



BAB V

PERENCANAAN PEMASARAN

Perencanaan pemasaran dapat menuntun pengusaha agar tetap mengarahkan usahanya pada pencapaian tujuan yang telah direncanakan. Penetapan tujuan pemasaran yang tepat dan jelas dipakai sebagai alat pengendalian kegiatan pemasaran, yakni apakah kegiatan pemasaran tersebut benar-benar telah menjalankan tugasnya dengan baik, disusun berdasarkan potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta telah mempertimbangkan perubahan yang terjadi di masa yang akan datang.

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2010:29), pemasaran merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Banyak orang menganggap bahwa pemasaran sama dengan penjualan atau sama dengan melakukan promosi saja. Melakukan pemasaran untuk usaha salon dan spa tidak hanya sekedar bagaimana menjual atau melakukan promosi saja. Perencanaan pemasaran meliputi produk, penetapan harga, distribusi, promosi, ramalan penjualan dan pengendalian pemasaran. Penetapan harga dari produk yang ditawarkan Merrylys Hair and Body Salon diambil berdasarkan segmentasi pasar yang telah ditentukan.

1. Produk

Merrylys Hair and Body Salon merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa kecantikan dalam bentuk salon bentuk salon berkonsep perawatan korea yang menawarkan berupa layanan kecantikan yang menggunakan sebagian besar memakai bahan yang alami yang baik untuk kesehatan tubuh. Semua jenis jasa kecantikan *Merrylys Hair and Body Salon*

Dimulai dari usia 15-70 tahun, dimana remaja perempuan yang berusia 15 tahun sudah mulai memiliki perhatian untuk penampilan mereka dan memiliki pendapatan cukup dari orang tua.

Merrylys Hair and Body Salon memberikan konsep berbeda dibandingkan salon lainnya, karena salon kami tidak hanya menawarkan layanan jasa kecantikan di salon



saja, tapi juga menawarkan konsumen untuk mendapatkan layanan kecantikan di rumah masing-masing. Konsumen dapat menghubungi salon kami untuk mengkonfirmasi paket perawatan yang dipilih serta informasi alamat konsumen. Konsumen yang ingin melakukan perawatan di rumah harus memilih paket yang ditawarkan dan membayar ongkos jalan ke tempat konsumen.

2. Harga

Dengan produk yang unik, *Merryls Hair and Body Salon* menetapkan harga yang tepat untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk serta layanan suatu jasa, selain itu harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah tidak dapat menghasilkan keuntungan. Persepsi pelanggan terhadap nilai-nilai dari produk menjadi batas atas dari harga, batas bawahnya adalah biaya produksi.

Harga menurut Kotler dan Armstrong(2010:314), adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Terdapat beberapa pendekatan penetapan harga yang umum digunakan menurut Kotler (2010:315), yaitu :

i. Penetapan harga berdasarkan nilai (*value-based-pricing*)

Penetapan harga berdasar nilai menggunakan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasar nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan yang menggunakan penetapan harga berdasar nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran kompetitif yang berbeda-beda. Terdapat dua jenis penetapan harga berdasar nilai yaitu :

a. Penetapan harga dengan nilai yang baik

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.



b. Penetapan harga dengan nilai tambah

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

ii. Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based-pricing*)

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasar biaya. Menurut Kotler dan Armstrong (2010:319) pengaturan harga untuk penetapan harga berdasar biaya melibatkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko. Terdapat dua pendekatan yaitu *cost plus pricing* dengan menambahkan markup standar untuk biaya produk.

Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan markup, berikut adalah rumus untuk menentukan harga menurut Kotler (2010:321) :

Biaya Tetap

$$\text{Biaya unit} = \text{Biaya Variable} + \text{Unit Penjualan}$$

$$\text{Harga markup} = \frac{\text{Biaya Unit}}{(1 - \text{Tingkat pengembalian dari penjualan yang diharapkan})}$$

Pendekatan yang berikutnya adalah penetapan harga berdasarkan titik impas atau penetapan harga berdasarkan sasaran keuntungan yaitu menetapkan harga agar dapat mengembalikan biaya dari pembuatan dan pemasaran suatu produk atau menetapkan harga untuk mengejar suatu sasaran keuntungan. Volume titik impas menurut Kotler (2010:322) dapat dihitung dengan rumus berikut :

Biaya Tetap

$$\text{Volume titik impas (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Harga} - \text{Biaya Variabel})}$$

iii. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition-based-pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal 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.



