



BAB V

RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. *Segmentation*

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214) segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar menjadi bagian yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakter, atau perilaku tertentu yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran pemasaran yang terpisah. Segmen pasar merupakan sebuah kelompok konsumen yang ketika diberi cara pemasaran yang sama, respon yang muncul akan mirip.

Lewat segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar heterogen yang besar menjadi segmen yang lebih kecil agar bisa dijangkau secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing yang unik.

Beberapa pembagian segmen pasar konsumen :

a. Segmentasi Geografis

Pada segmen ini pasar dibagi menjadi beberapa wilayah geografis seperti wilayah provinsi, desa dan kota. Wilayah yang dianggap potensial dan menguntungkan bisa dijadikan sebagai target operasi TORNADO. Perusahaan dapat beroperasi bukan hanya di satu daerah tapi juga di berbagai daerah. Segmentasi TORNADO berada di Jakarta dengan fokus utama area Tanjung Priok, Jakarta Utara. Tanjung Priok dipilih karena penulis melihat potensi bisnis yang besar terutama dibidang kuliner serta banyak perkantoran dan dekat dengan sekolah sehingga tentunya banyak pelajar dan pekerja kantoran yang dapat menjadi target konsumen dari TORNADO.

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. Segmentasi Demografis

Segmentasi ini mengelompokkan pasar menjadi beberapa variabel seperti usia dan pendapatan. Untuk kelompok usia, pasar yang dituju oleh TORNADO memiliki target konsumen dengan kisaran usia 15 - 45 tahun, dengan tingkat pendidikan SMA, SMK dan perguruan tinggi, serta yang berprofesi sebagai karyawan, wirausaha ataupun ibu rumah tangga.

Untuk kelompok pendapatan, TORNADO akan berfokus pada kelompok masyarakat kelas menengah (*middle*) dengan pendapatan berkisar Rp 3.500.000,- sampai Rp 7.000.000,-.

c. Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis dibagi dalam sejumlah kelas sosial, karakteristik personal atau *life style*. TORNADO sendiri berfokus pada segmen konsumen dengan kelas sosial menengah.

2. Targeting

Setelah melakukan evaluasi pada segmentasi pasar, TORNADO perlu menentukan target pasar yang sesuai dengan segmentasi pasar sebelumnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), Target pasar adalah kebutuhan dan karakteristik dari konsumen yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk melayaninya.

TORNADO menargetkan konsumen pria dan wanita yang berdomisili di Jakarta khususnya Tanjung Priok dengan kisaran usia 15 – 45 tahun dengan tingkat pendidikan SMA, SMK, dan perguruan tinggi, serta yang berprofesi sebagai karyawan, wirausaha, ataupun ibu rumah tangga untuk mengunjungi TORNADO untuk berfoto ataupun berkumpul bersama teman-teman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



3. *Positioning*

C *Positioning* merupakan langkah yang dilakukan setelah *segmentation* dan *targeting*. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), *Positioning* adalah penempatan merk produk kedalam pikiran konsumen.

TORNADO memosisikan *brand*-nya sebagai *café* yang berfokus menyediakan sate Jepang yang dikombinasikan dengan onigiri udak yang memiliki keunikan tersendiri dengan berbagai rasa dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan.

B. Strategi Penetapan Harga (*Pricing*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk barang atau jasa. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang dikeluarkan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa. Selanjutnya, secara umum ada tiga strategi yang dapat digunakan dalam menetapkan harga, yaitu:

1. *Customer Value – Based Pricing*

Menetapkan harga berdasarkan pada persepsi pembeli tentang nilai, bukannya pada biaya yang ditanggung oleh penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai harus dapat menawarkan kombinasi yang benar-benar tepat antara kualitas dan layanan yang bagus pada harga yang wajar. Perusahaan bukannya memotong harga untuk menandingi pesaing, tetapi memberikan pelayanan yang bernilai tambah untuk mendiferensiasikan tawaran perusahaan. Strategi ini dibagi menjadi dua:

a. *Good – Value Pricing*

Strategi ini menawarkan kombinasi kualitas dan pelayanan yang baik pada harga yang wajar.

