



BAB V

PERENCANAAN PEMASARAN



Harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Harga merupakan salah satu dari komponen bauran pemasaran yang melengkapi ketiga komponen lainnya, yaitu : produk, tempat, dan promosi. Harga merupakan suatu faktor yang penting dalam menyokong keberhasilan sebuah usaha. Bila sebuah usaha memiliki harga yang tidak dapat bersaing, maka usaha tersebut lama kelamaan akan tersingkirkan oleh para kompetitornya. Harga ini merupakan salah satu faktor seorang konsumen akhirnya memutuskan untuk membeli atau tidak sebuah produk.

Harga menurut M. Fuad, dkk (2000:129) adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Pada saat ini, bagi sebagian besar anggota masyarakat, harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentu dalam keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa.

Harga menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012:352) dibagi menjadi arti sempit dan arti luas. Dalam arti sempit harga adalah jumlah uang yang dibebankan terhadap produk atau layanan, sedangkan dalam arti luas harga adalah nilai dimana pelanggan ingin mendapatkan manfaat-manfaat dari produk tersebut.

Ada tiga strategi dalam penetapan harga menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012:291) yaitu, harga berdasarkan nilai pelanggan/*customer value-based pricing*, harga berdasarkan biaya/*cost based pricing*, harga berdasarkan persaingan/*competition-based pricing*.

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.



- *Customer value-based pricing*

Harga ini berorientasi kepada pelanggan dengan melibatkan pemahaman pelanggan tentang manfaat yang diterima pelanggan dengan menggunakan produk tersebut. Perusahaan pertama menilai apa yang menjadi kebutuhan pelanggan kemudian menetapkan harga dengan membandingkan manfaat yang diberikan dan nilai tambah yang akan dimiliki oleh pelanggan ketika menggunakan produk tersebut.

- *Cost based pricing*

Penetapan harga ini didasarkan pada biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah dengan tingkat pengembalian yang wajar untuk usaha dan risiko. Biaya suatu perusahaan menjadi elemen yang penting dalam strategi penetapan harga ini.

- *Competition-based pricing*

Penetapan harga ini berdasarkan kepada persaingan dengan kompetitor yang menjual produk yang serupa untuk dapat bersaing dalam melakukan penjualan kepada pelanggan.

Metode yang digunakan oleh Distro Domingo Clothing adalah metode ketiga atau disebut dengan *competition-based pricing*. Metode ini diterapkan oleh Domingo Clothing agar dapat mengembangkan usahanya dan dapat bertahan terhadap persaingan harga dengan para kompetitornya yang sudah lebih dahulu memasuki industri ini. Dengan menerapkan metode *competition-based pricing*, Domingo Clothing berharap dapat menarik konsumen dengan cara memberikan harga yang menarik dan bersaing dengan para kompetitornya.

© 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.



Catatan

: Harga pesaing yang didata adalah patokan harga terendah milik pesaing

Berdasarkan Tabel 5.1, terlihat perbandingan harga produk Domingo Clothing dengan para kompetitornya. Harga yang dibandrol Distro Domingo Clothing terhadap produk-produknya mampu bersaing dengan distro-distro lain yang sejenis dan sudah terlebih dahulu membuka usahanya.

Agar harga yang diberikan Domingo Clothing terhadap konsumennya selalu kompetitif dan terjangkau, pemilik Domingo Clothing akan rajin melakukan *survey* atau pencarian *supplier* baru yang memiliki kualitas yang baik dengan harga yang ekonomis. Pemilik juga akan melakukan *survey* terhadap kompetitornya untuk mengetahui harga yang dibandrol oleh para kompetitornya. Biaya yang dianggarkan untuk *survey* ini adalah sebesar Rp 500.000,- per bulannya.

B. Distribusi

Tabel 5.1

Perbandingan Harga dengan Pesaing

jenis Barang	Domingo Clothing	Hand Design	Messenjah	New Spirit
Kaos Bahan	120,000	120,000	150,000	125,000
Polo Shirt	217,000	300,000	250,000	220,0000
Kemeja	325,000	400,000	375,000	300,0000

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.