Faktor internal yang mempengaruhi harga mencakup keseluruhan strategi, tujuan dan bauran pemasaran, pertimbangan organisasi lainnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Keseluruhan strategi, tujuan dan bauran pemasaran

Menurut Kotler (2010:323), sebelum menetapkan harga, perusahaan harus memutuskan berdasarkan keseluruhan strategi pemasarannya bagi produk atau jasa. Tujuan penetapan harga secara umum dapat mencakup bertahan hidup, maksimalisasi keuntungan saat ini, kepemimpinan pangsa pasar, atau mempertahankan pelanggan dan membangun hubungan. Tujuan yang ingin dicapai *Merryls Hair and Body Salon* adalah maksimalisasi keuntungan saat ini dengan penetapan harga kompetitif untuk meningkatkan omset penjualan.

b. Pertimbangan organisasi

Manajemen harus memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Perusahaan mengatur harga dengan berbagai cara. Pada perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak, bukan oleh departemen penjualan atau pemasaran. Pada perusahaan besar, harga sering kali diatur oleh manajer divisi atau lini produk. Karena *Merryls Hair and Body Salon* adalah perusahaan kecil, maka keputusan penetapan harga dilakukan oleh pemilik sendiri, dengan melihat harga rata-rata pada industri yang sama.

Faktor eksternal yang memengaruhi penetapan harga meliputi kondisi alamiah pasar dan permintaan, strategi dan harga pesaing, serta faktor lingkungan.

a. Pasar dan Permintaan

Penetapan harga yang baik dimulai dengan pemahaman mengenai persepsi pelanggan terhadap nilai yang memengaruhi harga yang bersedia mereka bayarkan. Baik konsumen dan pembeli industri menyeimbangkan harga suatu produk atau jasa terhadap keuntungan memilikinya. Jadi sebelum menetapkan harga, seorang pemasar harus memahami hubungan antara harga dan permintaan atas produknya.

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. Strategi dan harga pesaing

Dalam menetapkan harga, perusahaan perlu mempertimbangkan biaya, harga, dan tawaran bagi pasar oleh pesaing. Konsumen akan membuat keputusan nilai suatu produknya berdasarkan harga yang dikenakan pesaing untuk produk yang sama.

c. Faktor lingkungan

Saat akan menetapkan harga, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor lain dalam lingkungan eksternal. Kondisi ekonomi dapat mempunyai dampak pada strategi penerapan harga perusahaan. Perusahaan juga harus mempertimbangkan dampak dari harga bagi anggota lain dalam lingkungannya seperti penyalur. Pemerintah juga merupakan pengaruh eksternal penting lainnya dalam keputusan penetapan harga. Perhatian social juga perlu diperhitungkan.

Penetapan harga yang dilakukan oleh *Merryls Hair and Body Salon* mempertimbangkan kualitas layanan jasa dan produk yang digunakan oleh *Merryls Hair and Body Salon* serta nilai dari pesaing yaitu harga dari produk dan layanan yang diberikan kepada konsumen, hingga *Merryls Hair and Body Salon* tidak menetapkan harga terlalu tinggi atau dibawah harga seharusnya dan mampu bersaing. Harga produk yang ditetapkan oleh *Merryls Hair and Body Salon* terdapat pada table berikut :

Table 5.1

Merryls Hair and Body Salon

Harga perawatan salon
(dalam satuan rupiah)

No	Jenis perawatan	Harga
1	Gunting + Blow	50.000
2	Cuci + Blow	25.000
3	Gunting	30.000
4	Creambath	35.000
5	Cat rambut	300.000
6	Smoothing	300.000

