karena “*Althea Flower & Gift*” baru berdiri dan memerlukan perluasan pangsa pasar yang besar sehingga “*Althea Flower & Gift*” akan menetapkan harga serendah mungkin, namun tetap mendapat keuntungan untuk memperoleh pangsa pasar yang besar.

Pangsa pasar maksimum adalah tujuan perusahaan yang diterapkan dengan menetapkan harga terendah dengan asumsi pasar sensitif terhadap harga. Dengan menetapkan harga serendah mungkin maka dapat menarik perhatian konsumen yang menjadi target pasar sehingga memicu peningkatan permintaan pelanggan. Ketika pangsa pasar sudah diperoleh maka harga akan disesuaikan dengan tingkat laba yang diinginkan.



Selain itu, hal ini didukung dengan strategi penetapan harga yang digunakan “*Althea Flower & Gift*” adalah Penetapan Harga *Going-Rate*. Penetapan harga *going-rate* adalah perusahaan mendasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya. (Sumber: <http://rajapresentasi.com/2009/04/strategi-pemasaran-dan-bauran-pemasaran>). Di mana harga pesaing utama yaitu Madame Florist, Amanah Florist dan Flo Art Flowers dijadikan acuan untuk menetapkan harga yang lebih rendah. Tentu hal ini juga didukung dengan Penetapan Harga *Mark-Up*.

Penetapan harga *mark-up* merupakan metode dengan menambahkan *mark-up* standar pada biaya produksi. (Sumber:

http://www.academia.edu/8443794/STRATEGI_PENETAPAN_HARGA_DAN_MEMILIH_SALURAN_PEMASARAN_SERTA_PENJUALAN_ECERAN). Sehingga harga yang dikeluarkan walaupun lebih murah dari pesaing namun tetap menguntungkan “*Althea Flower & Gift*”.

“*Althea Flower & Gift*” sebenarnya tidak dapat menentukan harga pasti dari setiap rangkaian bunga, karena “*Althea Flower & Gift*” adalah jasa rangkai bunga online yang memiliki konsep bisnis memberikan kenyamanan bagi pembeli untuk memesan rangkaian bunga dengan model atau harga yang mereka ingini. Dengan keadaan tersebut “*Althea Flower & Gift*” hanya dapat memberikan kisaran harga dari setiap produk yang dimiliki.

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 IBKKG.

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



Tabel 5.1
“Althea Flower & Gift”
Daftar Harga
(Dalam Rupiah)

Jasa	Jenjang Harga
Hand Bouquet	250.000 - 700.000
Standing Flower	600.000 - 1.000.000
Table Flower	350.000 - 900.000
Flower Box	400.000 - 1.000.000

Sumber: “Althea Flower & Gift”

Tabel 5.1 merupakan kisaran harga dari “Althea Flower & Gift”, kisaran harga ini dibuat untuk mempermudah konsumen dalam menentukan harga rangkaian bunga yang mereka inginkan. Seluruh *pricelist* yang ditawarkan bisa didapat pelanggan dengan cara mengontak tim dari “Althea Flower & Gift”. Admin dari “Althea Flower & Gift” akan dengan senang hati membantu konsumen dalam menentukan jenis rangkaian bunga apa yang mereka ingin pesan. Jika pelanggan yang memesan bunga untuk kedua kalinya, “Althea Flower & Gift” akan memberikan gratis ongkos kirim bagi pengiriman ke wilayah Bekasi dan Tangerang. Sedangkan untuk wilayah Jakarta gratis ongkos kirim akan diberikan di pemesanan pertama.

Segala keterangan mengenai *detail pricelist* sudah tertera dengan jelas menggunakan bahasa Indonesia, agar dapat dipahami dengan jelas oleh pelanggan.

Terdapat keterangan di bagian bawah halaman *pricelist*, yaitu :

1. Semua harga berlaku untuk area Jakarta, Tangerang dan Bekasi. Jika pelanggan berlokasi di daerah Bekasi dan Tangerang maka akan dikenakan biaya antar sebesar Rp 50.000.