Distribusi menurut M. Fuad, dkk (2000:129), saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau sebagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen.

Sedangkan menurut Ali Hasan (2013:577), saluran pemasaran merupakan suatu sistem jaringan organisasional dan perantara yang terorganisir untuk melakukan semua aktivitas pemasaran yang diperlukan dalam menghubungkan produsen dengan konsumen atau pengguna atau pembeli baik barang atau jasa.

Ada beberapa tipe saluran distribusi :

- *Zero level channel* (Produsen-Konsumen)

Bentuk saluran pemasaran yang tidak menggunakan perantara, modelnya paling pendek dan sederhana, dapat meningkatkan efektivitas dan daya saing perusahaan. Sering disebut juga dengan *direct marketing channel*, dimana produsen menjual langsung kepada konsumen.

- *One level channel* (Produsen-Pengecer-Konsumen)

Sering disebut dengan pemasaran tidak langsung. Pengecer besar melakukan pembelian kepada produsen, produsen mendirikan toko pengecer agar dapat langsung melayani konsumen.

- *Two level channel* (Produsen-Pedagang Besar-Pengecer-Konsumen)

Saluran ini disebut juga distribusi tradisional. Produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar, tidak menjual kepada



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

pengecer. Pembelian pengecer dilayani oleh pedagang besar, dan pembelian konsumen dilayani oleh pengecer.

- *Three level channel* (Produsen-Agen-Pedagang Besar-Pengecer-Konsumen)

Dalam tipe saluran ini, produsen menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan produknya kepada pedagang besar, yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlihat pada saluran ini terutama agen penjualan.

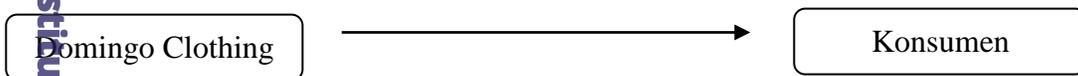
Berdasarkan tipe saluran distribusinya, Distro Domingo Clothing menganut dua tipe saluran distribusi yaitu *Zero level channel* dan *One level channel*. *Zero level channel* terjadi saat Domingo Clothing langsung menjual produknya ke konsumen langsung atau konsumen akhir. Sedangkan *One level channel* terjadi saat Domingo Clothing menjual produknya kepada para *resellernya*, kemudian para *reseller* menjual kembali kepada konsumen akhir. Berikut adalah gambar saluran distribusi Domingo Clothing.

Gambar 5.1

Saluran Distribusi Domingo Clothing



Tipe distribusi ini disebut *One level channel*



Tipe distribusi ini disebut *Zero level channel*

Domingo Clothing menggunakan sistem penjualan langsung kepada konsumen dan *resellernya*, yaitu dengan penjualan melalui stan distro yang berada di Summarecon Mall Bekasi. Namun, melihat tren budaya konsumen yang saat ini ingin semua serba praktis dan mudah, Domingo Clothing menyediakan program *online delivery*. Para

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.



konsumen dan *reseller* yang tidak sempat berkunjung ke butik secara langsung dapat berbelanja melalui media *online* yang telah Domingo Clothing sediakan.

Domingo Clothing menyediakan penjualan *online* melalui facebook, instagram, hingga grup BBM. Para konsumen dapat melihat produk-produk Domingo Clothing melalui gambar yang telah diupload ke media *online*. Media *online* ini secara berkala akan diperbaharui oleh karyawan Domingo Clothing yang telah bertugas untuk mengolah program ini. Pemesanan dapat dilakukan langsung oleh para konsumen melalui media *online*. Untuk memudahkan berkomunikasi dengan pihak Domingo Clothing, konsumen akan disarankan untuk bergabung dengan grup BBM Domingo Clothing.

