

## BAB V

### PERENCANAAN PEMASARAN



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

#### A. Harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Harga menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:314), adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga juga merupakan elemen paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya.

Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan 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 untuk menghasilkan keuntungan. Persepsi pelanggan terhadap nilai-nilai dari produk menjadi batas atas dari harga, batas bawahnya adalah biaya produksi.

Strategi penetapan harga (*pricing strategy*) untuk jasa yang dihasilkan merupakan salah satu pengambilan keputusan bisnis yang sangat penting. Perusahaan harus menawarkan jasa dengan harga yang sesuai dengan target marketnya, sehingga konsumen mampu dan ingin menggunakan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan pun mampu memperoleh laba yang sesuai dengan yang diharapkan.

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.



Penentuan *pricing* harus berkaitan dengan *cost* yang dikeluarkan, pengaruh persaingan, dan pembentukan persepsi pelanggan tentang nilai produk yang dihasilkan.

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

Penetapan kebijakan harga pada usaha *Barberlabs* dinilai dari beberapa pertimbangan:

1. *Barberlabs* melihat seberapa banyak biaya yang dipakai untuk mendirikan usaha bisnis tersebut, kemudian mempertimbangkan apakah harga yang ditetapkan oleh *Barberlabs* dapat menutup biaya yang dikeluarkan atau bahkan data memberikan keuntungan.
2. *Barberlabs* terlebih dahulu menentukan target pasar dengan melihat daya beli dari konsumen yang ditujunya, dan target pasar yang akan dijangkau adalah kelompok menengah yang memiliki daya beli yang cukup untuk menggunakan jasa dari *Barberlabs*.
3. *Barberlabs* memperhatikan jenis produk yang digunakan untuk menghasilkan jasa tersebut dan segala fasilitas yang dimiliki oleh *Barberlabs*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Ⓒ Harga yang ditetapkan oleh *Barberlabs* untuk layanan *barbershop* adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.1**

**Daftar Harga Layanan  
*Barberlabs* (dalam Rupiah)**

Jenis Layanan	Harga
Potong rambut	30,000
Potong Rambut + Cuci Rambut	45,000
Potong Rambut + Cukur Jenggot	40,000
Cukur Jenggot	10,000

Sumber : *Barberlabs*, 2015

**B. Distribusi**

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:365), saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang saling terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:367), ada dua macam tingkat saluran distribusi, yaitu :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

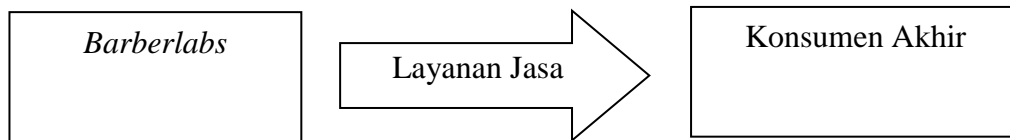


*Barberlabs* menggunakan saluran pemasaran tidak langsung dimana

*Barberlabs* memberikan pelayanan kepada pelanggan. Saluran distribusi yang digunakan oleh *Barberlabs* berupa saluran distribusi jasa, artinya tidak ada produk fisik yang dihasilkan dan didistribusikan oleh *Barberlabs* itu sendiri.

**Gambar 5.1**

**Saluran Distribusi Tidak Langsung *Barberlabs***



Sumber : *Barberlabs*, 2015

**C. Promosi**

Menurut Cravens *et. al* (2013 : 350), promosi adalah strategi yang terdiri dari perencanaan, implementasi dan kontrol sebuah organisasi untuk menyampaikan dan mengkomunikasikannya kepada konsumen dan target pelanggan. Tujuan dari promosi dalam program pemasaran adalah untuk mendapatkan keinginan manajemen dalam mengkomunikasikan tujuan kepada setiap konsumen.

Promosi adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang dihasilkan ataupun untuk menyampaikan berita tentang produk tersebut dengan jalan mengadakan komunikasi dengan para pendengar yang sifatnya membujuk.

