

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).