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



7	ReBonding	250.000
8	Extention	280.000
9	Make up + Hair Do	250.000
10	Catok lurus / keriting	30.000
11	Manicure Pedicure	75.000
12	Nail Art	30.000
13	Lulur	65.000
14	Massage	60.000
15	Waxing	30.000
16	Hair Do	75.000
17	Manicure by OPI	80.000
18	Pedicure by OPI	80.000
19	Hair Spa	40.000
20	Lulur + Spa	150.000
21	Masker Tubuh	60.000
22	Vitamin tubuh	40.000

Sumber : *Merryls Hair and Body Salon*, 2016

Make up yang digunakan oleh *Merryls Hair and Body Salon* adalah INNISFREE, ETUDE HOUSE, THE FACE SHOP, LANEIGE, REVLON, MAYBELINE dan lain - lain. yang merupakan produk buatan korea yang dijual di Indonesia yang bisa didapatkan di Galeries Lafayette Departement store asal Perancis ini juga memiliki koleksi kosmetik dari brand-brand ternama dunia dan di Mall Lotte Shopping Avenue yang terletak di Kuningan, Jakarta. Untuk mendapatkan produk make-up tersebut harganya tergolong cukup terjangkau oleh kalangan menengah dan menengah ke atas, yang dilihat dari kualitas produk sangat aman karena terbuat dari tumbuh-tumbuhan. Dengan memakai produk tersebut yang berkualitas tinggi, maka konsumen juga akan mendapatkan kepuasan tersendiri.

Smoothing berguna untuk melembutkan rambut agar lunak dan mudah diatur. *Smoothing* adalah bagian dari teknik *rebonding*. Teknik *smoothing* adalah teknik jepit dan press yang dilakukan oleh jari tengah dan telunjuk guna mendapatkan rambut yang lebih relax. Teknik ini dikenal sebagai pengganti teknik papan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik BIKKG (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 BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.

amat sangat merepotkan. dan teknik ini juga lebih aman. Smoothing hasilnya tidak selurus rebonding, hanya rambut apabila rambut yang tadinya memang sudah lurus, akan terlihat lebih rapi dan tidak membuat kaku.

Extention adalah pemanjangan rambut dari rambut yang asli untuk lebih panjang dari rambut aslinya. *Extention* yang dilakukan *Merryls Hair and Body Salon* memiliki harga yang cukup setara dengan pesaing lainnya.

Manicure dan *pedicure* yang dilakukan di *Merryls Hair and Body Salon* menggunakan merek pewarna kuku yang terkenal seperti OPI. karena itu harganya setara dengan kepuasan konsumen dengan menggunakan produk tersebut.

Merryls Hair and Body Salon tentu saja memiliki pesaing yaitu *Mira Salon*, *Salon Dorce*, dan *Salon Christopher*. karena itu *Merryls Hair and Body Salon* menetapkan harga berdasarkan 3 pesaing. berikut ini merupakan daftar harga dari salon pesaing :

Table 5.2
Pesaing *Merryls Hair and Body Salon*
Harga Perawatan Salon
(dalam satuan rupiah)

No	Jenis perawatan	Merryls Hair and Body Salon	Salon Mira	Salon Dorce	Salon Cristopher
1	Gunting + cuci	65.000	75.000	100.000	150.000
2	Cuci + Blow	35.000	50.000	50.000	45.000
3	Gunting	30.000	45.000	70.000	55.000
4	Creambath	45.000	40.000	35.000	45.000
5	Cat rambut	300.000	275.000	300.000	400.000
6	Smoothing	300.000	280.000	300.000	350.000
7	ReBonding	250.000	250.000	280.000	300.000
8	Extention	280.000	250.000	250.000	300.000
9	Make up + Hair Do	280.000	200.000	250.000	300.000
10	Catok lurus / keriting	30.000	30.000	35.000	40.000
11	Manicure Pedicure	75.000	60.000	70.000	65.000
12	Nail Art	30.000	35.000	45.000	45.000



