



BAB V

RENCANA PEMASARAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang rencana pemasaran yang akan digunakan oleh Sinar Surya untuk dapat bersaing di lingkungan bisnis yang penuh tantangan dan fluktuatif. Strategi–strategi dan ketentuan ini rencana pemasaran ini dibuat dengan berbagai macam pertimbangan yang matang dan juga dengan membandingkan langsung kondisi di pasar agar rencana pemasaran ini benar–benar tepat sasaran, dan juga dapat berguna bagi perkembangan perusahaan Sinar Surya ini. Sehingga akan banyak konsumen yang berdatangan untuk membeli jasa yang kami tawarkan.

Oleh sebab itu untuk mencapai semua yang dibutuhkan itu, memerlukan perencanaan pemasaran yang benar–benar tepat. Perencanaan pemasaran digunakan untuk menuntun pengusaha agar tetap mengarahkan usahanya pada pencapaian tujuan yang telah direncanakan. Penetapan tujuan pemasaran berguna untuk menuntun dan menjaga kegiatan pemasaran sesuai dengan arah dan tujuan yang disepakati. Seperti apakah kegiatan pemasaran tersebut benar-benar telah menjalankan tugasnya dengan baik, disusun berdasarkan potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta telah mempertimbangkan perubahan yang terjadi di masa yang akan datang.

A. Produk

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:248) produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, digunakan, atau konsumsi yang mungkin akan memuaskan keinginan atau kebutuhan”

Sinar Surya *Construction* adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembangunan rumah, berupa pembangunan maupun renovasi–renovasi yang menggunakan



bahan–bahan bangunan yang berkualitas dan sesuai dengan standarisasi serta memiliki tukang–tukang bangunan yang telah lama bekerja dibidang tersebut sehingga untuk hasil rumah yang dibangun tidak perlu diragukan lagi hasilnya.

Semua jasa yang ditawarkan Sinar Surya *Construction* tentunya ditujukan kepada para pemilik rumah yang ingin memiliki rumah idaman yang indah dan pastinya akan nyaman bila menetap disana. Dalam melakukan jasa yang kami tawaran, rumah yang dibangun akan dirancang agar benar–benar nyaman, dan sesuai keinginan konsumen. Sehingga konsumen akan merasa nyaman serta tata letak ruangan yang kami susun akan kami buat se- strategis mungkin agar penempatan luas ruangan tepat sehingga tidak ada tempat yang terbuang sia–sia. Serta dengan pengukuran yang tepat akan membuat bangunan berdiri dengan kokoh atau kuat.

Contoh jasa yang kami tawarkan adalah berikut ini:

1. **Pembangunan awal:** Pembangunan awal ini adalah kegiatan pembangunan yang berlangsung mulai dari kondisi tanah kosong dan akan dibangun rumah sesuai bentuk yang telah disepakati bersama.
2. **Renovasi total:** Pembangunan renovasi total adalah kegiatan pembangunan yang berlangsung dari kondisi rumah lama yang sudah ada kemudian akan dibentuk menjadi rumah baru tetapi bentuk dan posisi benar – benar berubah.
3. **Renovasi ringan:** Pembangunan renovasi ringan adalah kegiatan pembangunan yang dilakukan untuk mengerjakan masalah–masalah kecil, dan tidak akan merubah bentuk, contohnya adalah perbaikan atap bocor, penyekatan kamar dan lain sebagainya.

Hak cipta milik IBI IKKG (G) 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.



B. Harga

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:314) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, jumlah nilai yang pelanggan perlukan untuk manfaa memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Berbagai jasa layanan yang ditawarkan Sinar Surya *Construction* yaitu jasa pembangunan rumah dan dengan adanya pesaing lain yang ikut serta dalam lingkungan bisnis, maka Sinar Surya telah menetapkan harga yang tepat. Harga yang tepat itu adalah yang sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan dan hasil yang memuaskan, serta harga itu bisa menarik konsumen dari pesaing – pesaing yang lain.

