



BAB V

PERENCANAAN PEMASARAN



Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Harga

Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan, sehingga penentuan harga adalah salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun. Namun jika harga terlalu rendah juga akan mengurangi keuntungan yang didapat perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:83-86), beberapa pendekatan umum yang dapat digunakan dalam penetapan harga, yaitu:

1. Penetapan Harga berdasarkan Biaya

Membandingkan penetapan harga berdasarkan nilai dengan penetapan harga berdasarkan biaya, penetapan harga berdasarkan biaya digerakan oleh produk. Perusahaan mendesain sesuatu yang dianggap merupakan produk yang bagus, suatu harga yang dapat menutupi biaya dan ditambahkan dengan target laba target laba. Penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Menambahkan laba standar ke biaya produk. Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan laba, berikut merupakan rumus untuk menetapkan harga

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

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.



Penetapan harga berdasarkan *mark-up* berhasil hanya jika harga tersebut aktual menghasilkan tingkat penjualan seperti yang diharapkan. Akan tetapi penetapan harga yang berdasarkan *mark-up* selalu dipilih karena beberapa alasan. Pertama, dengan mengikat harga pada biaya, penjual dapat menyederhanakan penetapan harga. Penjual tidak perlu sering melakukan penyesuaian ketika harga berubah. Kedua, ketika semua perusahaan dalam suatu industri menggunakan metode penentuan harga yang sama, harga cenderung sama. Sehingga persaingan harga menjadi minimal. Ketiga, banyak orang merasa penetapan harga ini lebih adil bagi pembeli maupun penjual.

Pendekatan penetapan harga yang berorientasi pada biaya juga dapat dilakukan dengan penetapan harga pada titik impas. Penetapan harga titik impas adalah menetapkan harga pada titik impas atas biaya pembuatan dan pemasaran sebuah produk atau menetapkan harga untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Berikut ini adalah rumus yang digunakan dalam penetapan harga titik impas:

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

$$\text{Titik Impas (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{(\text{Margin Kontribusi})}$$

$$\text{Margin Kontribusi} = \frac{(\text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel})}{\text{Total Penjualan}}$$

1. Penetapan Harga berdasarkan Nilai

Penetapan harga berdasarkan nilai 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

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.



pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan harus menetapkan harga target berdasarkan pada persepsi pelanggan atas nilai produk. Tipe penting dari penetapan harga dengan nilai yang baik pada tingkatan eceran adalah penetapan harga rendah setiap hari.

2. Penetapan Harga berdasarkan Persaingan

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga-harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama.

Berdasarkan penjelasan di atas Ironmaxx Indonesia menggunakan penetapan harga berdasarkan markup dari harga dasar barang yang dihitung setelah menjumlahkan harga pokok barang, biaya ekspedisi dari Jerman-Indonesia dan biaya biaya operasional lainnya.

B. Distribusi

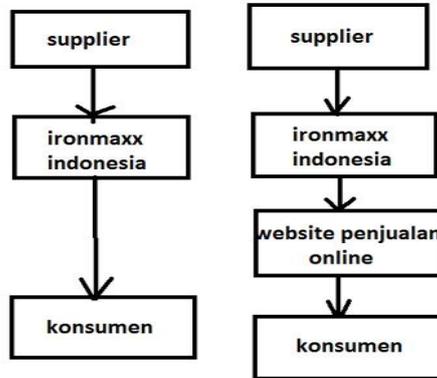
Menurut Kotler dan Keller (2012:416), sistem saluran pemasaran adalah sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang sistem ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen.

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.

Ironmaxx Indonesia mendistribusikan produk yang dijualnya secara langsung di toko Ironmaxx Indonesia yang berlokasi di Lottemart Kelapa Gading. Tidak ada saluran distribusi khusus atau pemasaran secara tidak langsung yang dilakukan karena bentuk usahanya adalah toko dengan distribusi retail langsung ke konsumen akhir.