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



13	Lulur	65.000	-	-	65.000
14	Massage	60.000	-	-	60.000
15	Waxing	30.000	-	-	45.000
16	Hair Do	75.000	-	-	90.000
17	Manicure by OPI	70.000	75.000	55.000	50.000
18	Pedicure by OPI	80.000	70.000	60.000	55.000
19	Hair Spa	40.000	-	-	55.000
20	Lulur + Spa	150.000	-	-	280.000
21	Masker Tubuh	60.000	-	-	-
22	Vitamin Tubuh	40.000	-	-	-

Sumber : *Merryls Hair and Body Salon, Mira Salon, Salon Dorce, dan Salon Christopher* 2016

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Distribusi

Saluran distribusi menurut Kotler dan Armstrong (2010:263), adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang membantu dalam proses membuat produk atau jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Ada dua jenis tingkat saluran distribusi, yaitu saluran pemasaran langsung atau saluran tingkat nol terdiri dari produsen yang menjual langsung ke konsumen akhir. Jenis yang kedua adalah saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu tingkatan perantara atau lebih.

Berdasarkan tingkat saluran distribusi, *Merryls Hair and Body Salon* termasuk ke dalam saluran pemasaran langsung atau saluran tingkat nol karena pemberian jasa akan diberikan secara langsung kepada konsumen akhir.

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.

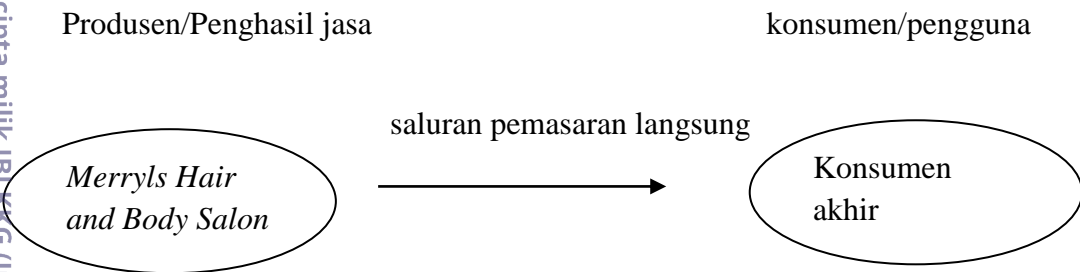
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 5.3

Merryls Hair and Body Salon

Saluran Distribusi



Sumber : *Merryls Hair and Body Salon*,2016

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

4. Promosi

Sebagian besar *service marketer* dapat berkomunikasi dengan berbagai bentuk. bentuk-bentuk tersebut yang merupakan *marketing communication mix*. elemen komunikasi yang berbeda memiliki kemampuan yang relatif berbeda papterhadap jenis pesan yang mereka sampaikan dan segmen pasar yang ingin mereka tuju. (christopher Lovelock, 2002:199)

Untuk mempromosikan *Merryls Hair and Body Salon* dapat menggunakan berbagai sarana seperti pemakaian media promosi yang tepat akan berpengaruh terhadap efetifitas promosi. penentuan sarana promosi ini dapat dilakukan dengan memperhatikan target atau sasaran bisnis *Merryls Hair and Body Salon*.

Merryls Hair and Body Salon merencanakan untuk melakukan promosi penjualan dengan cara sebagai berikut :

1. Papan nama dan spanduk

Merryls Hair and Body Salon akan memasang papan nama toko dan spanduk di depan pintu masuk dan lingkungan sekitar salon agar orang-



orang yang melewati salon kami mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh *Merryls Hair and Body Salon*.

2. Kartu Nama

Merryls Hair and Body salon akan menggunakan kartu nama untuk mempermudah konsumen mereservasi untuk melakukan perawatan. Kartu nama ini juga memperluas pangsa pasar dengan cara membagikan kartu nama kepada teman atau keluarga Konsumen.

3. Seragam Karyawan Merryls Hair and Body Salon

Seragam Karyawan yang digunakan memiliki ciri khas yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen, baik yang sudah pernah memasuki salon atau yang belum pernah masuk Merryls Hair and Body Salon. seragam karyawan digunakan sebagai promosi untuk mengenalkan salon kami kepada konsumen dengan menggunakan logo dan nama salon di seragam karyawan, serta pin nama salon di sebelah kanan karyawan yang memudahkan konsumen untuk memberikan kritik dan saran mengenai layanan yang diberikan oleh salon kami.

