



## BAB V

### RENCANA PEMASARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Strategi Penetapan Harga

Menurut Philip Kotler (2008:345) “Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa”, lebih luas lagi dijelaskan sebagai jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Berikut adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan pada saat menetapkan harga:

##### 1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai

Penetapan harga berdasarkan nilai maksudnya adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan berdasarkan biaya dari penjual. Besarnya harga tergantung seberapa besar barang yang didapat memiliki nilai bagi si pembeli. Perlu diingat bahwa nilai yang baik tidak sama dengan nilai yang murah. Perusahaan dituntut untuk harus mampu menganalisis dan memahami nilai-nilai apa yang menjadi kebutuhan dan persepsi konsumen mengenai suatu produk maupun jasa.

##### 2. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-based pricing*)

Penetapan harga berdasarkan biaya merupakan salah satu penetapan harga yang paling sederhana dan mudah dilakukan, hal ini dikarenakan harga ditentukan berdasarkan penetapan semua biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi barang, kemudian menambahkan sejumlah *mark-up* sebagai bentuk pengembalian atas imbalan bagi usaha atas produk maupun jasa yang diberikannya. Terdapat dua macam langkah yang dapat dilakukan didalam menentukan harga berdasarkan biaya:

- Biaya Unit = Biaya Variabel + (Biaya Tetap/Jumlah Penjualan)
- Harga *Mark-up* = Biaya Unit / (1- Laba Penjualan yang Diinginkan)

##### 3. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan

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 IBIKGG.

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



Penetapan harga berdasarkan persaingan berarti menetapkan harga berdasarkan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pesaing terhadap produk maupun jasa yang sama.

Berdasarkan teori yang ada diatas, maka *Dyton Corp* menggunakan strategi penetapan harga berdasarkan persaingan. Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat konsumen, sehingga harga yang ditentukan sebaiknya tidak lebih mahal dibandingkan pesaing, artinya adalah minimal sama atau lebih murah. Berikut adalah informasi mengenai harga produk yang ditawarkan oleh *Dyton Corp*, pada

Tabel 5.1

**Tabel 5.1**  
**Harga Produk *Dyton Corp* (dalam rupiah)**

No.	Produk	Harga
	<i>Mummy</i>	350.000
	<i>S.H.I.E.L.D vs Hydra</i>	60.000
	<i>Identity</i>	60.000

Sumber :*Dyton Corp*

Penetapan harga produk *Mummy* yang berada pada kisaran harga Rp.350.000 dikarenakan produk-produk sejenis dari pesaing memiliki kisaran harga \$30-\$100 atau sekitar Rp.360.000 sampai Rp.1.200.000 (\$1 = Rp.12.000) tergantung dari bahan yang digunakan, besar kecil serta banyaknya peralatan permainan dan daerah dimana permainan dijual. Harga dapat berkisar setinggi itu dikarenakan beberapa produk pesaing yang menggunakan bahan logam dan dibuat dengan sangat baik, namun *Dyton Corp* tidak masuk kedalam pasar permainan dengan rentang harga semahal itu, sehingga harga yang dimasukan sebagai pesaing berkisar dibawah Rp.1.000.000 . Berikut adalah tabel perbandingan harga *Mummy* dengan pesaing pada Tabel 5.2

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.





## B. Distribusi

Menurut Kottler dan Keller (2009:14) distribusi merupakan salah satu sarana bagi pemasar untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna. Perusahaan dituntut untuk harus mampu memiliki saluran distribusi yang baik dan jelas.

