

BAB V

RENCANA PEMASARAN



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

A. Rencana Pemasaran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Definisi perencanaan adalah suatu proses antisipasi tentang kejadian dan kondisi di masa yang akan datang, serta menentukan upaya terbaik untuk pencapaian tujuan organisasi. Dengan demikian, perencanaan pemasaran adalah implementasi atau penerapan berbagai kegiatan perencanaan untuk pencapaian tujuan pemasaran.

Setiap manajer pemasaran membutuhkan riset. Penelitian pemasaran melakukan berbagai aktivitas yang luas, mulai dari studi mengenai potensi pasar sampai pangsa pasar, hingga penelitian kepuasan dan perilaku pembelian konsumen. Pertama-tama perusahaan perlu mempelajari atau menganalisis pasar yang tepat untuk menentukan sasaran perusahaan. Salah satunya dengan melakukan *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*.

Untuk mempermudah penulis akan mencantumkan skema langkah-langkah dalam *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning* pasar :

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 5.1

Langkah-langkah dalam *segmentasi, targeting, dan positioning* di pasar



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Segmentasi pasar

Karena pembeli memiliki kebutuhan dan keinginan yang unik, setiap pembeli sebenarnya mempunyai potensi sebagai pasar yang terpisah. Oleh karena itu, idealnya, seorang penjual harus membuat program pemasaran yang terpisah bagi tiap-tiap pembeli. Pada umumnya segmentasi pasar dapat dilakukan dalam beberapa tingkatan yang berbeda-beda, yaitu pemasaran masal, pemasaran segmen, pemasaran makro dan pemasaran mikro. Artinya sebuah produk atau jasa yang ada dapat digunakan oleh semua orang ada yang hanya bisa digunakan oleh orang-orang tertentu saja.

Seorang pemasar harus mencoba menggunakan variabel segmentasi yang berbeda-beda baik dengan satu variabel saja maupun dengan mengkombinasikan beberapa variabel. Variabel-variabel yang biasa digunakan untuk mensegmentasi pasar konsumen adalah geografi, demografi, psikografi, dan perilaku.

2. Targeting

Penetapan target pasar (*targeting*) menurut Kotler dan Armstrong (2009:59), adalah proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen yang akan dimasuki. Target pasar dari Belleza salon adalah remaja dan

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.



dewasa dengan umur 17 sampai dengan 35 tahun khususnya ibu muda yang memiliki anak usia balita hingga 8 tahun, berdomisili di kawasan Kelapa Gading maupun sekitar kawasan Jakarta Utara. Berdasarkan kelas ekonomi ditargetkan pada kelas menengah bagian atas sampai dengan kelas atas bagian atas.

3. *Positioning*

Positioning (posisi produk) menurut Kotler dan Armstrong (2009:247), adalah cara produk didefinisikan oleh konsumen terhadap atribut penting, tempat dimana produk berada dalam pikiran konsumen dibandingkan produk pesaing. *Positioning* merupakan usaha untuk menemukan suatu celah dalam benak konsumen agar konsumen mempunyai gambaran khusus terhadap produk atau jasa perusahaan. *Positioning* memegang peran penting dalam strategi pemasaran perusahaan. Dengan adanya *positioning*, perusahaan memiliki perbedaan dan keunikan tersendiri dalam benak konsumen dibandingkan pesaing perusahaan.

Belleza salon adalah salon kecantikan dengan perawatan yang lengkap dengan berbagai macam perawatan untuk orang tua dan juga anak balita, dengan keunggulan memiliki *mini playground* khusus untuk balita sebagai ruang tunggu. Motto kami adalah “ *One Stop Beauty*” yang dipilih agar konsumen mempercayakan seluruh perawatan kecantikan pada Belleza salon.

B. Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 314), adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk dan jasa, atau jumlah nilai yang diberikan konsumen untuk mendapatkan keuangan dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

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



Dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Penetapan harga bagi produk baru oleh perusahaan yang dilakukan untuk pertama kalinya biasanya menjadi kendala tersendiri bagi perusahaan. Hal ini karena ada sejumlah faktor yang harus dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum melakukan penetapan harga. Oleh karena itu perusahaan harus bisa memahami kondisi perusahaannya dan pesaing potensial lainnya. Sehingga harga menjadi faktor penentu pangsa dan keuntungan perusahaan. Dalam menetapkan harga atas produk atau jasa terdapat beberapa metode. Kotler dan Amstrong (2012 : 319) mengungkapkan metode yang dapat digunakan dalam penetapan harga, yaitu:

1. *Cost-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan biaya)

a. *Cost-Plus-Pricing* (Penetapan harga biaya plus)

Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, dimana metode ini menambah standar *mark-up* terhadap biaya produk.

b. *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* (Analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran)

Suatu Metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga apakah akan *break even* atau membuat target laba yang akan dicari.

2. *Value-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan nilai)

Metode ini menggunakan suatu persepsi nilai dari pembeli (bukan dari biaya penjualan) untuk menetapkan suatu harga.



3. *Competition-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan persaingan)

a. *Going-Rate Pricing* (Penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku)

Perusahaan mendasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya.

b. *Scaled-Bid Pricing* (Penetapan harga penawaran tertutup)

Perusahaan menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan.

Strategi penetapan harga (*pricing strategy*) yang digunakan Belleza salon adalah penentuan harga mengikuti harga pasar untuk salon yang memiliki target pasar yang sama dengan Belleza salon. Selain itu, untuk menjaga harga agar tetap kompetitif terhadap harga yang berlaku di pasar, Belleza salon akan melakukan sejumlah observasi dan riset secara berkala yang bertujuan untuk mengetahui harga yang berlaku di pasar, agar penetapan harga pada Belleza salon dapat berada dalam kisaran yang tepat.

Penetapan kebijakan harga pada usaha jasa Belleza salon dinilai dari beberapa pertimbangan, antara lain :

1. Belleza salon melihat seberapa banyak biaya yang dipakai untuk mendirikan usaha bisnis tersebut, kemudian mempertimbangkan apakah dengan harga yang ditetapkan oleh Belleza salon dapat menutup biaya yang dikeluarkan atau bahkan dapat memberikan keuntungan



2. Terlebih dahulu menentukan target pasar dengan melihat daya beli dari konsumen yang dituju, dan target pasar yang akan dijangkau adalah kelompok menengah hingga menengah ke atas yang memiliki daya beli yang cukup tinggi untuk menggunkan jasa di Belleza salon
3. Harus memperhatikan jenis produk yang digunakan untuk menghasilkan jasa tersebut dan segala fasilitas yang dimiliki Belleza salon

Harga yang ditetapkan oleh Belleza salon untuk layanan salon adalah sebagai berikut :

Tabel 5.1
Daftar Harga Layanan untuk Dewasa Belleza Salon

Perawatan	Treatment	Price
Rambut	Cuci + Blow	50,000
	Gunting	50,000
	Gunting + Blow	60,000
	Gunting poni	25,000
	Blow biasa / Variasi	40,000- 80,000
	<i>Creambath</i>	50,000
	<i>Hair Spa</i>	60,000
	<i>Hair Mask</i>	80,000
	<i>Colouring</i>	300,000- 500,000
	<i>Smoothing</i>	400,000-500,000
	<i>Wash & Hair Do</i>	100,000
		Keriting
	Cabut alis	45,000
Tubuh	<i>Massage</i>	70,000
	Lulur	70,000
Wajah	<i>Facial</i>	80,000
	Masker	50,000

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

	<i>Make up</i>	300,000
Kuku	<i>Manicure</i>	50,000
	<i>Pedicure</i>	55,000
	<i>Nail art</i>	75,000
	<i>Nail art 3D</i>	125,000