Pengiriman produk akan dilakukan melalui JNE. Penggunaan pengiriman JNE dipilih Domingo Clothing karena jasa pengiriman ini memiliki jaringan yang luas dan profesionalannya sudah teruji. Selain itu, lokasi JNE dekat dengan lokasi stan Distro sehingga memudahkan karyawan untuk mengirimkan paket pesanan pelanggan. Biaya pengiriman akan dibebankan kepada konsumen.

Penambahan program *online delivery* ini sengaja Domingo Clothing lakukan karena para kompetitor belum menggunakan jasa pengiriman ini. Para kompetitor hanya mengandalkan penjualan secara langsung. Hal ini juga Domingo Clothing lakukan agar menarik perhatian konsumen agar berbelanja di distro ini atau bahkan menjadi *loyal customer*.

C. Promosi

Menurut M. Fuad, dkk (2000:130), promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

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.



Promosi merupakan kegiatan untuk mengenalkan produk-produk suatu usaha kepada pasar. Beberapa hal yang dilakukan Domingo Clothing sebagai bentuk promosi adalah :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Pemasangan nama distro

Nama distro dibuat dengan menggunakan spanduk berdiri (*rollup banner*) yang akan diletakan di depan stan distro. Spanduk ini akan didesain semenarik mungkin sehingga menarik perhatian konsumen untuk membeli. Spanduk berdiri ini berukuran 1,6m x 0,6m. Harga untuk pembuatan spanduk berdiri ini adalah Rp 40.000,-. Di dalam spanduk beridiri ini, akan diterakan nama, gambar produk, hingga slogan Domingo Clothing ”*Call Out Your Faith!*”.

Selain itu Domingo Clothing akan membentuk nama distro dengan menggunakan kayu yang dicat dengan warna dasar putih dan warna tulisan berwarna ungu yang menjadi warna dasar dari domingo. Hal ini untuk menarik perhatian konsumennya yang memang kaula muda. Pembuatan nama kayu ini membutuhkan biaya Rp 150,-/ cm². Domingo Clothing membuat aksara nama dengan ukuran 40cm x 20cm. Harga untuk membuat logo nama ini sebesar Rp 120.000,-.

2. Pembagian brosur

Pembagian brosur akan dilakukan di sekitar wilayah pasar sinpasa dan di dalam mall. Hal ini digunakan agar para konsumen yang ada di dalam mall dan sekitar pasar sinpasa datang berkunjung ke distro Domingo Clothing. Pembuatan brosur ini menggunakan kertas A5 dengan desain *full colour*. Pembuatan brosur membutuhkan biaya Rp 300.000,- per rim (berisi 500 lembar). Di dalam brosur



Domingo Clothing juga akan diterakan slogan ”*Call Out Your Faith!*”. Hal ini merupakan bentuk pembentukan citra merek Domingo Clothing yang selalu *up to date* .

Promosi melalui media online

Berpromosi menggunakan media *online* merupakan promosi yang paling baik dilakukan mengingat pangsa pasar Domingo Clothing adalah kaula muda. Kaula muda merupakan pengguna internet terbesar hingga saat ini. Penggunaan media *online* untuk ajang promosi dapat menarik perhatian market pasar yang lebih luas untuk berbelanja di Domingo Clothing. Selain itu, promosi dengan media *online* biayanya sangat ekonomis. Pemilik hanya perlu membayar jatah pulsa internet per bulan sebesar Rp 100.000,-. Domingo Clothing secara berkala akan *update* promosi-promosi menarik melalui media *online*. Pengolahan media online akan dilakukan oleh staff administrasi.

Pemberian diskon pada *reseller*

Pemberian diskon diberikan kepada para *reseller* yang membeli dalam jumlah besar. Pembeli yang terhitung *reseller* adalah pembeli yang membeli minimal 1 lusin dengan minimal pembelian 3 baju untuk setiap modelnya. Harga diskon yang diberikan sebesar 5% dari total harga pembelian.

Penggunaan Tas Kanvas

Tas Kanvas yang diberikan kepada konsumen saat berbelanja adalah Tas Kanvas yang bersablon nama brand, alamat, dan kontak Domingo Clothing. Harga untuk membuat tas kanvas sablon ini adalah Rp 30.000.000,- untuk 3000

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4

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.



buah tas kanvas. Tas Kanvas ini menjadi salah satu ajang promosi Domingo Clothing.