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.



b. *Value – Added Pricing*

Pada strategi ini, daripada memotong harga agar sama dengan kompetitor, perusahaan memilih untuk menggunakan pendekatan penambahan nilai pada fitur dan pelayanan untuk membuat diferensiasi pada penawaran mereka yang kemudian akan menaikkan harga dari penawaran tersebut.

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

2. *Cost – Based Pricing*

Strategi ini meliputi penetapan harga berdasarkan biaya untuk memproduksi, distribusi, dan menjual produk ditambah dengan tingkat pengembalian untuk upaya dan resiko. Penetapan harga berdasarkan biaya, dapat dibagi lagi menjadi dua:

a. *Cost – Plus Pricing*

Strategi ini dilakukan dengan menaikkan harga dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan ke dalam biaya sebuah produk.

b. *Break – Even Analysis dan Target Profit Pricing*

Pada strategi ini perusahaan berusaha untuk menentukan harga dimana akan mencapai titik impas atau membuat target pengembalian yang dicari.

3. *Competition – Based Pricing*

Menetapkan harga berdasarkan harga-harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk ataupun jasa yang sama. Metode ini tidak selalu berarti menetapkan harga yang persis sama dengan pesaing, namun bisa pula menggunakan harga pesaing sebagai patokan atau pembanding untuk penetapan harga jasa perusahaan.

Metode penentuan harga yang digunakan oleh manajemen dari TORNADO adalah strategi penetapan harga berdasarkan nilai pelanggan dan penetapan harga berdasarkan persaingan, dimana manajemen TORNADO akan menetapkan harga dibawah pesaing langsungnya. Namun, TORNADO juga memberikan nilai tambah

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



dari pesaing seperti pengunjung dapat membeli sate Jepang yang disediakan di dalam berbagai varian rasa dan juga TORNADO menyediakan layanan bagi pengunjung yang ingin berfoto dengan baju dan payung khas Jepang (*kimono*).

Berikut ini adalah tabel penetapan harga produk TORNADO:

Tabel 5.1
Perbandingan Harga dengan Pesaing

Produk	Oppai Yakitori	Robaa Yakitori	TORNADO
Minuman	Rp 7.000 – Rp 20.000	Rp 15.000 – Rp 35.000	Rp 5.000 – Rp 20.000
Makanan	Rp 12.000 – Rp 35.000	Rp 20.000 – Rp 70.000	Rp 15.000 – Rp 35.000

Sumber : diolah oleh TORNADO

Tabel 5.2
Harga Pokok Produksi Yakitori Original
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Daging ayam (gram)	50	3.000
- Kulit ayam (gram)	50	1.000
- Kecap Manis (sdm)	3	500
- Saos Teram (sdm)	5	2.000
- Garam (gram)	0,25	50
- Bawang Putih (siung)	0,5	100
- Lada (gram)	0,5	50
- Mentega (gram)	1	100
- Mayonaise (sdt)	1	500
- Tusuk Sate	15	1.050
Total		8.350

Sumber : diolah oleh TORNADO

Tabel 5.3
Harga Pokok Produksi Yakitori Teriyaki
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Daging ayam (gram)	50	3.000
- Kulit ayam (gram)	50	1.000
- Kecap Manis (sdm)	3	500
- Kecap Asin (sdt)	1	50
- Saos Teriyaki (sdm)	5	2.000
- Garam (gram)	0,25	50
- Bawang Putih (siung)	0,5	100
- Bawang Bombay (suing)	0,05	500
- Minyak (ml)	10	50
- Air (ml)	25	10
- Lada (gram)	0,5	50
- Mentega (gram)	1	100
- Mayonaise (sdt)	1	500
- Tusuk Sate	15	1.050
Total		9.010

Sumber : diolah oleh TORNADO

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.