Tabel 5.2

Daftar Harga Layanan untuk Anak

Belleza Salon

Cuci + Blow	25,000
Gunting	40,000
Gunting + Blow	65,000
<i>Creambath</i>	40,000
Lulur & Body Masker Buah	50,000
<i>Manicure</i>	40,000
<i>Pedicure</i>	40,000
<i>Nail art</i>	50,000

1. Untuk anggota

Beberapa persyaratan untuk menjadi anggota Belleza salon, yaitu :

- a. Kumpulkan struk perawatan senilai Rp 100.000,00 , berlaku akumulasi, sebanyak 10 stamp.
- b. Dikenakan biaya untuk pembuatan *card member* sebesar Rp 30.000,00
- c. Kartu member berlaku selama 1 tahun

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.



Keuntungan yang didapat, antara lain :

- i. Mendapatkan *discount* sebesar 10% untuk seluruh jasa yang diberikan oleh Belleza salon
- ii. Pada hari ulang tahun mendapatkan *discount* 20% untuk semua jasa layanan yang diberikan Belleza salon.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C Distribusi

Distribusi yang dimaksud adalah lokasi/ tempat dalam melakukan pemasaran yang melibatkan dalam rangka menyediakan produk dan jasa sebuah perusahaan. Belleza salon memiliki lokasi yang cukup strategis yaitu di daerah Kelapa Gading yang merupakan daerah perumahan, apartemen, dan juga terdapat perkantoran disekitarnya.

Faktor-faktor yang harus Belleza salon perhatikan dalam menentukan lokasi bisnis adalah :

1. Dekat dengan target market

Target pasar dari Belleza salon adalah remaja dan dewasa dengan umur 17 sampai dengan 35 tahun khususnya ibu muda yang memiliki anak usia balita hingga 8 tahun, berdomisili di kawasan Kelapa Gading maupun sekitar kawasan Jakarta Utara. Belleza salon ingin agar dapat menjangkau market lebih dekat, sehingga pelanggan lebih mudah untuk mengunjungi, lebih hemat waktu serta biaya bagi pelanggan.

2. Fasilitas transportasi

Bagaimana pelanggan mudah untuk mengakses menuju salon, dengan menggunakan kendaraan pribadi, umum, atau hanya tinggal berjalan kaki.

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. Biaya sewa

Lokasi salon yang strategis otomatis pasti akan memiliki harga sewa yang tinggi. Walaupun selisih dengan lokasi lain yang kurang strategis cukup besar, namun sepanjang selisih harganya masih tertutupi dengan potensi yang akan didapat, lebih baik memang memilih tempat yang strategis walaupun harga akuisisinya lebih mahal. Biaya sewa Belleza salon dengan luas 145 m² adalah Rp 185.000.000,00 per tahun.

4. Legalitas

Aspek legal juga wajib diperhatikan karena akan terlalu beresiko apabila sudah memutuskan memilih lokasi tetapi di kemudian hari bermasalah dalam hal perijinan, regulasi kawasan serta lingkungan sekitar.

5. Lingkungan sekitar

Jenis usaha di kanan- kiri salon akan sedikit berpengaruh terhadap *image* dan mempengaruhi minat kunjungan pelanggan.

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

D. Promosi

Promosi menurut Kotler dan Armstrong (2009 : 63), adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 219), kegiatan promosi secara umum dapat dibagi menjadi lima cara, antara lain:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Periklanan (*advertising*)
Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster yang dipasang di tempat-tempat strategis.
2. Penjualan perseorangan (*personal selling*)
Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.
3. Promosi penjualan (*sales promotion*)
Menjual atau memasarkan produk dengan cara memajang di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.
4. Hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*)
Alat promosi yang memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk yang disampaikan melalui media massa.
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)
Yaitu penjualan menggunakan surat, telepon, *e-mail*, televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan.