Rahmat Lupiyoadi (2009:93) mengatakan bahwa distribusi yang terkait dengan perusahaan jasa, dapat terbagi kedalam beberapa elemen yang berpartisipasi diantaranya adalah:

1. Penyedia Jasa
2. Perantara
3. Konsumen

Terdapat dua macam tingkatan didalam saluran distribusi, yaitu:

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

Selain itu, terdapat pula beberapa tipe saluran distribusi, yakni:

1. *Zero Level Channel*  
Saluran distribusi bentuk ini hanya terdiri dari produsen dan konsumen akhir, sehingga tidak terdapat perantara diantara mereka. Penyaluran dilakukan secara langsung oleh pelaku usaha kepada pelanggan.
2. *One Level Channel*  
Saluran distribusi bentuk ini memiliki satu perantara, misalnya saja pengecer. Pada pasar konsumsi perantara biasanya merupakan pedagang berskala besar ataupun grosir, sedangkan pada pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur industri.



3. *Two Level Channel*

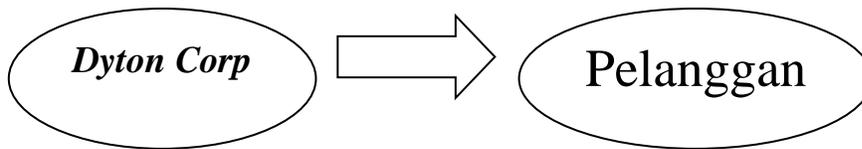
Terdapat dua perantara penjualan pada saluran distribusi bentuk ini. Di dalam pasar konsumsi, perantara merupakan pedagang besar atau grosir dan sekaligus pengecer. Sedangkan dalam pasar industri, biasanya merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

4. *Three Level Channel*

Saluran distribusi bentuk ini memiliki tiga perantara, yaitu pedagang besar (grosir), pemborong serta pengecer.

Berdasarkan teori tingkatan saluran distribusi maka *Dyton Corp* menggunakan saluran distribusi secara langsung (tanpa perantara). Berdasarkan tipe saluran distribusi tersebut sebagai *Zero Level Channel*, dikarenakan *Dyton Corp* berhubungan secara langsung dengan pelanggan

**Gambar 5.1**  
*Zero Level Channel*



Sumber : *Dyton Corp*

**C. Promosi**

Promosi merupakan hal yang perlu dilakukan oleh semua orang yang menjalankan bisnis dalam upaya untuk menarik perhatian calon konsumen. Promosi yang dilakukan dengan baik, tepat dan menarik dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap penjualan. Buchari Alma (2006) menyatakan bahwa promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Didalam upaya melakukan promosi, terdapat berbagai

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.



macam cara yang dapat dilakukan, berikut adalah promosi yang dilakukan oleh *Dyton Corp*:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Event

a. Pameran

Mengadakan pameran di lokasi *Dyton Corp* saat pembukaan selama 3 hari. Memberikan *Door Prize* setiap harinya selama 2 hari kepada 5 orang pemenang yang beruntung. Hadiah yang diberikan adalah 2 buah produk *Mummy*, dan 3 buah produk *S.H.I.E.L.D vs Hydra*. Pada hari ketiga akan diadakan lomba permainan *Dyton Corp*. Untuk detail lomba akan tertera di point B. Selama masa pameran semua harga produk akan mendapat potongan sebesar 20%.

b. Lomba

Mengadakan perlombaan setiap tahun 1 kali dan memberikan hadiah berupa uang tunai. Perlombaan akan dilaksanakan selama 1 hari pada hari ulang Tahun *Dyton Corp*. Produk yang dilombakan adalah produk baru bulan Januari. Besar hadiah yang diberikan dapat dilihat pada Tabel 5.4

Tabel 5.4

Hadiah Perlombaan *Dyton Corp*

Juara 1	Rp. 1.000.000
Juara 2	Rp. 500.000
Juara 3	Rp. 250.000

Sumber : *Dyton Corp*

2. Promo

Melakukan promo berarti memberikan penawaran-penawaran khusus kepada calon konsumen. Metode promo yang digunakan oleh *Dyton Corp* akan dilakukan berbeda-beda setiap bulan. Misalnya saja promo harga yang diberikan berupa *price bundling, fight our team, bulk order*. Detail mengenai promo yang akan digunakan oleh *Dyton Corp* dapat dilihat pada Tabel 5.5

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Tabel 5.5**  
**Promo Dyton Corp (dalam rupiah)**