Faktor-faktor yang dipertimbangkan pada saat menetapkan harga dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value-based pricing*)

Penetapan harga berdasarkan nilai maksudnya adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan yang menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran kompetitif yang berbeda-beda. Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai yaitu:

a. Penetapan harga dengan nilai yang baik

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

b. Penetapan harga dengan nilai tambah

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



2. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-based pricing*)

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:319) pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko. Terdapat dua pendekatan yaitu *cost plus pricing* dengan menambah *markup* standard untuk biaya produk.

Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan *markup*, berikut adalah rumus untuk menentukan harga Kotler (2012:321):

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

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

3. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition-based pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan diatas maka Sinar Surya *Construction* menggunakan penetapan harga berdasarkan persaingan. Melihat kondisi pesaing yang sudah banyak, maka kami memutuskan untuk menarik konsumen dengan menawarkan harga yang bisa dibilang murah disbanding dengan para pesaing lainnya. Sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk mencoba jasa yang kami tawarkan.

Demikian kami rincikan harga-harga pada setiap jasa yang kami tawarkan:

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 5.1
Harga Jasa Sinar Surya Construction

Jasa	Harga (Rp)
Pembangunan Awal	3.500.000,00 / m ²
Renovasi Total	3.500.000,00 / m ²
Renovasi Ringan	Sesuai keadaan

Sumber : Sinar Surya Construction

Untuk harga jasa layanan Pembangunan awal dan Renovasi total maka penghitungannya adalah luas bangunan yang akan dibangun yaitu panjang bangunan dikali dengan lebar bangunan dikalikan pada harga Rp. 3.500.000,00, itulah total biaya yang akan dibayarkan konsumen pada perusahaan Sinar Surya Construction.

Khusus untuk jasa renovasi ringan seperti yang tertera pada tabel diatas, harga belum bisa ditentukan karena belum tahu kondisi rumah dan apa saja yang akan diperbaiki.

Tetapi secara garis besarnya penghitungannya adalah melihat dari kondisi rumah yang akan diperbaiki, seberapa banyak yang akan diperbaiki dan berapa banyak bahan yang akan digunakan ditambah dengan jasa tukang yang dipekerjakan, berapa hari kira – kira penyelesaian perbaikan tersebut dan berapa banyak tukang yang akan dipakai, dan ditambah ongkos untuk jasa kami biasa kisaran 20%–30% kami akan mengambil keuntungan, demikian hasil ketiga tersebut harga yang akan dibayarkan oleh konsumen.

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



C. Distribusi

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:365) distribusi atau jaringan marketing adalah seperangkat organisasi saling tergantung yang membantu suatu produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen pengguna atau bisnis.

Saluran pemasaran dibagi menjadi dua yaitu:

1. Saluran pemasaran langsung

Saluran pemasaran yang tidak memiliki tingkat perantara, perusahaan menjual secara langsung kepada konsumen.

2. Saluran pemasaran tidak langsung

Saluran pemasaran yang memiliki satu atau beberapa perantara.

Selain itu, terdapat pula beberapa tipe saluran distribusi, yaitu:

1. *Zero Level Channel*

Saluran distribusi bentuk ini hanya terdiri dari produsen dan konsumen akhir, sehingga tidak terdapat perantara diantara mereka. Penyaluran dilakukan secara langsung oleh pelaku usaha kepada pelanggan.

2. *One Level Channel*

Saluran distribusi bentuk ini memiliki satu perantara, misalnya saja pengecer. Pada pasar konsumsi perantaranya merupakan pedagang berskala besar ataupun grosir, sedangkan pada pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur industri.

3. *Two Level Channel*

Terdapat dua perantara penjualan pada saluran distribusi bentuk ini. Di dalam pasar konsumsi, perantara merupakan pedagang besar atau grosir dan sekaligus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



pengecer. Sedangkan dalam pasar industri, biasanya merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

C

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

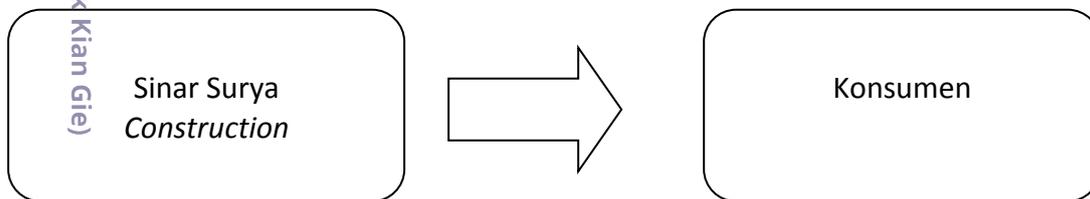
4. *Three Level Channel*

Saluran distribusi bentuk ini memiliki tiga perantara, yaitu pedagang besar (grosir), pemborong serta pengecer.

