



A. Harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**BAB V
PERENCANAAN PEMASARAN**

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2010 : 314), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

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

Menurut Philp Kotler dan Gary Armstrong (2010 : 315), beberapa pendekatan umum yang dapat digunakan dalam penetapan harga, yaitu:

1. Menetapkan Harga berdasarkan Biaya

Menambahkan suatu mark up standar pada biaya produk. Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Menurut Kotler dan Armstrong (2010;319) pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah tingkat pengambilan yang adil untuk usaha dan resiko. Terdapat dua pendekatan yaitu cost plus pricing dengan menambahkan mark up standar untuk biaya produk dan pendekatan berdasarkan titik impas.

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.



Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan markup, berikut adalah

rumus untuk menentukan harga menurut kotler(2010;321) :

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

$$\text{Harga Berdasarkan Markup} = \text{Biaya Unit} / (1 - \text{markup yang diinginkan})$$

Penetapan harga berdasarkan Nilai

Penetapan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjualan. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga.

Harga dihitung bersama dengan variabel bauran pasar lainnya sebelum program pemasaran ditetapkan. Perusahaan menetapkan harga target berdasarkan pada persepsi pelanggan atas nilai produk. Nilai dan harga yang ditargetkan kemudian mendorong keputusan mengenai desain produk dan biaya apa yang ditanggung. Sebagai hasilnya, penetapan harga dimulai dengan menganalisis kebutuhan konsumen dan persepsi nilai mereka, dan harga kemudian ditetapkan untuk menyamai nilai anggapan konsumen. Dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai adalah:

Penetapan harga berdasarkan nilai yang baik

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar. Terdapat tipe penting dari penetapan harga berdasarkan nilai yang baik pada tingkat eceran yaitu penetapan harga rendah setiap hari dan penetapan harga fluktuatif.

Penetapan harga dengan nilai tambah

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

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.



3. Penetapan Harga berdasarkan Persaingan

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga-harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Pendekatan penetapan harga yang dipilih oleh Milky Way Futsal adalah kombinasi antara penetapan harga berdasarkan nilai dengan penetapan harga berdasarkan persaingan. Hal ini dikarenakan Milky Way Futsal harus mempertimbangkan nilai yang didapat pembeli apakah sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Berdasarkan pertimbangan di atas, maka Milky Way Futsal menetapkan harga untuk penyewaan lapangan dan penjualan minuman adalah:

a. Lapangan

Milky Way Futsal memiliki harga yang berbeda untuk pemesanan lapangan, perbedaan terlihat dari waktu pemesanan. Penyewaan di Milky Way futsal dihitung berdasarkan perjam yang berbeda menjadi tiga bagian yaitu pagi, siang, dan sore menjelang malam. Karena diwaktu sore dan malam lebih banyak yang menyewa, maka harga penyewaan pada sore dan malam hari lebih mahal.

Berikut daftar harga Milky Way Futsal lebih jelasnya:

1. Senin – Jumat pukul 06.00 – 13.00 wib	150.000 / jam
2. Senin – Jumat pukul 13.00 – 17.00 wib	200.000 / jam
3. Senin – Jumat pukul 17.00 – 23.00 wib	250.000 / jam
4. Sabtu, minggu, dan Hari Libur 06.00 – 13.00 wib	180.000 / jam
5. Sabtu, Minggu, dan Hari Libur 13.00 – 17.00 wib	230.000 / jam
6. Sabtu, Minggu, dan Hari Libur 17.00 – 24.00 wib	270.000 / jam

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. Minuman dan makanan

Harga jual minuman berkisar antara Rp.3.000,- sampai Rp.9000,-. Sedangkan harga jual makanan berkisar antara Rp.5.000,- sampai Rp.15.000,- dengan margin keuntungan 100%.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

B. Distribusi

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2010 : 363), saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang saling terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Ada dua macam tingkat saluran distribusi, yaitu :

1. Saluran pemasaran langsung adalah saluran pemasaran yang tidak menggunakan perantara.
2. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu atau lebih tingkat perantara.