No.	Promo	Harga	Keterangan
1.	<i>Price-bundling</i>	380.000	Membeli dua produk sekaligus ( <i>Mummy</i> dan <i>S.H.I.E.L.D vs Hydra</i> ) dengan harga 380 ribu.
2.	<i>Fight our team</i>	Discount 5%	Bila berhasil mengalahkan tim dari <i>Dyton Corp</i> untuk permainan yang dipilih akan mendapatkan diskon sebesar 5% atas permainan tersebut.
3.	Bulk Order	-	Untuk pembelian diatas 10, harga produk menjadi : 1. <i>Mummy</i> menjadi Rp. 300.000 2. <i>S.H.I.E.L.D vs Hydra</i> menjadi Rp. 51.000

Sumber :*Dyton Corp*

3. Media Cetak :

c. Pembagian Brosur

*Dyton Corp* akan membagikan brosur kepada masyarakat disekitarnya, mulai dari para pejalan kaki, pengunjung-pengunjung cafe hingga ke komplek perumahan serta, kost-kostan .Dengan begitu, diharapkan masyarakat sekitar dapat mengenal *Dyton Corp* sebagai penyedia produk permainan *board game* dan *card game* pertama di Indonesia. Biaya pembuatan brosur terdapat pada Tabel 5.6

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.



**Tabel 5.6**

**Biaya Pembuatan Brosur *Dyton Corp***

Detail	Jumlah (1rim = 500 lembar)	Harga	Total
paper 120 gram UkuranA4 (21x29.7cm) Cetak 4/4 Full Colour 2 sisi	3 rim	Rp.150.000,00	Rp. 450.000,00

Sumber: <http://www.pusatpercetakan.com>

d. Pemasangan Spanduk

*Dyton Corp* akan melakukan pemasangan spanduk agar dapat mudah dilihat dan dikenali oleh masyarakat sekitar. Berikut adalah biaya yang dikeluarkan untuk pemasangan spanduk yang dinyatakan dalam Tabel 5.7

**Tabel 5.7**

**Biaya Pembuatan Spanduk *Dyton Corp***

Ukuran Spanduk	Biaya Cetak/Meter	Total
1 x 5 m	Rp.30.000,00	Rp. 150.000,00

Sumber : *Dyton Corp*

e. Pembuatan Kartu Nama

Kartu nama merupakan data diri mengenai perusahaan, oleh karenanya *Dyton Corp* akan memanfaatkan kartu nama sebagai salah satu cara promosi. Kartu nama akan dibagikan kepada pemilik-pemilik cafe, juga diberikan kepada setiap pembeli *Dyton Corp*. Biaya yang diperlukan untuk pembuatan kartu nama dapat dilihat pada Tabel

5.8



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



**Tabel 5.8**

**Biaya Pembuatan Kartu Nama *Dyton Corp***

Detail	Harga Per-box (100 lembar)	Unit	Total
Ukuran 9x5.5cm Art Carton 260gr Berwarna (1 sisi)	Rp.25.000,00	10	Rp.250.000,00

Sumber : *Dyton Corp*

Media Elektronik :

f. Pembuatan *Website*

Untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan memudahkan pelanggan memperoleh informasi mengenai *Dyton Corp* dan produk permainannya, maka pembuatan *website* sangat diperlukan. Pada *website* ini akan berisikan informasi mengenai perusahaan, produk, detail produk, layanan, harga, jam operasional, alamat, foto dan lainnya. Biaya yang diperlukan dapat dilihat pada Tabel 5.9

**Tabel 5.9**

**Biaya Pembuatan *Website Dyton Corp***

Harga	Fasilitas
Rp. 1.500.000,-	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kapasitas Hosting 1GB</li> <li>2. Free Domain dan Desain</li> <li>3. Band width <i>unlimited</i></li> <li>4. <i>Free pages</i> 10 dan <i>post / portofolio</i> 25</li> <li>5. Domain <i>email</i> 5</li> <li>6. <i>Free</i> Konsultasi CEO</li> <li>7. Biaya Perpanjangan pertahun RP. 500.000,00</li> </ol>