2. Saat pelanggan memesan rangkaian bunga ke “*Althea Flower & Gift*”, pelanggan harus langsung melunasi pembayaran rangkaian bunga dan biaya pengiriman bagi yang akan dikirim ke area Bekasi dan Tangerang. Bila pelanggan secara mendadak membatalkan pesanan, “*Althea Flower & Gift*” tidak akan mengembalikan pembayaran yang telah dilakukan oleh pelanggan.
3. Pelanggan dapat memesan model rangkaian bunga atau harga yang mereka inginkan untuk sebuah rangkaian bunga, tetapi admin dari “*Althea Flower & Gift*” akan menjelaskan juga kepada pelanggan bunga apa saja yang bisa mereka dapatkan saat mereka menentukan harga yang mereka inginkan untuk rangkaian bunga atau saat mereka menentukan sebuah model rangkaian bunga, berapa kisaran harganya. Penetapan harga yang dilakukan “*Althea Flower & Gift*” diharapkan dapat merebut pangsa pasar yang sudah ada sebelumnya sehingga “*Althea Flower & Gift*” dapat ikut bersaing dalam industri bisnis jasa rangkai bunga. Sebagai perbandingan, berikut ini adalah harga dari pesaing-pesaing “*Althea Flower & Gift*” yaitu Madame Florist dan Amanah Flower.

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.



Tabel 5.2
“Althea Flower & Gift”
Daftar Harga Pesaing
(Dalam Rupiah)

Jasa Merangkai		Harga
Madame Florist	<i>Hand Bouquet</i>	300.000 – 3.000.000
	<i>Standing Flower</i>	650.000 – 2.000.000
	<i>Table Flower</i>	700.000 – 2.500.000
	<i>Flower Box</i>	800.000 – 2.500.000
Amanah Flower	<i>Hand Bouquet</i>	250.000 - 1.500.000
	<i>Standing Flower</i>	650.000 - 1.200.000
	<i>Table Flower</i>	200.000 – 2.000.000
	<i>Flower Box</i>	500.000 – 1.000.000

© 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.

Sumber: Madame Florist, Amanah Flower

C. Distribusi

Salah satu aspek dalam pemasaran adalah distribusi, yang dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.



Menurut Christopher Lovelock (Tj,2011:154), menjelaskan bahwa model distribusi dari usaha jasa dapat diuraikan menjadi tiga alur sebagai berikut :

1. Alur informasi dan promosi (termasuk konsultasi yang diberikan)
2. Alur negosiasi (termasuk kesepakatan harga dan pembayaran)
3. Alur produksi (inti jasa yang ditawarkan)

Strategi distribusi suatu perusahaan jasa harus memiliki ketiga alur yang telah disebutkan di atas.

Jasa dapat didistribusikan melalui tiga cara, yaitu :

1. Pelanggan yang mengunjungi tempat jasa tersebut ditawarkan. (Misalnya: pelanggan yang datang ke salon untuk potong rambut).
2. Penyedia layanan jasa yang mengunjungi pelanggannya. (Misalnya: dokter yang datang ke rumah pasiennya).
3. Layanan jasa yang dilakukan di tempat yang berbeda. (Misalnya: membeli tiket perjalanan secara online).

Berdasarkan alur distribusi jasa, dan cara distribusi jasa, “*Althea Flower & Gift*” memiliki ketiga alur jasa tersebut, yaitu, alur informasi dan promosi, alur negosiasi dan alur produksi. “*Althea Flower & Gift*” mendistribusikan bisnisnya dengan cara penyedia layanan jasa yang mengunjungi pelanggannya. Alasan “*Althea Flower & Gift*” memilih cara distribusi dengan mendatangi pelanggannya agar mempermudah pelanggan sehingga pelanggan tidak perlu repot-repot ke luar rumah untuk membeli rangkaian bunga.



D. Promosi



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Promosi merupakan aspek yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha sebagai upaya untuk memberitahukan dan menawarkan produk atau jasa yang dihasilkan dengan tujuan untuk menarik calon pelanggan agar tertarik untuk membeli dan mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan promosi termasuk di dalam bauran pemasaran di mana kegiatan promosi yang baik, tepat, dan menarik dapat memberikan pengaruh besar terhadap penjualan.

Kotler dan Armstrong (2010:36), promosi adalah berkomunikasi dengan target pelanggan tentang penawaran dan membujuk mereka dari manfaat produk yang akan ditawarkan.

Konsumen akan menggunakan promosi untuk mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan dan menjadi patokan untuk memutuskan akan membeli atau tidak produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Christoper Lovelock (2011,hal?), menjelaskan ada tujuh alat komunikasi yang dapat digunakan oleh sebuah perusahaan jasa dalam memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan kepada pelanggan, yaitu :

1. Advertising

Banyak cara yang ditawarkan periklanan untuk mempromosikan usaha jasa mulai dari *broadcast* (TV dan radio), media cetak (koran dan majalah), iklan bioskop, dan banyak tipe iklan lainnya yang dapat digunakan, seperti *billboard*, *electronic message board*, hingga media promosi berjalan seperti iklan di bus.