Promosi yang dilakukan oleh *Barberlabs* adalah :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



1. Mengadakan acara *launching* pada saat pembukaan dan peresmian *barbershop*. Acara tersebut dimaksudkan untuk mengenalkan layanan apa saja yang ditawarkan.
2. Promosi Penjualan (*sales promotion*)
  - a. Pemberian stiker unik dan menarik dengan logo khas *Barberlabs* bagi setiap pelanggan baru.
  - b. Menawarkan program keanggotaan *barbershop* agar dapat memperoleh sejumlah manfaat yang berguna bagi konsumen.
3. Periklanan (*advertising*)
  - a. Memasang papan nama berupa *neon box* terang yang menyatu dengan bangunan dan terletak didepan bangunan agar dapat dikenali dengan mudah oleh konsumen.
  - b. Menyebarkan brosur dan *flier* ke sejumlah tempat seperti mall, perkantoran, dan sekolah - sekolah disekitar Harapan Indah, Bekasi.
  - c. Melakukan strategi *Word of Mouth* yang merupakan salah satu bentuk promosi yang terpercaya, sangat efektif dan efisien karena tidak memerlukan biaya. Namun untuk memaksimalkan cara promosi ini, kepuasan pelanggan harus dijaga dengan baik agar informasi yang dihasilkan dapat memberikan dampak positif bagi usaha tersebut.
  - d. *Barberlabs* akan mengiklankan jasa pangkas rambut nya di internet melalui forum-forum, Facebook, Twitter, media sosial lain dan iklan gratis, karena media-media tersebut tidak perlu mengeluarkan biaya dan banyak target pasar *Barberlabs* yang menjadi pengguna (*member*) dari media-media tersebut.

**© 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.



## D. Ramalan Penjualan

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

Ramalan penjualan merupakan elemen penting dalam kegiatan pemasaran maupun di bidang lainnya. Ramalan yang optimis dapat menyebabkan perusahaan mengalami kerugian karena usaha dana yang dikeluarkan tidak sesuai dengan volume penjualan. Sebaliknya ramalan yang terlalu pesimis mengakibatkan perusahaan dapat kehilangan kesempatan untuk meningkatkan penjualan.

Berikut ini **tabel 5.2** yang menggambarkan ramalan penjualan.

**Tabel 5.2**  
**Anggaran Penjualan per Tahun**  
**Tahun 2017-2021**  
**(dalam Rupiah)**

Keterangan	2017
Januari	31.740.000
Februari	38.088.000
Maret	30.470.400
April	30.470.400
Mei	30.470.400
Juni	30.470.400
Juli	38.088.000
Agustus	38.088.000
September	38.088.000
Oktober	45.705.600
November	45.705.600
Desember	45.705.600
<b>Total Pendapatan</b>	<b>443.090.400</b>

Sumber: *Barberlabs*, 2015

Asumsi:

1. Pendapatan bulan Januari dapat dilihat di **Lampiran 1**.
2. Bulan Febuari merupakan bulan kasih sayang dan berdekatan dengan imlek, diharapkan meningkat 20 % dari bulan Januari menjadi Rp 38.088.000
3. Bulan Maret, April, Mei, Juni turun sebesar 20% dari bulan Febuari menjadi Rp 30.470.400, karena di bulan ini jarang terdapat *event* tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk penititan, peruntusan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan.
- 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



4. Bulan Juli, Agustus, dan September mulai ada acara-acara bersamaan dengan liburan sekolah dan kuliah, sehingga pendapatan diharapkan meningkat sebesar 25% dari bulan Juni menjadi sebesar Rp 38.088.000
5. Bulan Oktober, November, dan Desember pendapatan meningkat 20% dari bulan September menjadi Rp 45.705.600
6. Untuk tahun-tahun berikutnya (2018-2021) penerimaan jasa barbershop diharapkan meningkat setiap tahunnya sebesar 10% dari tahun sebelumnya (2017).

#### E. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran yang dilakukan oleh *Barberlabs* :

1. Selalu memperbaharui informasi – informasi terbaru tentang *barbershop*, promo – promo yang ditawarkan, pengenalan akan tren mode rambut.
2. Pengendalian harga yang berkelanjutan, hal ini dilakukan berkaitan dengan strategi penetapan harga berdasarkan persaingan. Jadi, jika ada perubahan harga, *barbershop* dapat mengikuti serta menyesuaikan harga, sehingga tidak menyebabkan pelanggan berpindah ke tempat lain karena harga yang terlalu mahal.
3. Melakukan survey dengan membagikan kuesioner kepada konsumen untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan menjadi masukan agar *Barberlabs* lebih baik lagi di masa yang akan datang.
4. Membuat kotak kritik dan saran di areal *Barberlabs*. Hal ini dimaksudkan agar para pelanggan yang mungkin memiliki keluhan maupun saran dapat menyampaikan kepada pihak *Barberlabs*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