Tabel 5.4
Harga Pokok Produksi Yakitori Taichan
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Daging ayam (gram)	50	3.000
- Kulit ayam (gram)	50	1.000
- Cabe rawit (buah)	5	1.500
- Cabe Merah (buah)	8	1.500
- Garam (gram)	0,25	50
- Bawang Putih (siung)	0,5	100
- Minyak (ml)	10	50
- Tomat (buah)	0,5	500
- Lada (gram)	0,5	50
- Mentega (gram)	1	100
- Tusuk Sate	15	1.050
Total		8.900

Sumber : diolah oleh **TORNADO**

Tabel 5.5
Harga Pokok Produksi Onigiri Original
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Beras pulen (ml)	10	160
- Beras ketan (ml)	10	190
- Air (ml)	10	10
- Kaldu ayam (ml)	15	50
- Daun salam (lbr)	1	50
- Daun serai (lbr)	1	50
- Daun pandan (lbr)	1	50
- Rumpaut laut (lbr)	2	1000
Total		1.560

Sumber : diolah oleh **TORNADO**

Tabel 5.6
Harga Pokok Produksi Onigiri Special
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Beras pulen (ml)	10	160
- Beras ketan (ml)	10	190
- Air (ml)	10	10
- Kaldu ayam (ml)	15	50
- Daun salam (lbr)	1	50
- Daun serai (lbr)	1	50
- Daun pandan (lbr)	1	50
- Rumpaut laut (lbr)	2	1000
- Topping	2	2.000
Total		3.560

Sumber : diolah oleh **TORNADO**

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



Tabel 5.7
Harga Pokok Produksi *Potato Wedges*
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Kentang utuh (pcs)	1,5	3.300
- Mentega (sdm)	2	300
- Bubuk Kentang (sdt)	2	200
- Minyak Goreng (ml)	300	1.500
- Mayonaise (sdm)	1	1.000
- Saos Sambal (sdm)	1	200
Total		6.500

Sumber : diolah oleh TORNADO

Tabel 5.8
Harga Pokok Produksi *French Fries*
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Kentang kemasan (gram)	100	4.000
- Mentega (sdm)	2	300
- Bubuk Kentang (sdt)	2	200
- Minyak Goreng (ml)	300	1.500
- Mayonaise (sdm)	1	1.000
- Saos Sambal (sdm)	1	200
Total		7.200

Sumber : diolah oleh TORNADO

Tabel 5.9
Harga Pokok Produksi *Mi Rebus / Mi Goreng*
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Mi Instan (bks)	1	3.000
- Air (ml)	350	350
- Topping (pcs)	1	2.000
Total		5.350

Sumber : diolah oleh TORNADO

Tabel 5.10
Harga Pokok Produksi *Roti Bakar*
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Roti (<i>slice</i>)	2	3.000
- Mentega (sdt)	1	100
- Saos Caramel (sdt)	0,5	500
- Topping (pcs)	1	2.000
Total		5.600

Sumber : diolah oleh TORNADO

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



Tabel 5.11
Harga Pokok Produksi *Milk Shake*
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Bubuk <i>milk shake</i> (gram)	50	3.000
- Air (ml)	250	250
- Gula (sdm)	2	500
- Es (cube)	5	100
- <i>Whipped Cream (push)</i>	1	2.500
Total		6.350

Sumber : diolah oleh TORNADO

Tabel 5.12
Harga Pokok Produksi *Tea*
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- <i>Tea</i> (pcs)	1	250
- Air (ml)	250	250
- Gula (sdm)	2	500
- Es (cube)	5	100
Total		1.100

Sumber : diolah oleh TORNADO

Tabel 5.13
Harga Pokok Produksi *Coffee*
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Bubuk <i>coffee</i> (gram)	50	3.000
- Air (ml)	250	250
- Gula (sdm)	2	500
- Es (cube)	5	100
Total		3.850

Sumber : diolah oleh TORNADO

Tabel 5.14
Harga Pokok Produksi *Pudding*
(dalam Rupiah)

Bahan Baku	Volume	Harga
- Bubuk <i>pudding</i> (gram)	500	60.000
- Air (ml)	1500	250
- Gula (sdm)	10	2.500
- Susu kental manis (<i>cup</i>)	1	15.000
- Bubuk susu vla (bks)	1	6.000
- <i>Cup pudding</i>	30	14.250
Total per-loyang		98.000
Total per-cup		3.300