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 IBKKG.

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



2. *Public relations*

Melibatkan usaha untuk menstimulasi pelanggan agar memiliki ketertarikan positif terhadap produk yang ditawarkan, hal ini dapat dilakukan dengan *news release, press conference, special event*, hingga sponsor acara.

3. *Direct marketing*

Direct marketing dapat dilakukan dengan menggunakan email, SMS, maupun surat dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan agar tertarik dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

4. *Sales promotions*

Promosi penjualan yang dimaksud diantaranya adalah memberikan kupon untuk setiap minimum pemberian, memberikan *sample* atas jasa yang ditawarkan, memberikan potongan harga, hadiah, dan mengadakan kompetisi berhadiah.

5. *Personal selling*

Menggunakan pendekatan interpersonal terhadap pelanggan untuk menawarkan jasa yang ditawarkan. *Personal selling* dapat dilakukan dengan cara menggunakan telemarketer, menggunakan jasa SPB dan SPG, dan lain sebagainya.

6. *Trade Shows*

Membuat demonstrasi maupun membagikan brosur untuk menyampaikan informasi atas usaha jasa yang ditawarkan.

7. *Internet*

Dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu :

- a. *Website* perusahaan
- b. *Online advertising*

© 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.



- c. *Banner advertising*
- d. *Search engine advertising*

Adapun penyampaian informasi yang dapat dilakukan suatu perusahaan melalui luar jaringan perusahaan, yaitu :

1. *Word of mouth*

Rekomendasi dari pelanggan lain dianggap lebih kredibel daripada promosi yang dilakukan oleh perusahaan sendiri dan dapat memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian seorang pelanggan untuk membeli jasa atau produk yang ditawarkan perusahaan.

2. *Blogs*

Sebuah tipe *word of mouth* dilakukan secara *online* yang memiliki jangkauan lebih luas dibandingkan dengan *word of mouth*. *Blogs* dapat berupa jurnal, *diary*, dan *review*.

3. *Media sosial*

Jaringan sosial secara *online* dapat memberikan dampak yang lebih besar terhadap pemasaran sebuah perusahaan karena meningkatnya pengguna media sosial secara signifikan.

4. *Media coverage*

Walaupun media sosial mengalami peningkatan yang signifikan, tetapi *media coverage* tidak dapat ditinggalkan.



Berdasarkan teori yang menjelaskan tentang tujuh alat komunikasi yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan jasa, “*Althea Flower & Gift*” memilih beberapa alat komunikasi yang akan diterapkan, yaitu :

a. *Public relations*

“*Althea Flower & Gift*” ingin mempromosikan jasa rangkaian bunga ini dengan menjadi sponsor kepada acara-acara tertentu, seperti misalnya menjadi sponsor untuk *event sweet seventeen* dengan memberikan dekorasi rangkaian bunga berupa *table setting*. Sponsor ini dapat dilakukan dengan kerja sama kepada *Event Organizer* tertentu.

b. *Trade shows*

Agar “*Althea Flower & Gift*” dapat menyampaikan informasi tentang jasa yang ditawarkan dengan tujuan dapat menarik pelanggan, “*Althea Flower & Gift*” membagikan kartu nama kepada calon pelanggan. Kartu nama berisi identitas diri perusahaan dan bisnis yang dijalankan. Kartu nama juga dapat berguna supaya sewaktu-waktu dapat direkomendasikan oleh pelanggan ke kerabatnya. Biaya yang dibutuhkan untuk membuat kartu nama dapat dilihat secara rinci pada tabel berikut ini.

Tabel 5.3
“*Althea Flower & Gift*”
Biaya Pembuatan Kartu Nama
(Dalam Rupiah)

Ukuran	Bahan	Harga	Jumlah	Total Harga
9cm x 5.5cm	Art Carton 260gsm (Dua Sisi, Laminating Doff)	80.000/box (1box = 100pcs)	6 box/tahun	480.000

Sumber: PeaceTree

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.



c. *Online advertising*

“*Althea Flower & Gift*” akan memasukkan iklan kedalam beberapa website lain yang sering dikunjungi, seperti contohnya Facebook, Lazada, Zalora atau Instagram bersponsor. Iklan seperti ini dapat dilihat oleh siapa pun tanpa harus saling berteman di media sosial. Iklan seperti ini lebih mudah untuk dijumpai oleh siapa pun.

d. *Media sosial*

Kaplan dan Michael Haenlein (2010:53,59-68) mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Website*, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran isi yang dibuat oleh pengguna.”