Berdasarkan teori diatas maka Sinar Surya *Construction* menggunakan tipe saluran distribusi *Zero Level Channel*, karena dalam penyediaan jasa layanan pembangunan rumah ini kami langsung menawarkan pada konsumen akhir tanpa menggunakan perantara. Kami lebih memfokuskan pada konsumen secara langsung.

Gambar 5.1

Saluran Distribusi



Sumber: Sinar Surya *Construction* 2015

D. Promosi

Promosi adalah salah satu kegiatan utama dalam suatu bisnis. Dengan rencana promosi yang matang dan tepat akan sangat berguna untuk meningkatkan keuntungan suatu usaha. Promosi adalah kegiatan komunikasi untuk memperkenalkan suatu perusahaan beserta jasa ataupun produk yang ditawarkan. Menurut Buchari Alma (2011:179) promosi adalah “sejenis komunikasi yang member penjelasan yang menyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.”

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.



Berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan suatu organisasi disebut bauran komunikasi pemasaran (*marketing communications mix*), menurut

Ⓢ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Kotler dan Armstrong (2012:432) terdiri dari:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Periklanan (*Advertising*)
Bentuk pembayaran dari presentasi bukan perseorangan dan promosi dari ide-ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang terkait.
2. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)
Presentasi perorangan oleh penjual yang bertujuan untuk menciptakan penjualan dan membentuk hubungan dengan konsumen.
3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
Insentif jangka pendek untuk mendukung pembelian atau penjualan dari sebuah barang atau jasa.
4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)
Membangun hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar perusahaan, membangun pandangan masyarakat terhadap perusahaan, dan menangani rumor-rumor yang tidak menguntungkan bagi perusahaan, cerita atau kejadian-kejadian
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)
Berhubungan langsung dengan konsumen untuk mendapatkan respon langsung serta hubungan dengan konsumen yang berlangsung lama.

Dari teori yang dijelaskan diatas, maka Sinar Surya *Construction* memutuskan untuk menggunakan beberapa teknik promosi sebagai berikut:

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. *Word of Mouth*

Promosi melalui mulut ke mulut adalah salah satu cara promosi yang sangat cukup efektif untuk menggaet konsumen. Selain sangat efektif strategi ini tidak memakan biaya, karena hanya dari pengalaman seseorang terhadap produk atau jasa kita. Kami memilih strategi ini karena alasan yang disebutkan di atas juga karena dalam bisnis jasa pembangunan rumah ini sangat memerlukan kepercayaan yang sangat tinggi, maka untuk awal mula bisnis ini kita sangat mengharapkan bantuan dari promosi ini. Mulai dari saudara–saudara atau teman–teman dekat untuk mempromoskan bisnis Sinar Surya *Construction* ini. Selanjutnya juga sangat dibutuhkan promosi mulut ke mulut dari para konsumen yang telah menerima jasa kami, untuk mempromosikannya lagi ke orang yang ia kenal karena pengalaman bersama perusahaan kami yang memuaskan dan menyenangkan konsumen tersebut.

2. Website/ Blog

Dalam promosi yang satu ini sangat penting karena dapat menjangkau konsumen secara luas, sehingga akan sangat menguntungkan kita untuk memperkenalkan perusahaan kita. Dalam hal ini website yang akan dibuat oleh Sinar Surya *Construction* untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang perusahaan ini dan menjelaskan apa jasa yang dilakukan, serta untuk memamerkan hasil–hasil jasa yang telah dikerjakan oleh perusahaan kami. Sehingga konsumen bisa menilai sendiri bagaimana hasil kerja kami, serta menegaskan bahwa kami telah memiliki banyak pengalaman pekerjaan yang dapat menambah keyakinan para konsumen.