Gambar 5.1

Jenis-jenis saluran distribusi Ironmaxx Indonesia



Sumber: data diolah

© 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. Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian terpenting dalam kegiatan operasional, promosi juga digunakan sebagai alat-alat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya adalah lebih mengandalkan komunikasi yang sifatnya membujuk. Promosi yang dipilih oleh Ironmaxx Indonesia meliputi:

1. Internet Advertising

Melalui media internet www.ironmaxxindonesia.com, Ironmaxx Indonesia bisa berinteraksi dengan para konsumen di seluruh wilayah Indonesia melalui media online, konsumen dari berbagai daerah khususnya daerah jakarta dapat mengetahui berbagai informasi produk Ironmaxx Indonesia beserta harga dari produk tersebut. Selain itu Ironmaxx Indonesia juga mempunyai *fanspage facebook* dan akun *twitter* untuk berinteraksi langsung dengan konsumen atau calon konsumen Ironmaxx



Indonesia, dimana diketahui bahwa belakangan ini promosi melalui media sosial

seperti *facebook* dan *twitter* adalah hal yang cukup jitu, selain itu Ironmaxx Indonesia juga mempunya akun *instagram* dimana media sosial *instagram* yang mempunyai fitur-fitur *posting* foto digunakan oleh Ironmaxx Indonesia untuk memposting foto produk Ironmaxx dalam hal untuk menarik konsumen atau calon konsumen dari Ironmaxx itu sendiri khususnya daerah Jakarta.

2. Display Toko Retail

Memajang produk di toko retail ironmaxx agar calon pembeli dapat melihat secara fisik barang yang dijual ironmaxx sehingga mereka lebih percaya untuk membeli produk tersebut.

D. Ramalan Produk

Sekarang ini kesadaran pola hidup sehat semakin membaik ditengah kesibukan para penduduk kota Jakarta akan pekerjaan dan aktifitas sehari-hari mereka, mereka mulai meluangkan waktu untuk olahraga baik didalam ruangan ataupun diluar ruangan. Terbukti dengan meningkatnya pembukaan pusat kebugaran dimall mall didaerah jakarta juga olahraga unik lainnya seperti Bodytech, 20fit, dll.

Dengan strategi penetapan harga yang terjangkau dan kompetitif dari pesaing-pesainnya dan lokasi toko Ironmaxx yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen yaitu di lottemart kelapa gading, maka penulis meramalkan Ironmaxx Indonesia akan cukup ramai dikunjungi oleh konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



E. Pengendalian

Ironmaxx Indonesia adalah perusahaan perorangan oleh sebab itu, untuk mengawasi dan mengendalikan kegiatan operasional Ironmaxx Indonesia maka pemilik akan melakukan berbagai cara antara lain:

1. Sistem informasi
Dengan sistem informasi, pemilik dapat memonitor stock opname dan omset penjualan dengan mudah dan efisien. Pengendalian stok dilakukan dengan menggunakan software komputer sehingga mencegah terjadinya kekosongan stock yang akan mengakibatkan pelanggan kecewa.
2. Evaluasi karyawan
Evaluasi karyawan atau pengamatan dilakukan untuk menjaga kinerja karyawan guna tetap produktif selama tiga bulan sekali. Memberikan pengarahan kepada karyawan apabila ada produk baru, juga pelayanan yang cepat akan memberikan dampak positif kepada konsumen sehingga konsumen akan kembali lagi.
3. Selalu Update dengan harga dan promosi
Karena produk ironmaxx merupakan produk import yang harga modalnya berdasarkan nilai tukar rupiah dengan euro maka tentunya perubahan harga bisa saja terjadi walau tidak terlalu signifikan. Maka sales kami akan mengirimkan email ke database konsumen update harga ironmaxx setiap bulannya begitu pula promo bulanan dari ironmaxx. Hal ini tentunya akan membuat konsumen lebih tertarik untuk repeat order dengan adanya promo bulanan dari ironmaxx.
4. Kotak saran
Ironmaxx menyediakan kotak saran yang menanyakan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan, harga, tempat dan produk dari Ironmaxx yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak 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.

terdiri dari beberapa kriteria very good, good, moderate, bad, very bad. Dalam kertas yang disediakan terdapat juga kolom kritik dan saran untuk memperbaiki kinerja dari Ironmaxx Indonesia serta mengetahui produk mana yang menjadi favorit dan kurang menjadi favorit dari Ironmaxx Indonesia.

C 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.