4. Iklan di media massa

Merryls Hair and Body Salon akan menggunakan sarana iklan di media massa. contohnya Media Kawasan. Majalah lokal ini berlokasi di Sunter dan Kelapa Gading. Hal ini bertujuan agar terfokus pada target pasar dari *Merryls Hair and Body Salon* yaitu masyarakat yang berada di Sunter dan sekitarnya.



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 5.4

Merryls Hair and Body Salon

Informasi dan Pemasangan iklan di Media Massa

Nama media Cetak	Jenis Iklan	Biaya pemasangan
Majalah Kawasan	a.iklan baris 1 kotak b.iklan back cover c.iklan inside majalah	Rp 150.000 / bulan Rp 2.500.000 / bulan Rp 3.500.000 / bulan
Majalah Cover	a.iklan baris 1 kotak b.iklan inside majalah c.iklan back cover	Rp 180.000 / bulan Rp 2.400.000 / bulan Rp 3.500.000/ bulan

Sumber : Majalah media Kawasan dan Hair Cover, 2016

5. Jejaring sosial

Pada langkah ini, *Merryls Hair and Body Salon* akan melakukan pemasangan iklan pada website Merryls Hair and Body Salon dengan alamat domain www.merrylsHairandBodySalon.co.id, di facebook, twitter dengan nama Merryls Hair and Body Salon dan di instagram dengan nama @mehabolon dan untuk mempermudah konsumen mencari informasi tentang kami, maka kami membuat hashtag #mehabolon. langkah ini dipilih karena mudah dan efektif dan tidak dikenakan biaya yang dikeluarkan untuk memperkenalkan salon kami, namun banyak target pasar yang didapat karena banyaknya jumlah member dari situs website dan sosial media.

6. Diskon

Diskon yang berlaku akan digunakan khusus 1 bulan pertama pada saat pembukaan salon sebesar 20 %. diskon khusus sebesar 15 % juga



berlaku bagi member Merrylys Hair and Body Salon untuk perawatan di atas Rp. 75.000,- (tujuh puluh lima ribu rupiah).

7. *Personal Communication*

Salah satu bentuk promosi yang paling efektif dalam *Personal Communication* adalah promosi dari mulut ke mulut, karena tidak diperlukan biaya dalam penyampaiannya. Media promosi ini pertama kali ditujukan kepada rekan-rekan terdekat, kemudian dari rekan terdekat, mereka bisa berbicara kepada sahabat atau teman mereka dengan membicarakan kebiasaan sehari-hari dan secara langsung menyampaikan informasi tentang salon kami.

5. Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan menurut Christian , Ellen , M.Fuad , Sugiarto , Sukarno (2002:23) adalah perkiraan atau proyeksi secara teknis permintaan konsumen untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi.

Setiap orang ingin terlihat menarik di depan umum baik ketika sedang bekerja maupun ketika mereka bersantai, namun tidak semua orang memiliki kemampuan akan hal tersebut, karena itu mereka membutuhkan salon, dimana tempat yang memiliki fasilitas lengkap dan tempat yang pas untuk memanjakan diri sejenak , se relax mungkin, melepas stress dari jenuh dan padatnya pekerjaan. Salon adalah pilihan tepat untuk merubah penampilan (*makeover*) seperti merubah rambut, *make up*, dan membuat tubuh menjadi rileks, contohnya pegal-pegal.

Salon merupakan layanan jasa kecantikan yang mudah ditemui dalam berbagai golongan, dimulai dari golongan bawah hingga golongan menengah.



Salon sangat cocok dengan gaya masyarakat yang ingin tampil beda dari yang lain, tampil cantik dan menarik. Banyak masyarakat yang datang ke salon karena kebutuhan dan trend yang terhanyut dalam gaya kehidupan. berdasar kondisi tersebut maka diasumsikan bahwa kedepannya jumlah masyarakat yang menggunakan layanan salon semakin bertambah.