Sumber : diolah oleh TORNADO

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



Table 5.15
Rencana Penetapan Harga Makanan dan Minuman TORNADO

Nama Produk	HPP (Rupiah)	Harga Jual (Rupiah)	Mark-Up
Yakitori Original	8.350	25.000	199%
Yakitori Teriyaki	9.010	30.000	233%
Yakitori Taichan	8.900	30.000	237%
Onigiri Original	1.560	10.000	541%
Onigiri Special	3.560	15.000	321%
Potato Wedges	6.500	25.000	285%
French Fries	7.200	20.000	178%
Mi Goreng / Rebus	5.350	15.000	180%
Roti Bakar	5.600	15.000	168%
Milk Shake	6.350	20.000	215%
Tea	1.100	8.000	627%
Coffee	3.850	15.000	290%
Pudding	3.300	10.000	203%

Sumber : diolah oleh TORNADO berdasarkan tabel 5.2 sampai 5.14

C. Distribusi (*Placing*)

Distribusi memegang peranan penting dalam menjamin ketersediaan kebutuhan suatu produk, tanpa adanya saluran distribusi produsen akan menjadi sulit untuk memasarkan produknya dan konsumen pun akan kesulitan dalam mendapatkan, menggunakan dan menikmati produk atau jasa mereka.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:367), perusahaan mendesain saluran distribusi untuk membuat produk dan jasa mereka tersedia bagi konsumen dengan cara yang berbeda-beda. Setiap lapisan atau tingkatan dari perantara pemasaran yang berusaha untuk membuat produk dan kepemilikannya lebih dekat dengan pembeli akhir disebut *channel level*. Bila dilihat dari penjelasan tersebut, maka *channel level* dapat diartikan sebagai saluran distribusi dimana sekumpulan organisasi yang bergantung dan terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Terdapat beberapa tipe *channel level* atau saluran distribusi, yaitu:

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.



1. *Zero level Channel*

Produsen menjual langsung ke konsumen akhir tanpa perantara.

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

2. *One Level Channel*

Penjualan melalui satu perantara penjualan seperti pengecer. Di dalam pasar konsumsi, perantara ini merupakan pedagang besar atau grosir, sedangkan dalam pasar industri mereka merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

3. *Two Level Channel*

Mempunyai dua perantara penjualan. Di dalam pasar konsumsi, mereka merupakan pedagang besar atau grosir dan sekaligus pengecer, sedangkan dalam pasar industri mereka merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

4. *Three Level Channel*

Penjualan yang mempunyai level tiga perantara, yaitu pedagang besar (grosir), pemborong, dan pengecer.

Gambar 5.1
Saluran distribusi TORNADO



Sumber: TORNADO

Saluran distribusi yang digunakan oleh TORNADO adalah *zero level channel*. Dimana antara produsen dengan konsumen akhir tidak terdapat perantara karena TORNADO melakukan penyaluran produk langsung kepada konsumen akhir.

D. Promosi (*Promotion*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:368), yang dimaksud dengan promosi adalah berbagai kumpulan alat-alat intensif yang sebagian besar berjangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih

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.



cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya komunikasi pemasaran dimana perusahaan dapat membuat percakapan dan membangun relasi dengan konsumen. Berikut adalah strategi promosi yang digunakan *TORNADO* :

1. Media Sosial

Media sosial digunakan sebagai salah satu alat promosi utama *TORNADO* karena rata – rata masyarakat hari ini aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari – hari untuk sekedar melihat berita, berkomunikasi, belanja *online* hingga mencari info-info terkait tempat baru yang sedang *hits* dikunjungi. Adapun sosial media yang digunakan adalah *Instagram, Whatsapp, Line* , dan *E-mail*. Besarnya penggunaan sosial media ini berpengaruh besar dalam promosi *TORNADO*. Dalam perencanaannya, *TORNADO* akan fokus menggunakan *Instagram* untuk membagikan informasi terkait *daily activities*, promosi yang berlaku, serta daftar produk yang disajikan karena *Instagram* merupakan sosial media yang paling banyak di akses semua kalangan saat ini yang menjadi target konsumen dari *TORNADO*.