Sumber: <http://ipuiweb.com/harga-2/>

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.



g. Media Social

Media social sekarang ini merupakan hal yang umum dan sangat diminati oleh masyarakat. *Dyton Corp* akan memanfaatkan media social seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Kaskus* dan lainnya. Selain itu website dengan promo diskon seperti *qoo10.com*, [disdus.com](http://disdus.com), [blibli.com](http://blibli.com) dan *rakuten.com* juga akan digunakan oleh *Dyton Corp* dalam upaya menarik dan memperkenalkan diri kepada calon konsumen.

D. Ramalan Penjualan

Berikut adalah ramalan penjualan *Dyton Corp* 2015-2019, yang dinyatakan dalam

Tabel 5.10

Tabel 5.10

Ramalan Penjualan *Dyton Corp* 2015-2019 (Dalam Rupiah)

Bulan	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	50,295,000	56,102,568	62,580,736	69,806,939	77,867,553
Februari	60,354,000	67,323,082	75,096,884	83,768,327	93,441,063
March	52,809,750	58,907,696	65,709,773	73,297,286	81,760,930
April	55,450,238	61,853,081	68,995,262	76,962,151	85,848,977
May	55,450,238	61,853,081	68,995,262	76,962,151	85,848,977
June	51,014,219	56,904,835	63,475,641	70,805,178	78,981,059
July	53,564,929	59,750,076	66,649,423	74,345,437	82,930,111
August	53,564,929	59,750,076	66,649,423	74,345,437	82,930,111
September	50,886,683	56,762,573	63,316,952	70,628,166	78,783,606
October	53,431,017	59,600,701	66,482,799	74,159,574	82,722,786
November	53,431,017	59,600,701	66,482,799	74,159,574	82,722,786
December	57,705,498	64,368,757	71,801,423	80,092,340	89,340,609
<b>Total</b>	<b>647,957,518</b>	<b>722,777,228</b>	<b>806,236,376</b>	<b>899,332,560</b>	<b>1,003,178,568</b>

Sumber : Analisa Penulis

Untuk meramalkan penjualan 5 tahun kedepan, *Dyton Corp* menggunakan berbagai macam asumsi yakni:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengcantumkan 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.



1. Penjualan *Dyton Corp* menggunakan pendekatan penjualan yang bersifat kualitatif, yakni menggunakan intuisi, pengalaman pribadi dan berdasarkan pendapat dari yang melakukan peramalan yaitu pendiri usaha. Meskipun menggunakan intuisi dari pemilik usaha, bukan berarti peramalan ini tidak berdasar. Pemilik mempertimbangkan kemungkinan terbelinya produk berdasarkan harga dan daya beli masyarakat sekitar terutama pemilik sendiri termasuk konsumen yang senang mengoleksi permainan sejenis ini. Jumlah penjualan yang diramalkan oleh pemilik pun masih sangat masuk akal dan sangat mungkin untuk dicapai.

Perkiraan kenaikan dan penurunan penjualan *Dyton Corp* melalui Tabel 5.10 dapat dilihat bagaimana pergerakan penjualan *Dyton Corp* dari tahun 2015-2019. Tabel diatas menunjukkan bahwa *Dyton Corp* mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya. Berikut adalah rincian atas kenaikan dan penurunan penjualan *Dyton Corp*:

a. Pada bulan Januari 2015, angka penjualan diperoleh melalui asumsi penjualan kualitatif, *Dyton Corp* memprediksikan produk laku paling sedikit 1 untuk harga normal, 2 untuk harga diskon per hari, serta 1 untuk *bulk order* setiap 5 hari. Angka penjualannya termasuk sangat rendah karena hal ini didasarkan atas baru berdirinya perusahaan ini dan belum terkenalnya *Dyton Corp* dimata konsumen. Berikut adalah detail perkiraan penjualan yang terjadi pada bulan Januari 2015 yang ditunjukkan pada Tabel 5.11 dan akan menjadi dasar perhitungan ramalan penjualan dibulan selanjutnya.