“*Althea Flower & Gift*” melihat bahwa penggunaan media sosial baik remaja maupun orang dewasa berkembang terus secara signifikan, maka “*Althea Flower & Gift*” menggunakan media sosial sebagai salah satu alat komunikasi untuk menyampaikan jasa yang ditawarkan kepada calon pelanggan. Dengan media sosial, “*Althea Flower & Gift*” dapat berinteraksi dengan berbagai calon pelanggan dari berbagai latar belakang, tempat, dan budaya.

Dalam menyampaikan usaha jasa rangkaian bunga, “*Althea Flower & Gift*” akan menggunakan Facebook dan Instagram. Alasan pemilihan Facebook sebagai media promosi adalah karena Facebook masih menjadi jejaring sosial yang memiliki paling banyak pengguna di seluruh dunia dan tidak sulit mengatur halaman di Facebook sehingga harapannya adalah banyak orang mulai mengenal “*Althea Flower & Gift*” dan terbiasa dengan nama ini. Alasan pemilihan Instagram sebagai media promosi adalah karena Instagram adalah jejaring sosial berbasis foto dan video sehingga akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



sangat cocok dengan “*Althea Flower & Gift*” yang bergerak di bidang jasa merangkai bunga untuk membagikan foto ataupun video yang menampilkan hasil dari rangkaian bunga yang pernah dibuat sehingga banyak orang dapat melihat secara langsung dan riil kualitas dari rangkaian bunga yang dihasilkan.

Selain digunakan untuk memperkenalkan diri dan menampilkan dokumentasi hasil rangkaian bunga, Facebook dan Instagram juga akan dimanfaatkan sebagai media promosi ketika “*Althea Flower & Gift*” mengadakan promo pada waktu tertentu. Facebook dan Instagram juga akan digunakan untuk menampilkan testimonial dari pelanggan sehingga orang dapat melihat kepuasan yang diterima oleh pelanggan “*Althea Flower & Gift*”.

Nama Facebook yang digunakan “*Althea Flower & Gift*” adalah Althea Flower and Gift dan nama Instagram yang akan digunakan “*Althea Flower & Gift*” adalah @altheaflowerandgift. Berikut contoh halaman Facebook dan Instagram “*Althea Flower & Gift*”.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 5.2
“Althea Flower & Gift”
Logo Usaha



Sumber: “Althea Flower & Gift”

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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
“Althea Flower & Gift”
Halaman Instagram



Sumber: “Althea Flower & Gift”

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

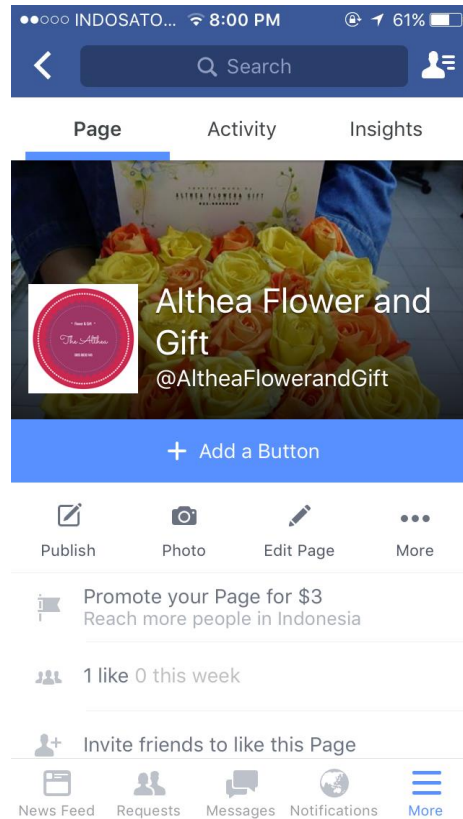
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 5.4
“Althea Flower & Gift”
Halaman Facebook



Sumber: “Althea Flower & Gift”

© 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.

e. Endorsment

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Endorsement mungkin bukan hal yang asing lagi untuk digunakan sebagai salah satu alternative mempromosikan sebuah usaha, baik jasa maupun produk. Endorsement adalah sebuah promosi dengan cara memberikan produk atau jasa yang kita jual kepada orang-orang tertentu yang memiliki dampak tertentu di media sosial. Sebagai contoh misalnya “Althea Flower & Gift” memberikan jasa rangkai bunganya kepada seorang artis dan artis tersebut akan memberikan review terhadap jasa rangkai bunga “Althea Flower & Gift” di media sosial yang mereka miliki.