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.



Tabel 5.2

Biaya Pembuatan Website

Fasilitas	Harga (Rp)
Web Space/Bandwidth 400MB/40GB	1.500.000,00
Standard Design	
Unlimited Post	
Free 3 eMail	
20 Days Support	
Renewal 500.000/Tahun	

Sumber: <http://www.zituz.com/>

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Flyer

Dalam memperkenalkan perusahaan kami yang masih terbilang sangat baru maka peran flyer ini sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan pada masyarakat banyak, tentang kemunculan perusahaan kami, serta mengenalkan jasa apa yang kami tawarkan sehingga akan sangat banyak orang yang mengetahui dan memakai jasa kami. Flyer ini akan disebar diseluruh wilayah yang menjadi jangkauan usaha kami, melalui penyebaran di jalan-jalan, perumahan, serta perkantoran sehingga akan semakin banyak yang mengenal jasa kami.

Tabel 5.3

Harga Pembuatan Flyer

Detail Produk : Flyer 120 gsm	Order 50000 Harga Rp 95,- /lembar
Jenis Kertas : Art/Matt Paper 120 gsm	Order 30000 Harga Rp 102 ,- /lembar
Ukuran : 20 x 10 cm	Order 20000 Harga Rp 110 ,- /lembar
Cetak : Full Color 1 sisi	Order 10000 Harga Rp 125 ,- /lembar
Finishing : -	Order 5000 Harga Rp 200,-/lembar
	Order 3000 Harga Rp 260,-/lembar

Sumber: <http://percetakan.blogdetik.com/>



Dari data diatas kami akan mencetak sebanyak 50.000 lembar sehingga harga perlembarnya adalah Rp. 95,- jadi total biaya adalah Rp. 4.750.000,00

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

4. Pemasangan Spanduk

Untuk strategi promosi selanjutnya akan menggunakan pemasangan spanduk agar lebih jelas terlihat oleh orang banyak, ini juga salah satu strategi yang terbilang menarik perhatian masyarakat banyak dalam memperkenalkan perusahaan kami.

Harga/meter: Rp. 13.000 (minimum order 15 pcs)

Biaya Produksi : 7m x Rp. 13.000 = Rp.91.000,-

Biaya Pemasangan Spanduk: Rp. 35.000,-

Sumber: <http://brainwareadv.com/spanduk-murah/>

Sehingga total biaya yang akna dikeluarkan untuk pemasangan spanduk adalah Rp.566.000.000

5. Media sosial

Media social pada masa–masa sekarang ini sedang sangat digemari banyak kalangan, tidak hanya dari kalangan muda tetapi orang tua pun masih memainkan media social hingga anak–anak yang masih kecilpun senang memainkan media social. Sehingga promosi di dalam media social termasuk yang menguntungkan karena tidak menggunakan biaya hanya cukup *maintainance* akan membawa dampak yang cukup baik. Salah satu media yang akan digunakan Sinar Surya *Construction* adalah Instagram, Facebook, BBM, Line dan Path.

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.



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.

6. Promosi Penjualan

Salah satu promosi yang akan kita buat untuk menarik keinginan konsumen untuk memakai jasa kami adalah dengan system pengundian. Jadi setiap konsumen yang membangun rumah atau renovasi akan mendapat kupon yang diisi untuk ikut undian yang berhadiah *Handphone* terbaru. Sehingga akan semakin menambah kemauan untuk menggunakan jasa kami. Setiap tipe jasa layanan akan mendapat kupon yang berbeda-beda, untuk pembangunan awal maupun renovasi total akan mendapatkan kupon yang lebih banyak dibandingkan dengan renovasi ringan. Untuk pengundian akan dilaksanakan setiap 6 bulan sekali dengan satu hadiah. Total biaya yang dikeluarkan sekitar Rp. 10.000.000 per tahun jadi kisaran harga Hp-nya Rp.5.000.000

7. Cetak kartu nama

Salah satu promosi yang dilakukan adalah dengan pembuatan kartu nama, dengan penyebaran dan penyerahan kartu nama kepada orang-orang akan memberikan kesan yang cukup baik bagi perusahaan, serta orang akan menyimpan dan bila sewaktu-waktu butuh bisa mencari telepon kita di kartu nama tersebut. Untuk biaya cetak kartu nama sebagai berikut:

