



BAB V

PERENCANAAN PEMASARAN

© Hak cipta milik IBIKKG

Perencanaan pemasaran dapat memberikan pengusaha untuk bisa menentukan pemasaran apa yang akan digunakan. Perencanaan ini berguna agar pemasaran yang digunakan oleh perusahaan tepat dan jelas. Pemasaran yang digunakan tentu harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Karena pemasaran merupakan salah bentuk dari cara perusahaan untuk mengenalkan diri beserta jasanya.

Perencanaan pemasaran meliputi penetapan harga, distribusi, promosi, ramalan penjualan, dan pengendalian pemasaran.

A. Harga

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sehingga penentuan harga dijadikan sebagai penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 314) harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Berikut ini adalah beberapa pendekatan umum yang digunakan dalam penetapan harga menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 315 – 324),

yaitu :

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



1. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

Penetapan harga berdasarkan biaya adalah penetapan harga yang paling sederhana.

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 metode yang pertama yaitu *cost plus pricing* dengan menambahkan *markup* standar untuk biaya produk dan berikutnya adalah metode penetapan harga berdasarkan titik impas (*break even pricing*) atau penetapan harga berdasarkan sasaran keuntungan yaitu menetapkan harga agar dapat mengembalikan biaya dari pembuatan dan pemasaran suatu produk.

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

$$\text{Biaya Unit} = \text{Biaya Variabel} + \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Unit Penjualan}}$$

$$\text{Harga Markup} = \frac{\text{Biaya Unit}}{(1 - \text{Tingkat pengembalian dari penjualan yang diharapkan})}$$

Menurut Kotler (2012 : 322) untuk menghitung volume titik impas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Volume Titik Impas (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Harga} - \text{Biaya Variabel})}$$

Hak Cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditarang 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.



2. Penetapan harga berdasarkan nilai

Penetapan harga berdasarkan nilai adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi pembeli mengenai nilai, bukan pada biaya yang ditanggung penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai harus dapat menawarkan kombinasi yang benar-benar tepat antara kualitas dan layanan yang baik namun pada harga yang wajar. Perusahaan harus menetapkan harga target berdasarkan pada persepsi pelanggan atas nilai produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. 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 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.

3. Penetapan harga berdasarkan persaingan

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk atau jasa yang sama

Berdasarkan penjelasan di atas pelangi *laundry* menggunakan penetapan harga berdasarkan saran dan rekomendasi dari Maytag Indonesia. Yang sama harganya berdasarkan pesaing.



B. Distribusi

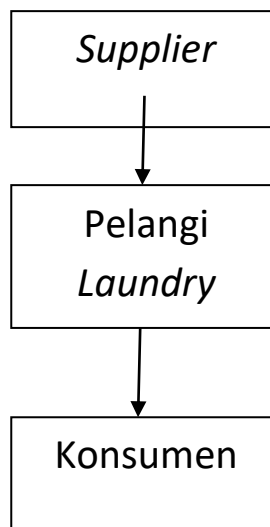
Saluran distribusi menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 365) adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang saling terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap di gunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Ada dua jenis tingkat saluran distribusi, yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu tingkatan perantara atau lebih

Pelangi Laundry mendistribusikan jasa yang dijualnya secara langsung yang berlokasi di jalan alur laut Jakarta utara, tidak ada saluran distribusi khusus atau pemasaran tidak langsung karena bentuk usahanya adalah jasa yang dipakai atau langsung dimanfaatkan oleh konsumen.

Gambar 5.1

Gambar saluran distribusi Pelangi Laundry



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



C. Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 76), promosi merupakan suatu aktivitas untuk menyampaikan manfaat dari suatu produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Promosi dapat dikatakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberitahukan dan menginformasikan produk atau jasa beserta keistimewaannya. Selain itu promosi dapat membujuk pasar untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Berikut ini promosi-promosi yang akan dilakukan *Pelangi Laundry* :

1. Papan Nama

Papan Nama dibuat nama *pelangi laundry* semenarik mungkin agar konsumen bisa melihatnya dengan jelas. Sehingga diharapkan dengan papan nama ini konsumen akan mengingat *Pelangi laundry* dan datang untuk melaundry atau memberikan rekomendasi pada orang lain. Biaya pembuatan papan nama Rp.1000.000. Desain papan nama menampilkan nama, alamat, nomor telepon layanan antar jemput.

Gambar 5.2

Papan Nama *pelangi laundry*



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



2. *Internet Advertising*

Melalui media sosial pelangi *laundry* akan membuat akun *instagram* dimana media sosial *instagram* yang mempunyai fitur-fitur *posting* foto digunakan oleh pelangi *laundry* untuk memposting foto hasil cucian *laundry* dan promosinya. Pelangi *laundry* dalam hal untuk menarik konsumen atau calon konsumen itu sendiri khususnya daerah Jakarta Utara.

3. Dari mulut ke mulut

Penyampaian informasi maupun cara promosi dari mulut ke mulut ini merupakan salah satu tindakan promosi yang sangat efisien karena hampir tidak perlu menggunakan biaya apapun. Penyampaian ini biasanya ditunjukkan kepada rekan / teman konsumen penulis serta meminta rekan dan teman penulis untuk menyampai kan informasi produkataujasa maupun tempat dari pelangi *laundry* kepada rekan lainnya dan diharapkan promosi tersebut akan berjalan dengan sendirinya.

