



## BAB V

### PERENCANAAN PEMASARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Harga

Harga merupakan salah satu elemen dalam *Marketing Mix* (4P). Menurut Kotler dan Armstrong (2012:76) harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Seorang manajer harus dapat menetapkan harga yang tepat. Seorang manajer juga harus dapat mengetahui reaksi konsumen setelah harga produk ditentukan, maka dari itu seorang manajer harus menentukan *markups*, diskon, dan lain sebagainya yang dapat berhubungan terhadap penjualan.

Ada beberapa teknik untuk menentukan harga yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2012:315) yaitu:

##### 1. *Customer Value-Based Pricing*

*Customer Value-Based Pricing* adalah salah satu metode untuk menentukan harga berdasarkan nilai yang diterima oleh konsumen itu sendiri. Yang dimaksud dari nilai bukanlah biaya dari pembuatan produk namun penilaian konsumen terhadap produk tersebut. 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. *Cost-Based Pricing*

*Cost-Based Pricing* adalah penetapan harga berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut. Penetapan harga menggunakan metode ini merupakan salah satu penetapan harga yang paling sederhana dan mudah dilakukan, hal ini dikarenakan harga ditentukan berdasarkan penetapan

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.



semua biaya-biaya yang dimiliki oleh perusahaan kemudian menambahkan sejumlah *mark-up* sebagai bentuk pengembalian atas imbalan bagi usaha atas produk maupun jasa yang diberikannya. Terdapat dua langkah yang dapat dilakukan didalam menentukan harga berdasarkan biaya:

a. Langkah pertama harus mengetahui biaya untuk memproduksi produk per unit dengan cara:

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

b. Langkah kedua yaitu menentukan tingkat *mark-up* atau pengambilan keuntungan dari produk tersebut dengan cara:

$$\begin{aligned} &\text{Harga mark up} \\ &= \frac{\text{Biaya Unit}}{(1 - \text{Tingkat pengembalian dari Penjualan yang Diharapkan})} \end{aligned}$$

3. *Competition-Based Pricing*

Metode yang terakhir yaitu penetapan harga berdasarkan harga yang ditetapkan dengan pesaing terdekat perusahaan yang menjual produk yang sama.

Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas, maka *Vapehouse* menggunakan strategi penetapan harga berdasarkan biaya dari produk atau *cost-based pricing*. Karena metode inilah yang dirasa paling cocok oleh penulis untuk menetapkan harga pada produk ini. Cara penghitungannya adalah menjumlah semua biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk kemudian menambahkan margin keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

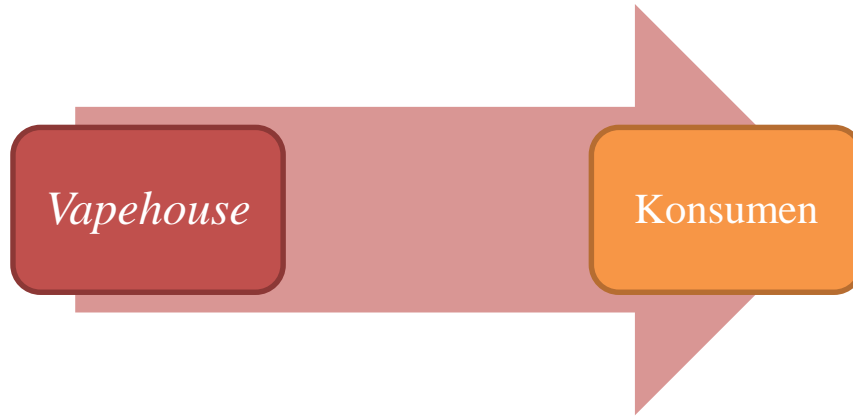
Institute Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Gambar 5.1

Saluran Distribusi Langsung *Vapehouse*



Sumber: *Vapehouse*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Promosi

Promosi merupakan salah satu elemen yang penting pula dalam bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:76) yang dimaksud dengan promosi adalah segala macam aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menarik atau memberikan pengaruh kepada konsumen untuk melakukan pembelian produk. Kegiatan promosi yang baik dan tepat dilakukan oleh perusahaan akan membawa perusahaan untuk meningkatkan penjualannya

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:432) ada lima alat promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu:

1. Periklanan (*advertising*)

Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.





## 2. Penjualan perseorangan (*personal selling*)

- Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.

## 3. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

## 4. Hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*)

Membangun hubungan yang baik dengan public dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan juga menangani isu-isu, rumor, dan event yang disampaikan melalui media massa.

## 5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, e-mail, televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan.

© 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.