Tabel 5.4
Harga Pembuatan Kartu Nama

Bahan	1 sisi /box (Rupiah)	2 sisi/box (Rupiah)
Laminating glossy	60.000	85.000

Sumber: <http://tokokartunama.com/daftar-harga-kartunama>

Untuk ini penulis memilih yang berbahan laminating glossy untuk menjaga kartu nama tetap tersimpan baik dan tidak cepat rusak sehingga selain tetap bisa terlihat baik oleh konsumen, serta menjaga *image* perusahaan dengan kartu nama yang berkualitas. Akan mencetak sebanyak 5 box 1 sisi total biaya dikeluarkan adalah Rp. 300.000



8. Pembuatan sticker mobil

Dalam promosi kali ini penulis akan mencetak sticker yang akan ditempelkan di mobil tepatnya pada kaca belakang, dengan menggunakan mobil pribadi penulis sebagai objek pemasarannya. Oleh sebab itu biaya hanya dikenakan untuk pembuatan sticker, pemasaran ini lebih murah dan lebih menyebar kemana-mana tempat penulis akan lewati.

Tabel 5.5
Harga Pembuatan Sticker

Ukuran	Harga (Rupiah)
100cmx 80cm	120.000

Sumber: <https://unicornrdprinting.wordpress.com/oneway-stiker/>

Untuk sticker ini penulis akan mencetak sebanyak dua sticker yang akan ditempelkan pada mobil pribadi penulis, serta satu lagi akan ditempelkan pada mobil orang tua penulis yang digunakan untuk pekerjaan kantor sehingga akan berputar-putar ke banyak daerah. Total biaya yang dikeluarkan adalah Rp.240.000

9. Branding angkutan umum

Pemasaran melalui sarana angkutan umum menjadi salah satu yang terbaik, karena jangkauannya yang luas serta biaya yang dikeluarkan tidak semahal promosi-promosi melalui media lain seperti televisi dan lainnya yang harganya bisa kita ketahui sangat tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



Tabel 5.6
Harga Branding di Angkutan Umum

Waktu	Harga (Rupiah)
1 bulan (sudah termasuk sticker, jasa pasang, dan sewa space selama 1 bulan)	300.000

Sumber: <http://brandingangkutanumum.blogspot.com/>

Melalui pemasaran ini Sinar Surya *Construction* akan menggunakan dua jasa angkutan umum selama satu tahun penuh, sehingga total biaya yang akan dikeluarkan sebesar Rp.7.200.000

E. Ramalan Penjualan

Menurut Leonardus Saiman (2009:221) ramalan penjualan adalah ramalan seberapa banyak (dalam unit atau satuan uang) atas produk atau jasa yang akan dibeli dalam suatu pasar selama periode waktu tertentu.

Pada masa-masa saat sekarang ini seperti yang kita ketahui keadaan dan gaya hidup masyarakat yang serba cepat menyebabkan kesibukan yang luar biasa dialami oleh para masyarakat terutama untuk orang-orang yang bekerja. Mereka sama sekali tidak memiliki waktu untuk hal lainnya karena kesibukannya. Disamping itu rumah mereka akan selalu membutuhkan perawatan karena semakin bertambahnya waktu, dan juga perlu pembangunan untuk merubah atau menambah luas rumah karena bertambahnya kebutuhan didalam rumah, tetapi dikarenakan kesibukan yang sangat banyak menyebabkan kesulitan bagi para konsumen untuk membangun rumah mereka. Mulai dari tidak ada waktu, tidak memiliki kenalan tukang bangunan, serta untuk pemesanan bahan-bahan digunakan. Serta kurangnya

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



kepercayaan bila hanya menyerahkan semata-mata kepada tukang. Disinilah Sinar Surya *Construction* hadir untuk memenuhi kebutuhan para konsumen tersebut.

Sehingga konsumen tidak usah repot-repot dalam pengurusan renovasi total ataupun perbaikan-perbaikan rumah, kami akan mengurus segala keperluan rumah anda tanpa perlu mengganggu jam kerja anda. Seluruh kegiatan mulai dari tukang, pemesanan bahan-bahan, seluruhnya akan menjadi tanggung jawab kami hingga rumah anda jadi utuh ataupun selesai pada perbaikan.