**Tabel 5.11**

**Ramalan Penjualan *Dyton Corp* Januari 2015**



No.	Produk	Jumlah	Harga	Total
1.	<i>Mummy</i>	15	Rp. 350.000,00	Rp. 5.250.000,00
2.	<i>S.H.I.E.L.D vs Hydra</i>	15	Rp. 60.000,00	Rp. 900.000,00
3.	<i>Bundling</i>	30	Rp. 380.000,00	Rp. 11.400.000,00
4.	<i>Mummy (discount 5%)</i>	30	Rp. 332.500,00	Rp. 9.975.000,00
5.	<i>S.H.I.E.L.D vs Hydra (discount 5%)</i>	30	Rp. 57.000,00	Rp. 1.710.000,00
6.	<i>Bulk Order (Mummy)</i>	6	Rp. 3.000.000,00	Rp. 18.000.000,00
7.	<i>Bulk Order (S.H.I.E.L.D vs Hydra)</i>	6	Rp. 510.000,00	Rp. 3.060.000,00
<b>Total Per-bulan</b>				Rp. 50.295.000,00
<b>Total Per hari (Total per-bulan / 30)</b>				Rp. 1.676.500,00

Sumber : Analisa Penulis

Unit *Mummy* dan *S.H.I.E.L.D vs Hydra* harga normal diprediksi terjual sebanyak 1 unit per-bulan berdasarkan perhitungan produk terjual 1 dalam 2 hari. Sedangkan untuk promo-promo harga seperti *Discount 5%* karena melawan tim dan *bundling price* akan terjual 1 unit 1setiap harinya. Untuk *bulk order* 6 mengartikan bahwa diyakini setiap 5 hari minimal ada 1 paket *bulk order* dari setiap jenis permainan yang terjual .

Penjualan pada bulan Februari penjualan akan meningkat sebanyak 20%, hal ini dikarenakan pada bulan ini terdapat perayaan Tahun Baru Imlek sehingga banyak anak muda yang mendapatkan uang dari orang tuanya dan tingkat konsumsi meningkat secara keseluruhan, serta meluasnya perbincangan *Dyton Corp* sebagai toko baru di daerah tanjung duren meningkatkan konsumen. Peningkatan ini hanya terjadi di bulan ini saja.

Penjualan bulan Maret kembali turun namun meningkat 5% bila dibandingkan dengan bulan Januari, karena produk semakin terkenal dan imbas imlek masih tersisa.

Bulan April penjualan meningkat lagi sebesar 5% karena pengeluaran produk baru selama 3 bulan 1x sehingga pasar meluas.

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



- e. Penjualan bulan Mei konstan atau sama dengan bulan sebelumnya
- f. Juni merupakan bulan pergantian kelas dan libur pelajaran, sehingga banyak masyarakat yang memanfaatkan untuk berpergian bersama keluarga. Alokasi dana akan berpindah untuk liburan sehingga penjualan akan turun 8%
- g. Bulan Juli penjualan meningkat lagi sebesar 5% karena pengeluaran produk baru selama 3 bulan sekali sehingga pasar meluas.
- h. Pada bulan Agustus konstan atau sama dengan bulan sebelumnya.
- i. Bulan September adalah Hari Perayaan Idul Adha, penjualan diperkirakan akan mengalami penurunan sebesar 5%. Dikarenakan masyarakat cenderung akan mengalokasikan pendapatannya untuk membeli hewan kurban.
- j. Bulan Oktober penjualan meningkat lagi sebesar 5% karena pengeluaran produk baru selama 3 bulan 1x sehingga pasar meluas.
- k. Penjualan bulan November konstan atau sama dengan bulan sebelumnya
- l. Bulan Desember merupakan bulan yang penuh dengan libur, banyak perayaan dan hadiah karena natal. Maka diprediksi penjualan akan meningkat sebesar 8%. Hanya untuk bulan ini saja.
- m. Bulan January tahun depan penjualan meningkat lagi sebesar 5% karena pengeluaran produk baru selama 3 bulan 1x sehingga pasar meluas. Untuk bulan-bulan berikut peningkatan akan munculnya produk baru hanya akan meningkatkan penjualan 5% karena produk lama sudah mulai disaingi oleh produk baru sendiri.