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

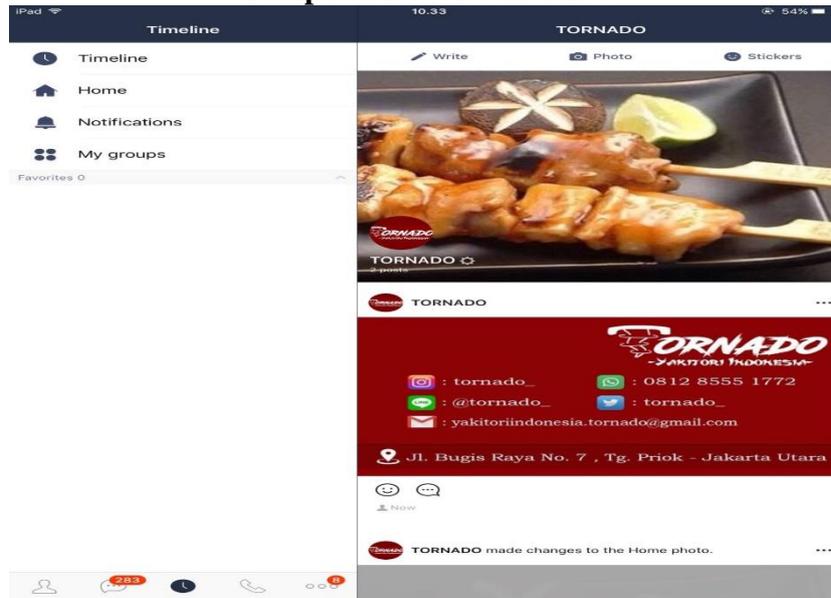
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Gambar 5.2
Tampilan *Line* TORNADO



Sumber : TORNADO

Gambar 5.3
Tampilan *Instagram* TORNADO



Sumber : TORNADO

© 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. *Photo Session*

TORNADO menyediakan 1x sesi foto gratis untuk pelanggan dengan menggunakan polaroid yang hasil fotonya langsung dapat dicetak, dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

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

3. *Endorse / Paid Promote / Mengundang Para Seleb*

TORNADO akan mengendorse, melakukan paid promote atau mengundang para *seleb* (*selebgram, selebask, selebtwit, youtuber* dll) untuk mempromosikan TORNADO dengan memfoto produk dari TORNADO dan memberikan *review* baik secara tertulis ataupun secara online lewat media sosial seperti *Instagram*, *twitter, blog* ataupun *vlog* sehingga akan menarik konsumen untuk berkunjung ke TORNADO.

4. *Monthly Promotion*

Setiap bulannya TORNADO akan membuat promosi menarik baik berupa potongan harga atau bonus produk kepada pengunjung untuk meningkatkan penjualan dimana promosi ini berlaku selama 5 hari *random* setiap bulannya.

5. *Stamp Coupon*

Membuat kupon stamp pembelian, agar menarik orang untuk membeli secara berkala, dengan mengumpulkan 10 stamp akan mendapatkan 1 porsi gratis sate Jepang dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

6. *Business Card*

Didalam dunia bisnis atau dunia kerja, *business card* merupakan sarana paling tepat, efektif dan efisien untuk merangkai dan memuat berbagai informasi tentang bisnis atau usaha. Dengan *business card* juga akan memunculkan kesan

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.

baik ataupun kepercayaan profesionalisme dibanding hanya menyebutkan sebatas

C angka nomor telepon.

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.

Gambar 5.4
Tampilan *Business Card* TORNADO



Sumber : TORNADO

E Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan sangat berguna bagi TORNADO 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 mengenai ramalan penjualan produk minuman dan makanan TORNADO selama tahun 2017.



Tabel 5.16
Ramalan Penjualan Produk Minuman Tahun 2018

Minuman		Mineral Water (botol)	Soft Drink (botol)	Milk Shake (gelas)	Teh (gelas)	Coffee (gelas)	Total Per Bulan
		Jan	X	X	X	X	X
	Feb	X	X	X	X	X	X
T	Mar	X	X	X	X	X	X
A	April	X	X	X	X	X	X
H	Mei	X	X	X	X	X	X
U	Juni	X	X	X	X	X	X
N	Juli	X	X	X	X	X	X
2	Agts	370	350	400	700	400	2220
0	Sept	389	368	420	735	420	2331
1	Okt	408	386	441	772	441	2448
7	Nov	428	405	463	810	463	2570
	Des	450	425	486	851	486	2698
	Total Per Tahun	2044	1934	2210	3868	2210	12267

Sumber : TORNADO

Tabel 5.17
Ramalan Penjualan Produk Makanan Tahun 2018
(Porsi)