Promosi endorsement tidak bisa dikatakan murah, karena selain memberikan produk atau jasa yang dimiliki, kita sebagai pemilik usaha juga harus memberikan bayaran nominal tertentu kepada artis atau orang yang kita minta untuk mereview produk atau jasa kita. Review yang diberikan akan selalu bterdengar positif, dan tidak hanya itu, para asrtis atau orang-orang tertentu yang diminta untuk mereview produk atau jasa ini akan memberikan foto mereka bersama produk atau jasa tersebut. Hasil foto itupun memiliki kualitas yang baik. Sehingga promosi menjadi lebih menarik bagi orang lain yang melihatnya.

E. Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan memungkinkan sebuah perusahaan memiliki tingkat persediaan yang optimal untuk membuat keputusan pembelian yang sesuai dan mempertahankan efisiensi dari kegiatan operasional. Peramalan menjadi alat bantu penting bagi perusahaan untuk perencanaan yang lebih efektif dan efisien. (Sumber: file:///C:/Users/user/Downloads/14.04.794_jurnal_eproc.pdf, diakses pada 12 Juni 2016).

Seperti yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, “*Althea Flower & Gift*” bergerak di bidang usaha jasa rangkai bunga di mana jasa yang ditawarkan adalah membuat rangkaian bunga sesuai dengan keinginan pelanggan. “*Althea Flower & Gift*” dapat dikategorikan berada di industri jasa.

Di zaman modern seperti sekarang ini, peluang “*Althea Flower & Gift*” untuk berkembang cukup besar melihat potensi bahwa masyarakat modern ingin yang serba praktis, cepat, dan mudah.



Berikut Tabel 5.4 Tabel 5.5 adalah ramalan penjualan “*Althea Flower & Gift*” per tahun, perhitungan ini di ambil dari 60% hasil penjualan dari para pesaing “*Althea Flower &*

Gift”.

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.



Tabel 5.4
“Althea Flower & Gift”
Ramalan Penjualan Tahun 2017
(Dalam Unit)

Bulan	Jasa Rangkai Bunga				Penjualan (Per Bulan)
	Hand Bouquet	Standing Flower	Table Flower	Flower Box	
Januari	29	16	14	16	75
Febuari	36	14	17	18	85
Maret	30	12	17	14	73
April	32	13	14	13	72
Mei	27	12	11	14	64
Juni	29	18	12	15	74
Juli	37	19	10	14	80
Agustus	29	22	14	12	77
September	33	12	13	17	75
Oktober	35	14	14	13	76
November	32	17	12	11	72
Desember	38	15	18	16	87
Total Penjualan					910

Sumber: “Althea Flower & Gift”, Data Olahan

© 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.



Hak cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis d

Tabel 5.5
“Althea Flower & Gift”
Anggaran Penjualan Tahun 2017
(Harga Rata-rata Bulanan)
(Dalam Rupiah)

Bulan	Harga				Penjualan (Per Bulan)
	Hand Bouquet	Standing Flower	Table Flower	Flower Box	
Januari	13.050.000	9,600,000	7,700,000	9,600,000	39,950,000
Februari	16,200,000	8,400,000	9,350,000	10,800,000	44,750,000
Maret	13,500,000	7,200,000	9,350,000	8,400,000	38,450,000
April	14,400,000	7,800,000	7,700,000	7,800,000	37,700,000
Mei	12,150,000	7,200,000	6,050,000	8,400,000	33,800,000
Juni	13,050,000	10,800,000	6,600,000	9,000,000	39,450,000
Juli	16,650,000	11,400,000	5,500,000	8,400,000	41,950,000
Agustus	13,050,000	13,200,000	7,700,000	7,200,000	41,150,000
September	14,850,000	7,200,000	7,150,000	10,200,000	39,400,000
Oktober	15,750,000	8,400,000	7,700,000	7,800,000	39,650,000
November	14,400,000	10,200,000	6,600,000	6,600,000	37,800,000
Desember	17,100,000	9,000,000	9,900,000	9,600,000	45,600,000
Total Penjualan					479,650,000

Sumber: “Althea Flower & Gift”, Data Olahan

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya, tulis in 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.