Berdasarkan teori diatas, Belleza salon berencana untuk melakukan kegiatan promosi, yaitu dengan cara sebagai berikut:

1. Mengadakan acara *launching* pada saat pembukaan dan peresmian salon.
Acara dilaksanakan selama 1 hari Belleza salon. Acara yang diadakan antara lain:

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 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.
- a. Pengenalan produk dari Belleza salon dengan cara membagikan brosur yang memuat layanan apa saja yang ditawarkan
 - b. Pemberian *discount* sebesar 10% untuk minimal transaksi Rp 100.000,00 selama 1 minggu
2. Periklanan (*advertising*)
 - a. Memasang papan nama salon pada bangunan agar dapat dikenali dengan mudah oleh konsumen
 - b. Menyebarkan brosur ke sejumlah *mall*, perkantoran, dan sekolah-sekolah di kawasan Kelapa Gading, Sunter dan sekitarnya.
 - c. Memasang spanduk di daerah sekitar salon agar mudah dilihat oleh semua orang yang melewati jalan tersebut.
 3. Promosi penjualan (*sales promotion*)
 - a. Menawarkan program keanggotaan salon seperti membuat kartu member yang menawarkan sejumlah manfaat bagi konsumen
 - b. Menawarkan paket perawatan gabungan dengan harga yang lebih murah
 - c. Memberikan promo tiap bulannya
 - d. Memberikan *souvenir* pada pembukaan salon
 4. Pemasaran secara langsung (*direct marketing*)

Belleza salon akan membuat *website* pribadi agar para konsumen bisa mendapatkan informasi tentang pelayanan yang akan di berikan oleh Belleza salon dan dapat digunakan konsumen untuk memberikan pertanyaan, kritik dan saran



E. Ramalan Penjualan

Ⓒ Ramalan penjualan merupakan dasar perencanaan bagi berbagai aktivitas di perusahaan. Pada umumnya rencana kerja suatu perusahaan dibuat berdasarkan sasaran penjualan atau aktivitas lainnya yang berasal dari ramalan penjualan. Dengan demikian ramalan penjualan merupakan elemen penting dalam kegiatan pemasaran maupun bidang-bidang lainnya.

Peramalan penjualan merupakan teknik perkiraan atau proyeksi secara teknis permintaan konsumen untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi. Dalam hal ini, hasil dari suatu ramalan lebih merupakan pernyataan atau penilaian terhadap kondisi masa depan mengenai penjualan sebagai proyeksi dari permintaan konsumen untuk jangka waktu tertentu.

Tabel 5.3

Ramalan Penjualan satu bulan Belleza salon (dalam Rupiah)

Perawatan rambut		Weekdays		Weekends	
		(per orang)		(per orang)	
Cuci + Blow	50,000	2	100,000	4	200,000
Blow biasa / Variasi	60,000	1	60,000	2	120,000
Gunting + Blow	60,000	2	120,000	3	180,000
Gunting	50,000	1	50,000	2	100,000
Gunting poni	25,000	1	25,000	1	25,000
Creambath	50,000	2	100,000	3	150,000
Hair Spa	60,000	1	60,000	2	120,000
Colouring	400,000	1	400,000	1	400,000
Smoothing	450,000	1	450,000	1	450,000
Wash & Hair Do	100,000	1	100,000	3	300,000
Keriting	100,000	1	100,000	2	200,000