Karena promosi memiliki peranan penting bagi sebuah perusahaan, khususnya perusahaan yang baru, maka *Vapehouse* berencana untuk melakukan kegiatan promosi sebagai berikut:

### 1. Melalui Media Publisitas – Jejaring Sosial

Media jejaring sosial sangatlah penting melihat masyarakat sekarang ini yang sangat gemar untuk melakukan kegiatan sosial melalui media *online*. Media jejaring sosial memiliki beberapa keuntungan seperti harganya yang tidak terlalu mahal, jangkauannya fleksibel. Yang dimaksud dengan fleksibel, media ini bisa menjadi suatu media promosi yang memiliki jangkauan yang sangat luas dan juga bisa menjadi media promosi yang sangat fokus terhadap grup yang memiliki karakteristik yang sama.

Yang akan digunakan oleh *Vapehouse* adalah situs-situs jejaring sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*. Tujuan *Vapehouse* menggunakan situs-situs jejaring sosial ini adalah karena menurut penulis situs-situs ini sedang sangat terkenal di kalangan masyarakat di Jakarta.

### 2. Melalui Media Publisitas – Website

Media interaktif *website* harus dimiliki perusahaan, hal ini karena *website* bisa dibuka oleh siapa saja dan kapanpun, sehingga dapat memastikan perusahaan tidak kehilangan konsumen. Selain itu dengan memiliki *website* perusahaan juga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. *Website* yang terawat dengan baik, sering di-*update* dan memiliki tampilan yang bagus biasanya mendapatkan promosi-promosi yang gratis dari *Google* dengan cara



ketika orang mencari menggunakan *Google website* perusahaan dapat tampil di paling atas.

Melihat keuntungan-keuntungan diatas membuat *Vapehouse* tertarik untuk menggunakan media ini. meskipun harus membayar sejumlah uang yang agar dapat membuat *website* dan juga untuk mempertahankan *website* tersebut.

### 3. Melalui Media Publisitas – *Word of Mouth*

Perusahaan juga dapat menggunakan metode ini. Tujuan *Vapehouse* menggunakan metode ini karena memanfaatkan peluang dimana kalangan anak muda yang menjadi targetnya. Kalangan anak muda sangat identik dengan berbagi cerita tentang hal-hal baru sehingga dengan menyebar keunggulan produk seperti dari sisi kesehatan, kepraktisan, akan meningkatkan kesempatan untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan baru.

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.







Tabel 5.1

Ramalan Penjualan <i>Vapehouse</i> (Dalam Unit) Periode 2016/2017 November – Oktober													
Daftar Produk	Periode												Total Penjualan 1 Tahun
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sep	Okt	
<b>Mod</b>													
Vamo	2	3	4	5	6	8	10	10	8	9	10	11	86
Istick	2	3	3	4	6	6	7	7	6	6	6	7	63
Hanna Mod	4	4	5	6	7	8	9	9	7	8	8	9	84
Sigelei	2	3	4	5	5	7	7	7	5	4	5	6	60
<b>Automizer</b>													
SMOK RSBT	2	2	3	4	5	6	6	7	6	5	6	7	59
Plumevil	1	1	2	2	3	4	5	6	5	5	5	6	45
Magma	2	2	2	3	4	5	6	7	7	7	8	9	62
<b>Liquid</b>													
Ejuice	10	15	20	20	20	25	30	30	25	20	25	30	270
Hand of Midas	5	5	6	7	7	8	9	9	8	7	8	9	88
Madhouz	6	7	7	8	9	9	10	10	9	8	9	10	102
Anne & Jane	5	5	4	5	6	6	7	8	7	6	6	7	72
Mother's Milk	4	4	5	6	6	7	8	8	7	7	8	9	79
<b>Kawat Kantal</b>													
30 awg / 5 m	2	3	3	4	5	6	7	7	7	8	9	10	71
28 awg / 5 m	3	3	3	4	5	6	7	8	7	7	8	9	70
26 awg / 5 m	3	3	4	5	6	7	7	8	7	8	9	9	76
<b>Baterai</b>													
Tipe 18650	4	4	5	6	7	7	8	9	8	7	8	9	82
Tipe 18550	2	3	4	5	6	7	7	8	7	8	8	8	73
Tipe 18350	2	2	3	3	4	4	5	6	7	6	5	4	51

Sumber: *Vapehouse*



1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya intelektual yang diterbitkan, penulisan kritik dan tinjauan, atau masalah.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan, atau masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang diterbitkan.  
 2. Dilarang menjiptakan dan memperjualbelikan hak cipta ini tanpa izin IB KKG.