Program *sale* pada saat tertentu

Pada saat-saat tertentu, seperti : hari valentine, natal, dan lain-lain. Domingo Clothing akan melakukan program *sale* atau cuci gudang. Produk-produk tertentu akan diberikan potongan harga sehingga menarik konsumen untuk berbelanja.

Diskon saat ulang tahun

Staff administrasi akan memberikan ucapan selamat ulang tahun melalui SMS dan BBM bagi konsumen yang datanya ada di *database* distro. Konsumen yang berulang tahun akan mendapatkan potongan sebesar 10% untuk produk harga normal Domingo Clothing. Konsumen yang belum tercantum di database dapat mengikuti program ini hanya dengan menunjukkan KTP konsumen saat berbelanja.

Word of mouth

Domingo Clothing menanamkan citra sebagai distro *up to date* yang berkualitas namun ekonomis. Domingo Clothing selalu memperhatikan kualitas produknya dan memberikan pelayanan yang terbaik. Memberikan kepuasan pada para pelanggan yang berbelanja merupakan tujuan utama Domingo Clothing. Domingo Clothing yakin para pelanggan yang puas akan melakukan promosi mulut ke mulut. Promosi ini merupakan yang paling ampuh. Para pelanggan yang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7 **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.



puas akan mempromosikan Domingo Clothing kepada para kerabatnya, para kerabat akan mempromosikan ke kerabat lainnya, dan begitu seterusnya.

Untuk meningkatkan promosi mulut ke mulut ini, pemilik sendiri akan melakukan pendekatan dengan para pelanggan dan pemasoknya. Hubungan yang terjalin baik akan memperkuat promosi mulut ke mulut. Para pemasok dan pelanggan yang akrab akan turut mempromosikan Domingo Clothing. Dengan menjalin hubungan baik secara langsung, pengetahuan pemilik akan industri ini juga akan meningkat. Jadi merupakan sebuah keuntungan ganda bagi pemilik bila memiliki hubungan yang baik dengan konsumen dan pemasoknya.

Pemilik selaku manajer Distro akan turut menjaga distro selama distro beroperasi. Hal ini akan dimanfaatkan pemilik untuk turut terjun langsung melayani konsumennya baik berperan sebagai kasir hingga pramunia distro. Pemilik harus dapat menjalankan segala peran dalam butik dan menjadi contoh bagi para karyawannya. Pemilik tidak segan-segan memberikan kontak pribadinya kepada para konsumen yang merupakan pelanggan setia untuk dapat secara langsung berkonsultasi dengan pemilik soal produknya atau sekedar mengemukakan keluhan, pendapat, dan saran. Dengan terjun langsung dalam melayani konsumen, pemilik akan memiliki pengalaman langsung dan secara perlahan-lahan membangun hubungan baik dengan para pelanggannya.

Pemilik juga akan secara langsung bertanggung jawab untuk melakukan pemesanan kepada para *supplier*. Peran ini sengaja dijalankan oleh pemilik selaku manajer karena segala sesuatu yang berhubungan dengan jumlah pemesanan, model, dan lain sebagainya harus sesuai dengan keputusan pemilik. Pemilik

C 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.



sendiri yang akan *handle* peran ini. Selain itu, dengan melakukan pembelian secara berkala, lama kelamaan akan terjalin hubungan baik dengan para supplier.

Pemilik banyak melakukan pengamatan dan kontak langsung dengan para kosumennya, bertukar pendapat dengan para supplier tentang produknya, rajin membaca majalah fashion dan internet. Pemilik tidak segan untuk menjalin hubungan baik kepada para kompetitor karena pemilik yakin banyak pembelajaran yang dapat diterima pemilik melalui banyak sumber.

Berikut adalah tabel 5.2 yang berisikan perbandingan promosi penjualan yang dilakukan oleh Domingo Clothing dengan para pesaingnya.