4. Brosur

Bentuk promosi ini dapat digunakan untuk memperkenalkan Pelangi *Laundry*. Brosur dapat di design dengan menarik dan bisa disebar di Perumahan, Rumah arga,, kost-kostan terdekat atau di lingkungan sekitar. Brosur yang berisi layanan jasa yang di tawarkan, alamat tempat, dan nomor telepon dari pelangi *laundry*. Biaya yang diperlukan dalam pembuatan brosur adalah sekitarRp 250 perlembar.

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.

Gambar 5.3

Brosur *pelangi laundry*



5. Kartu Nama

Pelangi *Laundry* memberikan kartu nama pada setiap pelanggan yang datang untuk mencuci. Sehingga pelanggan yang tinggal disekitar pelangi *laundry* dapat menerima layanan antar jemput pakaian. Biaya pembuatan kartu nama Rp.70.000 isi 100 kartu nama.

© 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

Kartu Nama Pelangi laundry



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.

D. Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan penting dilakukan untuk mengetahui kelayakan sebuah usaha di masa mendatang. Dengan adanya ramalan penjualan, kita dapat mengetahui volume atau jumlah penjualan di suatu periode tertentu. Harga perkoin di pelangi laundry adalah Rp. 60.000,-.

Tabel 5.1

Ramalan Penjualan di Tahun 2017(dalam coin)

Bulan	Penjualan (Per Bulan)	Bulan	Penjualan (Per Bulan)
Januari	540	Juli	792
Februari	540	Agustus	540
Maret	612	September	648
April	648	Oktober	540
Mei	720	November	720
Juni	792	Desember	900
		Total Penjualan	7992

Sumber : Hasil Data Olahan



Tabel 5.2

Penjualan per bulan(dalam rupiah)

Bulan	Penjualan
	(Per Bulan)
Januari	27.000.000
Februari	27.000.000
Maret	32.600.000
April	32.400.000
Mei	36.000.000
Juni	39.600.000
Juli	39.600.000
Agustus	27.000.000
September	32.400.000
Oktober	27.000.000
November	36.000.000
Desember	45.000.000
Total Penjualan	405.200.000

Sumber : Hasil Data Olahan

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.

Pelangi *laundry* juga mengharapkan kenaikan penjualan di setiap tahunnya, “Pelangi laundry” akan memberikan ramalan penjualan selama 5 tahun kedepan dengan kenaikan volume penjualan sebesar 10% disetiap tahunnya,. Penjelasan dapat di lihat pada table 5.6

Tabel 5.3

Penjualan per tahun (dalam rupiah)

Tahun	Volume	Total
	Penjualan	Penjualan
2018	7,992	479.520.000
2019	8,791	527.472.000
2020	9,670	580.219.200
2021	10,637	638.241.120
2022	11,701	702.065.232

Sumber : Hasil Data Olahan



E. Pengendalian Pemasaran

Perusahaan harus memiliki pengendalian yang baik agar setiap kegiatan yang dilakukan dapat berjalan baik dan benar. Pelangi *Laundry* merupakan usaha yang dikelola dan diawasi oleh satu orang. Pelangi *Laundry* dikelola dan dikendalikan oleh pemilik dan dibantu karyawan-karyawan dalam menjalankan usahanya. Pengendalian pemasaran berhubungan dengan rencana promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Berikut ini pengendalian pemasaran yang dilakukan oleh Pelangi *Laundry*

1. *Feedback*

Feedback merupakan penilaian yang dilakukan oleh konsumen atas Pelangi *Laundry* dari segi pelayanan, kualitas jasa dan harga. Dengan *feedback* konsumen dapat memberikan kritik dan saran terhadap Pelangi *Laundry* sehingga menjadi masukan bagi Pelangi *Laundry* untuk melakukan perbaikan kinerja jika kurang dan terus mempertahankan jika kinerjanya sudah bagus. *Feedback* ini diberikan kepada konsumen melalui kertas saran dan kritik ketikan konsumen mengambil pakaiannya yang sudah di *laundry*.

2. *SOP (Standard Operating Procedure)*

Pelangi *Laundry* dalam menjalankan usahanya harus sesuai SOP yang telah dibuat sebelumnya. SOP yang telah ditetapkan agar dalam proses pelayanan dan pencucian dapat berjalan sesuai dengan SOP yang telah ditentukan dan tentunya SOP sebagai salah satu sarana untuk mendisiplinkan seluruh karyawan Pelangi *Laundry*.

© 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.



3. Evaluasi Karyawan

Evaluasi Karyawan digunakan untuk mengevaluasi kinerja setiap karyawan dalam menjalankan tugasnya. Evaluasi karyawan juga bisa menjadi sarana untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kedisiplinan dan juga sebagai motivasi karyawan. Dengan adanya evaluasi ini, karyawan akan merasa diperhatikan sehingga dapat bekerja dengan lebih baik lagi. Evaluasi karyawan akan dilakukan sebelum Pelangi *Laundry* mulai beroperasi dan setelah Pelangi *Laundry* selesai beroperasi.

4. Rapat

Rapat dilakukan apabila terjadi hal-hal penting yang menyangkut masalah operasional Pelangi *Laundry*, perkembangan usaha dan juga pengambilan keputusan yang penting bagi Pelangi *Laundry* serta mengenai pelaksanaan peraturan baru.

© 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.