Tabel 5.5
Merryls Hair and Body Salon
Proyeksi Penggunaan Jasa Satu Minggu
(dalam unit)

Perawatan	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu	Total / minggu
Gunting + cuci	1	1	1	1	2	1	1	8
Cuci + Blow	1	1	-	-	1	1	1	5
Gunting	1	-	-	1	1	1	1	6
Creambath	1	1	-	-	1	1	1	5
Cat rambut	1	-	-	1	1	1	-	4
Smoothing	-	-	-	-	-	1	1	2
ReBonding	-	-	-	1	-	-	1	2
Extention	-	-	-	-	-	1	1	2
Make up + Hair Do	-	-	-	-	1	1	1	3
Catok lurus / keriting	1	-	-	-	1	1	1	4
Manicure Pedicure	1	-	1	-	-	1	1	4
Nail Art	1	-	-	1	-	1	1	4
Lulur	-	1	-	-	-	1	1	3
Massage	-	-	1	-	1	1	1	4
Waxing	1	-	-	-	1	1	1	4
Masker tubuh	1	-	-	1	1	1	1	5
Vitamin tubuh	1	-	1	1	-	1	1	5
Gunting+cuci, blow, waxing, lulur	2	1	1	1	1	2	2	10
Make up+Hair-do, MeniPedi, Lulur, massage, waxing	-	-	-	1	1	3	4	9
Gunting,Cat rambut,Extention,Massage	1	-	-	1	1	3	3	9
Creambath,Extention,Mak eup,Menipedi,Waxing	1	1	1	-	1	3	3	10
Catok Lurus, Menipedi, Lulur, Masker tubuh	1	-	1	1	1	3	2	9
Gunting+cuci,rebonding, meniPedi,vitamin	2	1	1	1	-	2	2	9

Sumber : Merryls Hair and Body Salon, 2016

- Hak Cipta Dilindungi
Hak Cipta Dilindungi
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis ini tanpa mengutip 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 5.6

Merryls Hair and body Salon

Proyeksi penjualan dalam Satu Bulan
(dalam rupiah)

Perawatan	Total/Minggu	Total/Bulan	Harga(Rp)	Pendapatan/bulan
Gunting + cuci	8	32	40.000	1.280.000
Cuci + Blow	5	20	25.000	500.000
Gunting	6	24	35.000	840.000
Creambath	5	20	30.000	600.000
Cat rambut	6	24	250.000	6.000.000
Smoothing	5	20	300.000	6.000.000
ReBonding	2	8	250.000	2.000.000
Extention	2	8	250.000	2.000.000
Make up + Hair Do	3	12	200.000	2.400.000
Catok lurus / keriting	4	16	35.000	560.000
Mancure Pedicure	4	16	35.000	560.000
Nail Art	4	16	25.000	400.000
Lulur	3	12	60.000	720.000
Massage	4	16	60.000	960.000
Waxing	4	16	45.000	720.000
Masker tubuh	5	20	60.000	1.200.000
Vitamin tubuh	3	12	40.000	480.000
Gunting+cuci, blow, waxing, MeniPedi, lulur	10	40	220.000	8.800.000
Make up+hair-do, MeniPedi, Lulur, massage,waxing	9	36	470.000	16.920.000
Gunting, cat rambut, extention, massage	9	36	640.000	23.040.000
Creambath, extention, makeup, menipedi, waxing	10	40	600.000	24.000.000
Catok lurus, menipedi, lulur, masker tubuh,	9	36	230.000	8.280.000
Gunting+cuci, rebonding, menipedi, vitamin tubuh	9	36	400.000	14.400.000
Total pendapatan				129.000.000

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 IBIKGG.