Makanan		Sate Jepang	Onigiri	Potato Wedges	French Fries	Mi	Dessert	Total Per Bulan
		Jan	X	X	X	X	X	X
	Feb	X	X	X	X	X	X	X
T	Mar	X	X	X	X	X	X	X
A	April	X	X	X	X	X	X	X
H	Mei	X	X	X	X	X	X	X
U	Juni	X	X	X	X	X	X	X
N	Juli	X	X	X	X	X	X	X
2	Agts	1200	450	350	300	330	250	2880
0	Sept	1260	473	368	315	347	263	3024
1	Okt	1323	496	386	331	364	276	3175
7	Nov	1389	521	405	347	382	289	3334
	Des	1459	547	425	365	401	304	3501
	Total Per Tahun	6631	2487	1934	1658	1823	1381	15914

Sumber : TORNADO

© 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.



Tabel 5.18
Ramalan Penjualan TORNADO Tahun 2018-2022

1. Produk	2018			2019			2020			2021			2022		
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total
Minuman															
<i>Mineral Water</i>	2044	Rp 5,000	Rp 10,222,418	5152	Rp 6,000	Rp 30,912,591	5513	Rp 6,500	Rp 35,832,846	6064	Rp 7,000	Rp 42,448,140	6670	Rp 8,000	Rp 53,363,376
<i>Soft Drink</i>	1934	Rp 10,000	Rp 19,339,709	4874	Rp 12,000	Rp 58,483,281	5215	Rp 13,500	Rp 70,399,250	5736	Rp 14,000	Rp 80,307,292	6310	Rp 15,000	Rp 94,647,880
<i>Milk Shake</i>	2210	Rp 20,000	Rp 44,205,050	5570	Rp 22,000	Rp 122,536,399	5960	Rp 23,500	Rp 140,053,534	6556	Rp 24,000	Rp 157,336,736	7211	Rp 25,000	Rp 180,281,676
<i>Tea</i>	3868	Rp 8,000	Rp 30,943,535	9747	Rp 10,000	Rp 97,472,135	10430	Rp 11,000	Rp 114,724,703	11472	Rp 12,000	Rp 137,669,644	12620	Rp 13,000	Rp 164,056,326
<i>Coffee</i>	2210	Rp 15,000	Rp 33,153,788	5570	Rp 17,000	Rp 94,687,217	5960	Rp 18,000	Rp 107,275,047	6556	Rp 19,000	Rp 124,558,249	7211	Rp 20,000	Rp 144,225,341
SUBTOTAL			Rp 137,864,500			Rp 404,091,624			Rp 468,285,379			Rp 542,320,061			Rp 636,574,600
Makanan															
<i>Sate Jepang Original</i>	1989	Rp 25,000	Rp 49,730,681	5013	Rp 27,000	Rp 135,347,022	5364	Rp 28,000	Rp 150,185,066	5900	Rp 29,000	Rp 171,103,700	6490	Rp 30,000	Rp 194,704,211
<i>Sate Jepang Basa</i>	4642	Rp 30,000	Rp 139,245,908	11697	Rp 32,000	Rp 374,292,999	12515	Rp 33,000	Rp 413,008,931	13767	Rp 34,000	Rp 468,076,789	15144	Rp 35,000	Rp 530,028,129
<i>Onigiri Original</i>	746	Rp 10,000	Rp 7,459,602	1880	Rp 12,000	Rp 22,557,837	2011	Rp 13,000	Rp 26,148,293	2213	Rp 14,000	Rp 30,975,670	2434	Rp 15,000	Rp 36,507,039
<i>Onigiri Special</i>	1741	Rp 15,000	Rp 26,108,608	4386	Rp 17,000	Rp 74,566,183	4693	Rp 18,000	Rp 84,479,100	5163	Rp 19,000	Rp 98,089,621	5679	Rp 20,000	Rp 113,577,456
<i>Potato Wedges</i>	1934	Rp 25,000	Rp 48,349,273	4874	Rp 27,000	Rp 131,587,383	5215	Rp 28,000	Rp 146,013,259	5736	Rp 29,000	Rp 166,350,820	6310	Rp 30,000	Rp 189,295,760
<i>French Fries</i>	1658	Rp 20,000	Rp 33,153,788	4177	Rp 22,000	Rp 91,902,299	4470	Rp 23,000	Rp 102,805,254	4917	Rp 24,000	Rp 118,002,552	5408	Rp 25,000	Rp 135,211,257
<i>Mi</i>	1823	Rp 15,000	Rp 27,351,875	4595	Rp 17,000	Rp 78,116,954	4917	Rp 18,000	Rp 88,501,914	5408	Rp 19,000	Rp 102,760,556	5949	Rp 20,000	Rp 118,985,906
<i>Roti Bakar</i>	691	Rp 15,000	Rp 10,360,559	1741	Rp 17,000	Rp 29,589,755	1862	Rp 18,000	Rp 33,523,452	2049	Rp 19,000	Rp 38,924,453	2254	Rp 20,000	Rp 45,070,419
<i>Dessert</i>	691	Rp 10,000	Rp 6,907,039	1741	Rp 12,000	Rp 20,886,886	1862	Rp 13,000	Rp 24,211,382	2049	Rp 14,000	Rp 28,681,176	2254	Rp 15,000	Rp 33,802,814
SUBTOTAL			Rp 348,667,332			Rp 958,847,319			Rp 1,068,876,650			Rp 1,222,965,336			Rp 1,397,182,992
TOTAL			Rp486,531,832			Rp 1,362,938,943			Rp 1,537,162,030			Rp 1,765,285,397			Rp 2,033,757,592