Tabel 5.2

Anggaran Penjualan Vapehouse (dalam Rupiah) Periode 2016/2017 November – Oktober

Daftar Produk	Periode												Total Penjualan 1 Tahun
	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	
Mod													
Vamo	800,000.00	1,200,000.00	1,600,000.00	2,000,000.00	2,400,000.00	3,200,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00	3,200,000.00	3,600,000.00	4,000,000.00	4,400,000.00	34,400,000.00
Istiek	800,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,600,000.00	2,400,000.00	2,400,000.00	2,800,000.00	2,800,000.00	2,400,000.00	2,400,000.00	2,400,000.00	2,800,000.00	25,200,000.00
Hanna Mod	2,400,000.00	2,400,000.00	3,000,000.00	3,600,000.00	4,200,000.00	4,800,000.00	5,400,000.00	5,400,000.00	4,200,000.00	4,800,000.00	4,800,000.00	5,400,000.00	50,400,000.00
Siglelei	1,000,000.00	1,500,000.00	2,000,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00	3,500,000.00	3,500,000.00	3,500,000.00	2,500,000.00	2,000,000.00	2,500,000.00	3,000,000.00	30,000,000.00
Total	5,000,000.00	6,300,000.00	7,800,000.00	9,700,000.00	11,500,000.00	13,900,000.00	15,700,000.00	15,700,000.00	12,300,000.00	12,800,000.00	13,700,000.00	15,600,000.00	140,000,000.00
Automizer													
SMOK RSBT	800,000.00	800,000.00	1,200,000.00	1,600,000.00	2,000,000.00	2,400,000.00	2,400,000.00	2,800,000.00	2,400,000.00	2,000,000.00	2,400,000.00	2,800,000.00	23,600,000.00
Plumeveil	250,000.00	250,000.00	500,000.00	500,000.00	750,000.00	1,000,000.00	1,250,000.00	1,500,000.00	1,250,000.00	1,250,000.00	1,250,000.00	1,500,000.00	11,250,000.00
Magna	500,000.00	500,000.00	500,000.00	750,000.00	1,000,000.00	1,250,000.00	1,500,000.00	1,750,000.00	1,750,000.00	1,750,000.00	2,000,000.00	2,250,000.00	15,500,000.00
Total	1,550,000.00	1,550,000.00	2,200,000.00	2,850,000.00	3,750,000.00	4,650,000.00	5,150,000.00	6,050,000.00	5,400,000.00	5,000,000.00	5,650,000.00	6,550,000.00	50,350,000.00
Liquid													
Ejuice	500,000.00	750,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,250,000.00	1,500,000.00	1,500,000.00	1,250,000.00	1,000,000.00	1,250,000.00	1,500,000.00	13,500,000.00
Hand of Midas	600,000.00	600,000.00	720,000.00	840,000.00	840,000.00	960,000.00	1,080,000.00	1,080,000.00	960,000.00	840,000.00	960,000.00	1,080,000.00	10,560,000.00
Madhouz	720,000.00	840,000.00	840,000.00	960,000.00	1,080,000.00	1,080,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,080,000.00	960,000.00	1,080,000.00	1,200,000.00	12,240,000.00
Anne & Jane	600,000.00	600,000.00	480,000.00	600,000.00	720,000.00	720,000.00	840,000.00	960,000.00	840,000.00	720,000.00	720,000.00	840,000.00	8,640,000.00
Mother's Milk	880,000.00	880,000.00	1,100,000.00	1,320,000.00	1,320,000.00	1,540,000.00	1,760,000.00	1,760,000.00	1,540,000.00	1,540,000.00	1,760,000.00	1,980,000.00	17,380,000.00
Total	3,300,000.00	3,670,000.00	4,140,000.00	4,720,000.00	4,960,000.00	5,550,000.00	6,380,000.00	6,500,000.00	5,670,000.00	5,060,000.00	5,770,000.00	6,600,000.00	62,320,000.00