## E. Pengendalian Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2008:68) Kendali Pemasaran adalah proses mengukur dan mengevaluasi hasil strategi dan rencana pemasaran serta mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa tujuan telah tercapai.

Melakukan pengendalian dengan mengukur dan mengevaluasi sangat perlu dilakukan oleh usaha manapun. Oleh karenanya *Dyton Corp* akan melakukan beberapa macam pengendalian dalam upaya untuk memastikan bahwa aktifitas dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan arah yang telah ditetapkan. Apabila ada kesalahan ataupun masalah, diharapkan bahwa dapat segera diselesaikan sehingga tidak memberikan efek

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



negatif yang berkepanjangan kepada jalannya usaha. Berikut adalah beberapa pengendalian pemasaran yang akan dilakukan oleh *Dyton Corp*:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Melakukan *meeting* setiap pagi  
Melakukan meeting setiap pagi dengan seluruh pekerja bertujuan untuk mengingatkan kembali karyawan akan visi misi *Dyton Corp* setiap paginya, dan mengingatkan pelayan akan pentingnya keramah tamahan dengan konsumen. Meeting juga berfungsi untuk memberitahu pelayan perkembangan perusahaan seperti sudah mulai dijualnya produk baru dan sebagainya.
2. *Feedback* dari pelanggan  
*Feedback* berarti umpan balik. Umpan balik dari pelanggan diperoleh untuk mengetahui kinerja dari perusahaan kita, bila hasil umpan balik baik maka kinerja kita disukai oleh konsumen. Umpan balik yang buruk menjadi evaluasi bagi perusahaan untuk bekerja lebih baik dan lebih fokus kepada konsumen. Umpan balik selain menilai kinerja, bagi *Dyton Corp* juga diberdayakan untuk para konsumen memberikan usul-usul permainan serta ide-ide permainan agar konsumen merasa dihargai dan diperhatikan.
3. *Feedback* dari pekerja  
*Feedback* perlu dilakukan tidak hanya kepada pelanggan namun juga pekerja. *Dyton Corp* merupakan usaha yang menggunakan keahlian pekerja sebagai kekuatan utama usahanya, tanpa mereka usaha ini tidak dapat berjalan dengan baik. Melalui *feedback* ini, *Dyton Corp* dapat mengetahui apa yang menjadi keluhan para pekerja dan apa yang mampu memotivasi mereka. Apa masalah yang dialaminya selama bekerja, dan saran-saran mereka untuk memajukan usaha. Melakukan hal ini tentu dapat membuat pekerja menjadi *loyal*, merasa memiliki dan dimiliki, dan bekerja lebih maksimal. Hal ini tentunya akan memberikan pengaruh positif terhadap jalannya usaha.
4. Melakukan rapat evaluasi setiap akhir bulan

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.

Rapat evaluasi atas aktifitas yang telah dilakukan selama sebulan penuh oleh *Dyton Corp* ditujukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada, serta meningkatkan apa yang sudah baik. Penilaian untuk evaluasi diambil dari *feedback* konsumen maupun pekerja, pencapaian visi misi, target dan lainnya. Dalam rapat evaluasi ini juga dapat dimanfaatkan oleh *Dyton Corp* untuk memberikan apresiasi positif kepada pekerja yang telah melakukan pekerjaannya dengan baik. Selain itu, melalui rapat ini *Dyton Corp* juga dapat melihat bagaimana tingkatan penjualan yang telah dilakukan selama sebulan, apakah selalu bertumbuh, stabil atau tidak serta apa penyebabnya.

**© 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.