Berikut proyeksi penjualan Sinar Surya *Construction*:

Tabel 5.7

Proyeksi Penjualan Pembangunan Awal dan Renovasi Total

Bulan	Total bangunan	2016		2017		2018		2019		2020	
		Pendapatan (RP)	Total bangunan	Pendapatan (RP)	Total bangunan	Pendapatan (RP)	Total bangunan	Pendapatan (RP)	Total bangunan	Pendapatan (RP)	
Januari	1	-	1	404,250,000	1	404,250,000	1	404,250,000	1	404,250,000	
Februari	1	404,250,000	-	-	-	-	-	-	1	404,250,000	
Maret	1	-	-	-	-	-	1	404,250,000	-	-	
April	1	-	-	-	1	404,250,000	-	-	1	404,250,000	
Mei	1	-	1	404,250,000	1	404,250,000	1	404,250,000	1	404,250,000	
Juni	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Juli	1	404,250,000	-	-	-	-	-	-	1	404,250,000	
Agustus	1	-	-	-	-	-	1	404,250,000	-	-	
September	1	-	1	404,250,000	-	-	-	-	-	-	
Oktober	1	-	-	-	1	404,250,000	1	404,250,000	1	404,250,000	
November	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Desember	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Total	2	808,500,000	3	1,212,750,000	4	1,617,000,000	5	2,021,250,000	6	2,425,500,000	

Sumber: Sinar Surya *Construction* 2015

Seperti yang kita lihat pada tabel 5.4 diatas proyeksi penjualan Sinar Surya *Construction* diatas bisa kita lihat, penjualan dari tahun ke tahun terus meningkat dan pada tahun 2018 terjadi penurunan dikarenakan keadaan lingkungan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah
a. Penugutan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah
b. Penugutan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



fluktuasi sehingga permintaan menurun. Tetapi keadaan kembali meningkat pada tahun 2019. Hasil penghitungan itu berdasarkan dari lampiran.

Tabel 5.8
Proyeksi Penjualan Renovasi Ringan

Bulan	2016		2017		2018		2019		2020	
	Total bangunan	Pendapatan (RP)	Total bangunan	Pendapatan (RP)	Total bangunan	Pendapatan (RP)	Total bangunan	Pendapatan (RP)	Total bangunan	Pendapatan (RP)
Januari	1	16,000,000	-	-	1	16,000,000	1	16,000,000	2	32,000,000
Februari	-	-	1	16,000,000	1	16,000,000	1	16,000,000	-	-
Maret	1	16,000,000	-	-	1	16,000,000	-	-	2	32,000,000
April	-	-	2	32,000,000	1	16,000,000	1	16,000,000	1	16,000,000
Mei	1	16,000,000	1	16,000,000	-	-	1	16,000,000	-	-
Juni	-	-	-	-	1	16,000,000	2	32,000,000	2	32,000,000
Juli	1	16,000,000	-	-	1	16,000,000	1	16,000,000	1	16,000,000
Agustus	-	-	1	16,000,000	2	32,000,000	1	16,000,000	1	16,000,000
September	1	16,000,000	-	-	-	-	1	16,000,000	-	-
Oktober	-	-	1	16,000,000	-	-	1	16,000,000	2	32,000,000
November	1	16,000,000	1	16,000,000	1	16,000,000	1	16,000,000	2	32,000,000
Desember	-	-	1	16,000,000	1	16,000,000	1	16,000,000	1	16,000,000
Total	6	96,000,000	8	128,000,000	10	160,000,000	12	192,000,000	14	224,000,000

Sumber: Sinar Surya *Construction* 2015

Seperti yang tertera pada tabel 5.5 diatas adalah proyeksi penjualan renovasi ringan perusahaan Sinar Surya *Construction*, hamper setiap bulan mendapatkan konsumen tetapi ada beberapa bulan kondisi perusahaan tidak mendapat konsumen karena belum adanya minat konsumen melakukan renovasi. Keadaan meningkat dari tahun ke tahun dan ada juga tahun dimana pendapatan menurun, karenanya lingkungan yang selalu bergerak dinamis mempengaruhi permintaan konsumen.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



F. Pengendalian Pemasaran

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:607) Pengendalian pemasaran adalah “tanggung jawab sosial dan lingkungan pemasaran yang memenuhi kebutuhan sekarang dari konsumen dan bisnis-bisnis, saat juga menahan atau meningkatkan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka.”