Tabel 5.2

Perbandingan Promosi Penjualan

Domingo Clothing	Hand design	New Spirit	Messenjah
Pemasangan nama distro dengan spanduk berdiri	Pemasangan spanduk nama	Pemasangan huruf nama	Pemasangan nama menggunakan spanduk kecil
Pembagian brosur	-	Pembagian kartu nama	Pembagian kartu nama
Pemberian souvenir	-	-	-
Menggunakan tas kanvas	Menggunakan plastik yang telah di sablon	-	-
Promosi melalui media online	Promosi melalui media online	Mengikuti pameran di Distro lain	-

© 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.



Pemberian diskon pada reseller

Pemberian diskon untuk belanja dalam jumlah besar

-

-

Promosi secara berkala memanfaatkan *database*

-

-

-

Menjalankan program *sale*

Program *sale*

Program *sale*

Program *sale*

Diskon saat ulang tahun

-

-

-

Word of mouth promotion

-

-

-

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.

Tabel 5.3

Ramalan Penjualan per Bulan

Jenis Barang	Domingo	Kuantitas	Jumlah
	Clothing		
Kaos Bahan	120,000	360	43,200,000
Polo Shirt	217,000	120	24,000,000
Kemeja	325,000	120	39,000,000
Total Penjualan			108,200,000



Ramalan penjualan per bulan adalah Rp 108.200.000,- dan diasumsikan bahwa toko akan mengalami peningkatan penjualan sebesar 10% pada 4 bulan, yaitu saat bulan liburan kenaikan kelas, akhir tahun (memperingati Natal dan tahun baru), Idul Fitri, dan Imlek. Maka pada tahun pertamanya, distro mencatatkan penjualan sebesar Rp 1.260.250.000,-. Per tahunnya diasumsikan bahwa penjualan mengalami peningkatan sebesar 10%.

Tabel 5.4

Ramalan Penjualan per Tahun

Bulan	2014	2015	2016	2017	2018
	108,200,000	119,020,000	130,922,000	144,014,200	158,415,620
	102,750,000	113,025,000	124,327,500	136,760,250	150,436,275
	102,750,000	113,025,000	124,327,500	136,760,250	150,436,275
	102,750,000	113,025,000	124,327,500	136,760,250	150,436,275
	102,750,000	113,025,000	124,327,500	136,760,250	150,436,275
	102,750,000	113,025,000	124,327,500	136,760,250	150,436,275
	108,200,000	119,020,000	130,922,000	144,014,200	158,415,620
	108,200,000	119,020,000	130,922,000	144,014,200	158,415,620
	102,750,000	113,025,000	124,327,500	136,760,250	150,436,275
	102,750,000	113,025,000	124,327,500	136,760,250	150,436,275
	108,200,000	119,020,000	130,922,000	144,014,200	158,415,620
	108,200,000	119,020,000	130,922,000	144,014,200	158,415,620
Total Penjualan	1,260,250,000	1,386,275,000	1,524,902,500	1,667,392,750	1,845,320,025

Sumber: data Domingo Clothing

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



E. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran yang dilakukan oleh Domingo Clothing adalah :

1. Membuat kritik dan saran

Konsumen berhak menyampaikan keluhan dan masukan langsung kepada pemilik. Data nomor pemilik terdapat pada kartu nama dan tas kanvas. Guna dari penerimaan kritik dan saran adalah untuk memperbaiki kinerja Domingo Clothing dan mengetahui keinginan konsumennya.

2. Pengisian angket

Pada saat tertentu pemilik akan memberikan angket baik melalui *online* ataupun secara langsung. Guna angket ini adalah mengetahui kepuasan konsumen, mengetahui pandangan atau *image* konsumen terhadap Domingo Clothing, dan lain sebagainya.

3. Pengamatan secara langsung

Pengamatan secara langsung akan dilakukan pemilik untuk mengetahui kinerja para karyawan juga memantau kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan yang Domingo Clothing berikan.

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.