Untuk jasa penyewaan lapangan futsal, Milky Way Futsal tidak menggunakan jalur distribusi, sedangkan untuk produk minuman, Milky Way Futsal menggunakan jalur distribusi saluran pemasaran langsung karena pihak Milky Way Futsal langsung membeli produk minuman sendiri tanpa menggunakan perantara.

C. Promosi

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstorng (2008 : 63) promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Promosi adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang dihasilkan ataupun untuk menyampaikan berita tentang produk tersebut dengan jalan mengadakan komunikasi

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.

dengan para pendengar yang sifatnya membujuk. Tujuan dasar dilaksanakannya promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang dijual.

Demi tercapainya tujuan Milky Way futsal agar lebih di kenal masyarakat dan menjadi tempat pilihan utama dalam bidang penyewaan lapangan futsal maka akan dilakukan beberapa cara. Berikut adalah perencanaan promosi Milky Way Futsal:

1. Media Social

Melakukan Promosi melalui Media Social tidak membutuhkan biaya dan saat ini media social sangat berpengaruh dengan adanya Facebook, Twitter, ataupun Path, dan juga bisa melalui forum-forum olahraga. Promosi yang dilakukan dengan media ini akan dengan cepat tersebar dan akan menghasilkan tujuan yang positif. Terlebih lagi pada saat ini kalangan muda sangat identik dengan media sosial, sehingga penulis memilih media sosial sebagai cara yang akan di gunakan dengan maksimal.

Gambar 5.1

Logo Milky Way Futsal



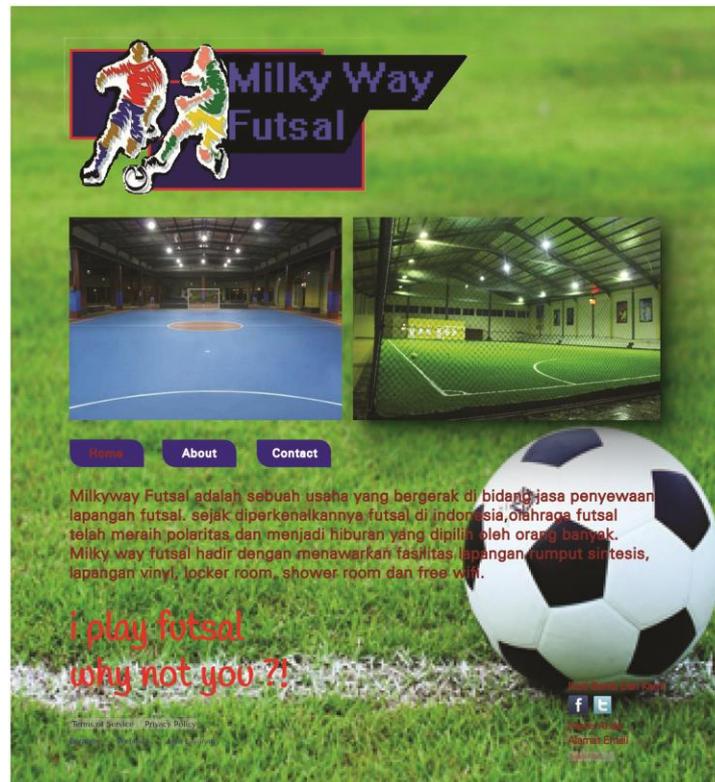
Sumber : Milky Way Futsal



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 Web Milky Way Futsal



Sumber : Milky Way Futsal

© 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.

2. World of mouth

Ini merupakan salah satu promosi yang sangat efisien karena tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar. Penyampaian ini biasanya di tujukan kepada teman-teman yang mempunyai hobby yang sama yaitu olahraga futsal. Lalu jika hal tersebut sudah dilakukan, secara otomatis promosi tersebut sudah berjalan dengan baik dan tinggal menunggu tanggapan para konsumen yang sudah mendengarnya.

3. Spanduk

Promosi menggunakan banner bertujuan agar Milky Way Futsal lebih cepat diketahui oleh banyak peminat futsal dengan memasang banner di jalan. Sehingga peminat futsal yang melihat tertarik dan datang ke Milky Way Futsal.