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 menentukan jalur pekerjaan tetap berjalan lancar sesuai dengan alur yang telah ditentukan. Sinar Surya Construction merupakan perusahaan perseorangan yang dikelola oleh satu pemimpin. Sinar Surya Construction dikelola dan dikendalikan oleh pemilik selaku manajer dan dibantu dengan karyawan-karyawan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Apabila ada kesalahan ataupun masalah, diharapkan bahwa dapat segera diselesaikan sehingga tidak memberi efek negatif yang berkepanjangan kepada jalan usaha. Berikut ini adalah beberapa pengendalian pemasaran yang dilakukan oleh Sinar Surya Construction :

1. *Feedback* dari pelanggan

Umpan balik dari pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan karena dengan adanya masukan-masukan tersebut, perusahaan akan semakin mengetahui dimana letak kesalahan ataupun kekurangan yang masih dimiliki. Sehingga dengan adanya umpan balik ini akan semakin membenahi perusahaan dari waktu ke waktu untuk semakin baik. Dengan demikian keinginan konsumen pun akan semakin terpenuhi dan permintaan dari konsumen akan terus meningkat seiring dengan perbaikan atas umpan balik tersebut.



2. Pencatatan pengeluaran setiap pembangunan

Dalam hal ini selama masa pembangunan rumah harus diadakan pembukuan untuk masing – masing rumah yang dibangun, jadi antara rumah yang satu dengan yang lain harus dipisah pencatatan keuangannya. Sehingga *budget* yang dikeluarkan dalam satu rumah tidak melebihi kapasitas yang telah ditentukan yang dapat menimbulkan kerugian.

3. Membuat laporan per- setiap pembangunan

Kegunaan dari laporan ini untuk mengevaluasi tentang hasil kerja yang telah dilakukan dalam satu kegiatan pembangunan rumah. Serta untuk mengetahui secara jelas laba yang didapatkan dari setiap masa pembangunan.

4. Evaluasi karyawan

Evaluasi ini dilaksanakan untuk semakin mengakrabkan sesama anggota kerja, serta membahas masalah–masalah yang terjadi dalam kegiatan operasional masing–masing. Sehingga dengan adanya evaluasi ini, setiap karyawan kantor maupun yang bekerja langsung di lapangan semakin meningkatkan ataupun memaksimalkan kemampuan untuk memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Sehingga kinerja semakin baik, dan kesalahan–kesalahan yang terjadi tidak terulang kembali.

5. Pengendalian promosi

Pengendalian promosi ini dilaksanakan untuk melihat apakah promosi yang dilakukan membawa dampak besar apa tidak bagi permintaan konsumen. Juga untuk melihat apakah dana yang dikeluarkan untuk promosi sebanding dengan pendapatan yang dihasilkan. Melihat mana saja promosi–promosi yang baik untuk diteruskan ataupun yang sudah tidak layak untuk terus dijalankan.



6. Melakukan survey harga dan hubungan dengan pemasok

Dalam bisnis ini pemasok menjadi salah satu rekan bisnis yang sangat mendukung, oleh sebab itu kita harus terus menjaga hubungan baik dengannya agar setiap proses pembangunan tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Serta *up to date* dalam masalah harga bahan-bahan baku, sehingga kita tahu kondisi lingkungan yang sedang dihadapi sekarang ini.

7. Membuat *database* pelanggan

Salah satu pengendalian pemasaran adalah dengan membuat *database* konsumen yang telah memakai jasa kita. Sehingga kita bisa terus menjaga *relations* dengan para konsumen lama, dan bisa berkenlanjutan dalam melakukan kerja sama bisnis ini. Juga untuk membuat konsumen loyal yang akan mendukung majunya perusahaan Sinar Surya *Construction* ini.