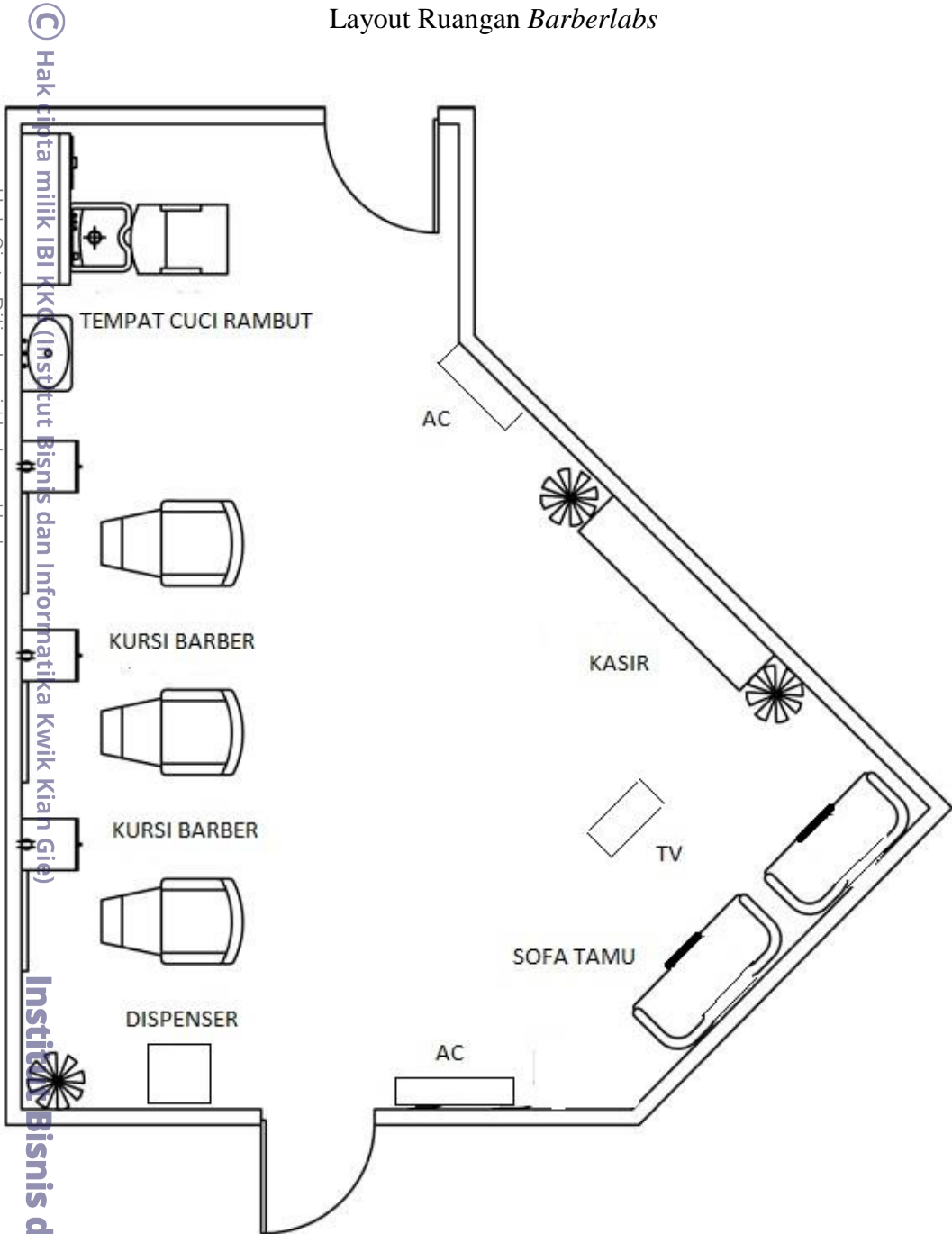
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

Gambar 5.2

Layout Ruang *Barberlabs*



C Hak cipta milik IBI KKKG

Instytut Biznis 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.