Gambar 5.3

Spanduk Milky Way Futsal



Sumber : Milky Way Futsal

4. Majalah

Milky Way Futsal akan menggunakan majalah sebagai salah satu cara untuk promosi. Milky Way Futsal akan memasukan iklan ke dalam majalah Info Cibubur. Iklan yang akan dipasang sebesar 1 lembar full color tidak bolak balik dengan biaya sebesar Rp.5.000.000 untuk 1 bulan pemasangan. Pemasangan iklan akan dilakukan selama 3 bulan pertama setelah Opening Milky Way Futsal

5. Brosur

Milky Way Futsal akan membagikan brosur kepada taget pasar, yaitu beberapa lembaga pendidikan dan perkantoran yang berada di wilayah Cibubur, Cikeas, Cileungsi, dan sekitarnya.

© Hak cipta milik IBI KKG Insitutur 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.



6. Kejuaraan Futsal

- Ⓒ Upaya yang dilakukan Milky Way Futsal dengan mengadakan Kejuaraan Futsal saat opening. Setelah itu setiap tahunnya akan mengadakan Milky League atau kejuaraan yang diperuntukan untuk umum.

D. Ramalan Penjualan

Milky Way Futsal mencoba melakukan ramalan penjualan selama 5 tahun pertama (tahun 2016 - 2020), penjualan Milky Way Futsal terdiri dari penyewaan lapangan futsal dan *counter* minuman. Dengan asumsi penjualan mengalami kenaikan sebesar 12% dari tahun sebelumnya. Kenaikan penjualan ini disebabkan karena jumlah pelanggan yang terus meningkat. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.1, tabel 5.2, dan tabel 5.3.

Dalam menjalankan bisnis lapangan futsal ini harus dengan perhitungan yang tepat. Berikut proyeksi penjualan penyewaan lapangan futsal tahun 2016 :

Tabel 5.1

Ramalan Penyewaan Lapangan Futsal 2016

Bulan	Penyewaan/Bulan (jam)*
Januari	424
Februari	428
Maret	432
April	436
Mei	441
Juni	445
Juli	450
Agustus	454
September	459
Oktober	463
November	468
Desember	473
TOTAL	5377

Sumber : penulis



*) Keterangan :

1. Angka penjualan tersebut merupakan asumsi penulis, yaitu diharapkan setiap bulan akan terjadi peningkatan penjualan sebesar 1%.
2. Angka penjualan 1 bulan pertama diasumsikan sebesar 240 jam
Selain ramalan penjualan pada penyewaan lapangan futsal, ada juga ramalan penjualan pada *counter* minuman. Ramalan penjualan counter minuman dan makanan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.2

Ramalan Penjualan Counter Minuman Tahun 2016-2020

Tahun	Total Penjualan / Tahun
2016	525
2017	540
2018	555
2019	570
2020	585

Sumber : penulis

E. Pengendalian Pemasaran

Setelah melakukan pemasaran Produk, Milky Way Futsal perlu mengetahui tingkat keberhasilan pemasaran yang telah dilakukan dengan cara melakukan pengendalian pemasaran. Pengendalian pemasaran yang akan dilakukan oleh Milky Way Futsal adalah:

1. Melakukan *Control* terhadap pemasaran yang telah dilakukan oleh *Manager*. *Manager* harus mempunyai rencana kerja dan target pemasaran yang akan dicapai Milky Way Futsal dalam suatu periode tertentu.
2. Melakukan Wawancara kepada sebagian konsumen untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Milky Way Futsal. Milky Way Futsal juga akan

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.

meminta kritik dan saran dari konsumen yang akan menjadi masukan untuk perkembangan. Hal ini dilakukan Milky Way Futsal dengan konsumennya sehingga akan terbina hubungan baik dan konsumen akan merasa diperlakukan sebagai teman.

3. Memberikan Feedback kepada konsumen untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan menjadi masukan agar Milky Way Futsal lebih baik lagi di masa yang akan datang.
4. Mengupdate trend terbaru, kondisi pasar dan persaingan, Mengikuti keinginan pelanggan dengan selalu menyajikan inovasi terbaru yang unik dan berbeda dengan hal yang di perbincangkan orang banyak. Mengamati kondisi pasar yang berdampak pada daya beli konsumen untuk menjaga kelancaran pemasukan Milky Way Futsal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
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.