



BAB V PERENCANAAN PEMASARAN

Menurut William G. Nickels, *et al.* (2012 : 352), pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk membuat, mengkomunikasikan, mengirrmkan, dan bertuar menawarkan yang akan mempunyai nilai bagi pelanggan, klien, rekan, dan masyarakat dalam jumlah banyak.

Menurut Philip Kotler, *et al.* (2012 : 76), rencana pemasaran merupakan sebuah dokumen tertulis yang merangkum tentang apa yang telah dipelajari oleh pemasar tentang kondisi pasar dan menandakan seberapa baik perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran.

Menurut Jeff Madura (2007 : 211) sebuah rencana pemasaran harus berfokus pada target pasar, karakteristik produk, pemberian harga, distribusi, dan promosi.

1. Target pasar : sebuah bisnis baru mungkin tidak akan dikenali oleh target pasarnya dan harus mendapatkan kepercayaan calon konsumennya
2. Karakteristik produk : Sebuah rencana bisnis harus medeskripsikan karakteristik dari produk yang diberikan, dengan penekanan atas apa yang membuat produknya lebih menarik dibandingkan produk serupa yang ditawarkan oleh pesaing.
3. Pemberian harga : Harga yang ditawarkan atas suatu produ harus dicantumkan juga. Harga atas produk serupa yang dijual oleh pesaing juga harus dicantumkan. Tingkat harga akan mempengaruhi permintaan pasar
4. Distribusi : Sebuah rencana bisnis harus medeskripsikan segala cara yang digunakan agar produk dapat sampai ke tangan konsumen.
5. Promosi : sebuah rencana bisnis juga harus mendeskripsikan caaa yang digunakan untuk mempromosikan produk.

A. Harga

Menurut Philip Kotler *et al.* (2012 : 405), harga merupakan satu bagian dari elemen-elemen bauran pemasaran yang menciptakan pendapatan; elemen lainnya menciptakan biaya. Harga dapat dikatakan sebagai elemen pemasaran yang paling mudah untuk diatur; fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan waktu lebih. Harga juga mengkomunikasikan terhadap pasar atas positioning nilai perusahaan atas produk atau jasa-nya. Produk yang didesain dan dipasarkan dengan baik dapat menetapkan harga premium dan meraih untung besar. Tetapi kenyataan ekonomi telah menyebabkan banyak konsumen untuk berhemat, dan banyak perusahaan harus mengkaji ulang strategi penetapan harganya secara hati-hati sebagai hasilnya.



Penentuan harga berkaitan dengan profit yang akan didapat, sehingga penentuan harga yang baik harus dapat menutup seluruh biaya yang telah dikeluarkan untuk kegiatan operasional ditambah dengan besarnya persentase laba yang diinginkan. Tentunya dengan memperhatikan faktor keinginan dan kesanggupan konsumen untuk membayar harga tersebut.

Dengan demikian, *Tatema School of Martial Arts* harus memberikan harga yang tepat. Beberapa metode penentuan harga yang dapat digunakan, 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 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 satu persepsi nilai dari pembeli untuk menetapkan harga.
3. *Competition-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan persaingan)

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.



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. *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. *Sealed-Bid Pricing* (Penetapan harga penawaran tertutup) Perusahaan menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan

Maka berdasarkan metode penetapan harga diatas, *Tatema School of Martial Arts* akan menentukan harga berdasarkan metode *Competition-based Pricing - Going-rate Pricing*, dimana penentuan harganya berdasarkan persaingan. *Tatema School of Martial Arts* akan memantau harga dari pesaingnya, dan kemudian menetapkan harga yang dapat bersaing, baik itu sama, lebih tinggi, ataupun lebih rendah.

B Promosi
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Menurut William G. Nickels (2012 : 436), bauran promosi (*promotion mix*) adalah kombinasi alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan.

Berikut ini adalah metode promosi yang akan digunakan oleh *Tatema School of Martial Arts* :

1. Iklan (*advertising*)



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Iklan adalah presentasi penjualan yang bersifat nonpersonal yang dikomunikasikan dalam bentuk media atau nonmedia dengan tujuan untuk memengaruhi sejumlah besar pelanggan. Iklan merupakan salah satu metode umum untuk mempromosikan suatu barang atau jasa.