“*Althea Flower & Gift*” juga mengharapkan kenaikan penjualan di setiap tahunnya, dengan ramalan penjualan pada tahun 2016, “*Althea Flower & Gift*” mengharapkan kenaikan penjualan 15% di setiap tahunnya. Pada Tabel 5.6 dan Tabel 5.7 “*Althea Flower & Gift*” akan memberikan ramalan penjualan selama 5 tahun kedepan dengan kenaikan penjualan sebesar 15% di setiap tahunnya dan kenaikan harga jasa rangkaian bunga 5% di setiap tahunnya.

Table 5.6
“*Althea Flower & Gift*”
Ramalan Penjualan selama 5 tahun
(Dalam Unit)

Bulan	Jasa Rangkai Bunga				Penjualan (Per Tahun)
	Hand Bouquet	Standing Flower	Table Flower	Flower Box	
2017	398	186	166	160	910
2018	434	189	180	172	975
2019	500	218	207	198	1123
2020	575	250	239	228	1292
2021	662	287	275	263	1487

Sumber: Table 5.4, Data Olahan

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



Tabel 5.7
“Althea Flower & Gift”
Anggaran Penjualan selama 5 tahun
(Dalam Rupiah)

Tahun	Harga				Penjualan (Per Tahun)
	Hand Bouquet	Standing Flower	Table Flower	Flower Box	
2017	179.100.000	111.600.000	91.300.000	96.000.000	479,650,000
2018	205.065.500	119.070.000	103.860.000	108.360.000	536.355.000
2019	291.242.000	144.316.000	125.235.000	131.076.000	691.869.000
2020	351.828.000	173.750.000	151.765.000	158.460.000	835.803.000
2021	425.248.000	209.510.000	183.425.000	191.990.000	1.010.173.000

Sumber: Table 5.5, Data Olahan

F. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran adalah usaha mengoreksi dan selanjutnya memberi petunjuk kepada pemasar dalam melaksanakan strategi pemasaran agar pemasar selalu bertindak sesuai dengan yang telah direncanakan, sehingga dapat menghasilkan hasil yang optimal (Elsi M:2013).

Bentuk-bentuk pengendalian pemasaran mencakup:

1. Pengendalian operasional atau rencana tahunan, yaitu dengan menilai kinerja yang sedang berlangsung dengan rencana tahunan yang telah dibuat sebelumnya dan mengambil tindakan perbaikan jika perlu.
2. Pengendalian profitabilitas, yaitu dengan mengukur profitabilitas actual berdasarkan jenis produk, kelompok pelanggan, saluran distribusi, dan besaran pemesanan.



3. Pengendalian strategi, yaitu dengan memastikan apakah strategi atau rencana yang telah disusun cukup efektif dengan kondisi pasar pada saat tertentu.

Pengendalian pemasaran sangat penting untuk dilakukan karena dengan pengendalian tersebut maka tujuan perusahaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Berikut ini adalah beberapa bentuk pengendalian yang akan dilakukan oleh “*Althea Flower & Gift*”:

1. Pengendalian Operasional

“*Althea Flower & Gift*” akan melakukan pengendalian operasional dengan cara mengadakan evaluasi kerja bersama karyawan setiap minggunya. Di dalam evaluasi kerja akan membahas masalah apa yang terjadi pada hari itu dan mencoba mengatasi masalah tersebut dengan solusi agar tidak terjadi masalah yang sama. Komunikasi yang baik juga perlu dibangun oleh para karyawan agar mereka dapat melakukan layanan sesuai yang diharapkan konsumen dan sesuai SOP.

2. Pengendalian Profitabilitas

“*Althea Flower & Gift*” akan melakukan pengendalian profitabilitas dengan cara pengendalian produk, yaitu apakah produk telah memberikan kepuasan kepada konsumen atau tidak. Para karyawan langsung bertanya kepada beberapa konsumen mengenai produk yang mereka pesan apakah sudah memenuhi kepuasan mereka atau tidak, apakah ada yang kurang atau kurang pas, dan meminta masukan konsumen agar “*Althea Flower & Gift*” bisa lebih baik lagi ke depannya.

3. Pengendalian Strategi

“*Althea Flower & Gift*” akan melakukan evaluasi mengenai strategi yang telah dilakukan. Salah satu nya adalah mengevaluasi strategi promosi yang telah dilakukan apakah sudah berjalan dengan efektif atau tidak. Selain itu,

mengevaluasi fasilitas yang ada juga perlu karena jika ada fasilitas yang menurun maka hal tersebut akan mempengaruhi pelayanan kepada konsumen.

C 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