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

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



Cabut alis	45,000	1	45,000	2	90,000
Hair Mask	80,000	1	80,000	2	160,000
Perawatan tubuh					
Massage	70,000	1	70,000	2	140,000
Lulur	70,000	1	70,000	2	140,000
Perawatan Wajah					
Facial	80,000	1	80,000	2	160,000
Masker	50,000	1	50,000	1	50,000
Makeup	300,000	1	300,000	3	900,000
Perawatan Kuku					
Manicure	50,000	1	50,000	2	100,000
Pedicure	55,000	1	55,000	2	110,000
Nail art	75,000	1	75,000	2	150,000
Nail art 3D	125,000	1	125,000	2	250,000
Perawatan anak					
Cuci Blow	25,000	1	25,000	1	25,000
Gunting	40,000	1	40,000	2	80,000
Gunting + Blow	65,000	1	65,000	2	130,000
Cream bath	40,000	1	40,000	1	40,000
Lulur & Body Masker					
Buah	50,000	1	50,000	1	50,000
Manicure	40,000	1	40,000	2	80,000
Pedicure	40,000	1	40,000	2	80,000
Nail art	50,000	1	50,000	2	100,000
			2,915,000		5,080,000
		X 20 hari	58,300,000	X 10 hari	50,800,000
Total pendapatan rata-rata per bulan					109,100,000
Total pendapatan rata-rata per tahun					1,309,200,000

Catatan : Ramalan penjualan di proyeksikan naik 10% tiap tahunnya.

1. Ditaring 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.



F. Pengendalian Pemasaran

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Pengendalian / Evaluasi kegiatan pemasaran adalah usaha memberikan petunjuk pada para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana. Pengendalian pemasaran merupakan lanjutan yang wajar dari perencanaan, organisasi dan pelaksanaan pemasaran.

Umpan balik dari evaluasi keefektifan strategi pemasaran kemungkinan berpengaruh pada fase lain dalam proses manajemen pemasaran strategis. Sistem umpan balik secara sederhana mengukur keluaran dari proses dan menjadikan masukan dari tindakan korektif untuk memperoleh keluaran yang diinginkan. Konsekuensi dari penggunaan sistem pengendalian umpan balik adalah bahwa keberlangsungan kinerja yang tidak memuaskan sampai kesalahan fungsi ditemukan. Salah satu teknik untuk mengurangi masalah yang berhubungan dengan pengendalian umpan balik adalah pengendalian umpan ke depan. Sistem umpan ke depan memantau masukan ke dalam sebuah proses untuk memastikan apakah masukan sesuai dengan yang direncanakan, jika tidak maka masukan atau mungkin proses diubah agar memperoleh hasil yang diinginkan. Pengendalian pemasaran adalah penilaian, pengecekan dan memonitor usaha-usaha pemasaran dan penjualan perusahaan yang telah dilakukan agar sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan digunakan sebagai landasan untuk mengadakan penyesuaian yang diperlukan.

Beberapa pengendalian pemasaran yang akan dilakukan Belleza salon adalah sebagai berikut:

1. Berdiskusi untuk tukar pendapat antara pekerja tiap bagian yang bekerja sama dalam menangani urusan salon. Pendapat ini diharapkan dapat membantu

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.



perkembangan salon ke arah yang lebih baik. Dengan berdiskusi pula pemilik akan mengetahui secara detail apa yang terjadi, perkembangan, dan kegiatan operasional harian dalam salon tersebut. Dengan masukan dari berbagai pihak, pemilik dapat menentukan strategi sekaligus evaluasi terhadap kinerja pegawai.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Selalu memperbarui isi *website* dengan informasi- informasi terbaru tentang salon, promo- promo yang ditawarkan, pengenalan akan *trend* model rambut yang *up to date* dan sebagainya.
2. Berinteraksi dengan pelanggan, apakah sudah puas dengan layanan promosi yang diberikan dengan menyediakan kotak saran dan kritik.
3. Mengamati kinerja pegawai, kualitas, kenyamanan salon dan pelayanan terhadap pelanggan secara langsung. Hal ini penting dalam proses menjaga kualitas produk dan pelayanan untuk menjaga citra baik salon.
4. Melakukan riset pesaing dengan mengadakan survei dan observasi untuk mengetahui apa yang ditonjolkan oleh pesaing, mempelajari seberapa sering pesaing melakukan promosi, bagaimana strategi penjualannya, berapa harga jual produk dan jasa yang ditawarkan pesaing dan informasi lainnya.

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.