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



Tabel 5.7

Merryls Hair and Body Salon

Anggaran Penjualan 2017-2021

(dalam rupiah)

Bulan	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	129.000.000	147,889,306	165,945,019	182,922,561	203,498,839
Februari	135.450.000	153,804,878	170,923,369	192,068,689	213,673,780
Maret	139.513.500	155,342,926	174,341,836	197,830,749	220,083,993
April	136,723,230	153,757,828	164,038,232	191,895,826	215,682,313
Mei	132,621,433	150,682,671	162,397,849	188,057,909	211,368,766
Juni	133,947,647	153,696,324	165,645,805	184,296,750	207,141,292
Juli	133,947,647	155,233,287	167,302,263	186,139,717	209,212,704
Agustus	135,287,123	156,785,619	168,975,285	188,001,114	211,304,831
September	136,639,994	156,785,619	170,665,037	189,881,125	213,417,879
Oktober	138,006,394	157,353,475	174,095,403	191,779,936	215,552,057
November	140,766,521	158,933,009	175,836,357	193,697,735	217,707,577
Desember	144,989,516	161,111,669	177,594,720	197,571,689	222,061,728
Total	1,636,893,005	1,861,376,611	2,215,355,895	2,284,143,800	2,560,705,759

Sumber : Tabel 5.6

Menurut anggaran penjualan tahun 2017-2021 dapat diasumsikan bahwa :

1. Terjadi peningkatan penjualan dari bulan Januari ke Feb 2017 dikarenakan adanya Hari Raya Imlek.
2. Dari Juli ke Agustus terjadi kenaikan, karena biasanya bulan tersebut ramai orang-orang akan mengadakan pernikahan.
3. Dari November ke Desember terjadi peningkatan karena adanya Hari Natal dan Tahun baru.

F. Pengendalian Pemasaran

Merryls Hair and Body Salon merupakan salon yang dikelola dan diawasi oleh 2 orang. *Merryls Hair and Body Salon* dikendalikan oleh pemilik dan manajer dengan dibantu oleh karyawan lainnya dalam menjalankan usahanya. Pengendalian *Merryls Hair and Body Salon* dalam bidang kualitas jasa yang dihasilkan, promosi yang dilakukan, dan sumber daya manusia. Pengendalian yang akan dilakukan *Merryls Hair and Body Salon* adalah :

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menyalin sebagian atau seluruh isi karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Wawancara Konsumen

Wawancara Konsumen adalah proses tanya jawab yang dilakukan oleh Merrylys Hair and Body Salon terhadap konsumennya mengenai kualitas jasa dan produk yang digunakan. Merrylys Hair and Body Salon juga meminta kritik dan saran dari konsumen sebagai masukan agar perkembangan salon dapat lebih baik. Proses wawancara dilakukan secara personal dan tertutup agar terjadi interaksi langsung sehingga tercipta hubungan baik

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengunjungi pesaing potensial untuk mengetahui bagaimana mereka melayani konsumen, cara promosi, bagaimana pemasarannya, dan menetapkan harga bagi konsumen

3. Pengendalian pasokan bahan baku

Pengendalian pasokan bahan baku dilakukan dengan cara memilih supplier bahan baku yang memiliki kualitas terbaik dan harga terjangkau. Untuk harga yang terjangkau memakai beberapa supplier untukantisipasi daya tawar pemasok yang tinggi.

4. Pengendalian promosi

Pengendalian biaya promosi dilakukan dengan pencocokan antara biaya promosi yang dikeluarkan dengan hasil yang didapatkan seimbang atau bahkan lebih berhasil. Jika hasil yang didapat ternyata memuaskan maka promosi akan dilanjutkan.

5. Evaluasi karyawan

Evaluasi tenaga SDM diperlukan setiap 1 bulan sekali. Evaluasi ini dilakukan agar karyawan terlatih dan tidak pernah mengulangi kesalahan yang sama. dengan adanya evaluasi, karyawan akan merasa diperlakukan layaknya seperti teman, sahabat atau keluarga.

6. Pengendalian SDM

Pengendalian SDM dilakukan dengan pemberian bonus mingguan. Tujuan pemberian bonus adalah cara membalas jasa karyawan dan diharapkan karyawan dapat termotivasi untuk bekerja lebih baik tanpa mengurangi kualitas kerja karyawan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (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.