<b>Kawat Kantal</b>													
<b>30 awg / 5 m</b>	<b>100,000.00</b>	<b>150,000.00</b>	<b>150,000.00</b>	<b>200,000.00</b>	<b>250,000.00</b>	<b>300,000.00</b>	<b>350,000.00</b>	<b>350,000.00</b>	<b>350,000.00</b>	<b>400,000.00</b>	<b>450,000.00</b>	<b>500,000.00</b>	<b>3,550,000.00</b>
<b>28 awg / 5 m</b>	<b>150,000.00</b>	<b>150,000.00</b>	<b>150,000.00</b>	<b>200,000.00</b>	<b>250,000.00</b>	<b>300,000.00</b>	<b>350,000.00</b>	<b>400,000.00</b>	<b>350,000.00</b>	<b>350,000.00</b>	<b>400,000.00</b>	<b>450,000.00</b>	<b>3,500,000.00</b>
<b>26 awg / 5 m</b>	<b>150,000.00</b>	<b>150,000.00</b>	<b>200,000.00</b>	<b>250,000.00</b>	<b>300,000.00</b>	<b>350,000.00</b>	<b>350,000.00</b>	<b>400,000.00</b>	<b>350,000.00</b>	<b>400,000.00</b>	<b>450,000.00</b>	<b>450,000.00</b>	<b>3,800,000.00</b>
<b>Total</b>	<b>400,000.00</b>	<b>450,000.00</b>	<b>500,000.00</b>	<b>650,000.00</b>	<b>800,000.00</b>	<b>950,000.00</b>	<b>1,050,000.00</b>	<b>1,150,000.00</b>	<b>1,050,000.00</b>	<b>1,150,000.00</b>	<b>1,300,000.00</b>	<b>1,400,000.00</b>	<b>10,850,000.00</b>
<b>Baterai</b>													
<b>Tipe 18650</b>	<b>400,000.00</b>	<b>400,000.00</b>	<b>500,000.00</b>	<b>600,000.00</b>	<b>700,000.00</b>	<b>700,000.00</b>	<b>800,000.00</b>	<b>900,000.00</b>	<b>800,000.00</b>	<b>700,000.00</b>	<b>800,000.00</b>	<b>900,000.00</b>	<b>8,200,000.00</b>
<b>Tipe 18550</b>	<b>160,000.00</b>	<b>240,000.00</b>	<b>320,000.00</b>	<b>400,000.00</b>	<b>480,000.00</b>	<b>560,000.00</b>	<b>560,000.00</b>	<b>640,000.00</b>	<b>560,000.00</b>	<b>640,000.00</b>	<b>640,000.00</b>	<b>640,000.00</b>	<b>5,840,000.00</b>
<b>Tipe 18350</b>	<b>120,000.00</b>	<b>120,000.00</b>	<b>180,000.00</b>	<b>180,000.00</b>	<b>240,000.00</b>	<b>240,000.00</b>	<b>300,000.00</b>	<b>360,000.00</b>	<b>420,000.00</b>	<b>360,000.00</b>	<b>300,000.00</b>	<b>240,000.00</b>	<b>3,060,000.00</b>
<b>Total</b>	<b>680,000.00</b>	<b>760,000.00</b>	<b>1,000,000.00</b>	<b>1,180,000.00</b>	<b>1,420,000.00</b>	<b>1,500,000.00</b>	<b>1,660,000.00</b>	<b>1,900,000.00</b>	<b>1,780,000.00</b>	<b>1,700,000.00</b>	<b>1,740,000.00</b>	<b>1,780,000.00</b>	<b>17,100,000.00</b>
<b>Total/bulan</b>	<b>10,930,000.00</b>	<b>12,730,000.00</b>	<b>15,640,000.00</b>	<b>19,100,000.00</b>	<b>22,430,000.00</b>	<b>26,550,000.00</b>	<b>29,940,000.00</b>	<b>31,300,000.00</b>	<b>26,200,000.00</b>	<b>25,710,000.00</b>	<b>28,160,000.00</b>	<b>31,930,000.00</b>	<b>280,620,000.00</b>

Hak Iptek milik IBIKGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisni

1. Ditujukan untuk meningkatkan mutu seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 2. Ditujukan untuk meningkatkan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 3. Ditujukan untuk memperbanyak atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.



Tabel 5.3

**Ramalan Penjualan Per Periode *Vapehouse***

Tahun	Penjualan
2016 / 2017	280,620,000.00
2017 / 2018	436,812,985.52
2018 / 2019	553,984,484.64
2019 / 2020	702,586,276.96
2020 / 2021	891,049,280.73

Sumber: *Vapehouse*

**E. Pengendalian Pemasaran**

*Vapehouse* merupakan sebuah perusahaan perseorangan yang dikelola dan diawasi oleh satu manajer. Pemilik jabatan tersebut adalah pemilik dari *Vapehouse* itu sendiri. Aktivitas-aktivitas bisnisnya dibantu oleh karyawan-karyawannya. Menurut Kotler dan Keller (2008:428) ada 4 tipe pengendalian pemasaran yang diperlukan oleh perusahaan, yaitu pengendalian rencana tahunan, pengendalian profitabilitas, pengendalian efisiensi, dan pengendalian strategis.

Menurut teori yang dikemukakan di atas, mengatakan bahwa pengendalian pemasaran diperlukan dalam perusahaan. Oleh karena itu *Vapehouse* akan melakukan beragam upaya untuk memastikan bahwa aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan yang ditentukan. Berikut adalah hal-hal yang akan dilakukan oleh *Vapehouse*:

1. Melakukan pengawasan pada website dan email.
2. *Feedback* dari pelanggan.
3. Mengevaluasi penjualan di akhir bulan.
4. *Feedback* dari pekerja

© 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.