Sumber: diolah oleh TORNADO

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

Institut Bisnis Kwik Kian Gie (Indonesian Business School)



Dilihat dari tabel 5.18 di atas menampilkan ramalan penjualan TORNADO pada tahun 2018 hingga tahun 2022.

Asumsi :

1. Unit terjual diperhitungkan berdasarkan hari *weekday* dan hari *weekend* dimana saat *weekend* unit terjual bisa mencapai kenaikan sebesar 50% dari hari *weekday*. Jam operasional TORNADO dimulai pukul 10.00 pagi hingga pukul 10.00 malam.
2. Penjualan pada tahun 2018 terhitung hanya untuk 5 bulan. Kemudian unit terjual di awal tahun 2019 dimulai dengan angka unit penjualan terakhir di bulan desember 2018 dengan kenaikan 5% secara konstan di bulan berikutnya karena TORNADO masih tergolong ke tahap pengenalan sehingga belum terjadi pertumbuhan penjualan secara signifikan. Pada tahun 2020 terjadi kenaikan 7% dari tahun 2019 dilanjutkan dengan pertumbuhan 10% setiap tahunnya dari tahun 2021-2022 karena bisnis telah berkembang dan loyalitas konsumen sudah terbentuk.
3. Pada setiap tahunnya penjualan akan mengalami penurunan antara bulan Juli atau Agustus karena adanya ibadah puasa sehingga tingkat konsumsi menurun terutama dari sektor konsumen yang beragama Muslim.

F. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran merupakan dasar yang penting bagi keberhasilan usaha dibidang pemasaran. Keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada keputusan yang dibuat, baik mengenai perencanaan, kegiatan, maupun pelaksanaan kegiatan dan pengendaliannya. Perencanaan pemasaran merupakan penentuan langkah-langkah kegiatan yang dilakukan dalam bidang pemasaran untuk jangka waktu tertentu di masa yang akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang

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.



diharapkan. TORNADO menentukan beberapa pengendalian pemasaran, yaitu sebagai berikut:

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. Pengendalian *Customer Service*

Hal ini dibutuhkan untuk menjaga konsistensi pelayanan TORNADO terhadap pelanggan, agar pelanggan merasa nyaman ketika berkunjung ke TORNADO. Semua karyawan yang bekerja sudah melakukan *training* terlebih dahulu mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan, produk dan prosedur yang ada.

2. *Feedback* dari Pelanggan

Feedback dari pelanggan merupakan alat pengendalian dari kinerja pelayanan serta kualitas produk yang diberikan dengan cara membuka layanan *feedback* melalui aplikasi komunikasi di handphone seperti *E-mail*, *LINE* dan *WhatsApp* agar dapat langsung menangani keluhan, saran dan *feedback* dari pelanggan yang akan diproses setiap bulannya untuk dilakukan evaluasi dan penanganan lebih lanjut agar terjadi peningkatan kualitas produk dan layanan.

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.