Bentuk-bentuk iklan dapat diwujudkan dalam brosur, majalah, radio, televisi, internet, *e-mail*, surat langsung, *telemarketing*, iklan luar ruangan, iklan transportasi, dan iklan khusus.

Tatema School of Martial Arts akan menggunakan sarana-sarana iklan berikut untuk menjalankan kegiatan promosinya :

a. Brosur

Tatema School of Martial Arts akan menggunakan brosur sebagai media promosi. Brosur ini akan berisi informasi tentang apa itu *Tatema School of Martial Arts*, lokasi dan alamatnya, nomor telepon, dan informasi jasa. Brosur ini akan didesain secara menarik agar bisa berfungsi secara efektif. Brosur ini akan disebar dengan cara dibagikan secara *door-to-door*, ke sekolah-sekolah, dan tempat-tempat kursus.

Berikut ini adalah biaya yang akan dikeluarkan untuk cetak brosur :

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.



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 5.1

Harga Brosur

Jenis	Harga per lembar	Kuantitas	Total
Art paper 120 gr ukuran A5 (15 x 21 cm) satu muka	Rp 235.00	4000 lembar	Rp 940,000.00

Sumber : www.cetakbrosur.com (diakses 25 Maret 2015)

b. Majalah

Majalah didistribusikan secara berkala dan telah memiliki lingkup geografisnya tersendiri. Pemasangan iklan di majalah lokal biasanya dilakukan oleh bisnis yang berada di lokasi setempat, karena biasanya bertujuan untuk memangkas biaya. Majalah-majalah lokal, misalnya Info Gading dan media Kawasannya biasanya merupakan majalah-majalah yang dipasang iklan oleh pemilik bisnis di daerah Kelapa Gading. Sehingga, *Tatema School of Martial Arts* juga akan memasang iklan di majalah-majalah lokal untuk menumbuhkan *awareness* masyarakat Kelapa Gading terhadap kehadiran *Tatema School of Martial Arts*.

Berikut adalah daftar harga pemasangan iklan di majalah lokal :

Tabel 5.2

Tarif Iklan Majalah

Nama Majalah	Harga
Media Kawasan	Rp 1,800,000.00

Sumber : *Media Kawasan*



Setiap bulan *Tatema School of Martial Arts* akan memasang iklan di majalah lokal. Hal ini bertujuan untuk mempromosikan *Tatema School of Martial Arts* agar dikenal oleh masyarakat sekaligus menjadi bukti eksistensi sekolah bela diri ini.

c. Internet

Internet telah menjadi sarana yang populer bagi perusahaan-perusahaan produk maupun jasa untuk mengiklankan produk dan jasanya. Internet merupakan bentuk komunikasi nonpersonal yang dapat menumbuhkan kesadaran dan membujuk para pelanggannya.

Menurut William G. Nickels, *et al.* (2012 : 442),

"Ketika pemasar beriklan menggunakan mesin pencari online seperti Google atau Bing, mereka dapat menjangkau orang-orang yang mereka ingin jangkau - konsumen yang mencari liburan, mencari pasar mobil, atau memantau pergerakan saham. Satu tujuan dari periklan online adalah mengarahkan konsumen potensial ke website dimana mereka dapat mengetahui lebih banyak tentang perusahaan dan produknya - dan perusahaan dapat belajar lebih banyak tentang mereka."

Tatema School of Martial Arts akan menggunakan page facebook, dan berencana untuk memiliki official web sendiri. Hal tersebut dimaksudkan agar sekolah bela diri ini lebih dikenal oleh masyarakat luas. Page facebook dan official web akan berisi poin-poin sebagai berikut :

- 1) Home : Berisi tentang berita-berita terkini tentang *Tatema School of Martial Arts* dan afiliasi, artikel-artikel terbaru, berita kegiatan terbaru, serta foto-foto dan video-video terbaru.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 2) Certification : berisi informasi ujian Aikido yang tersertifikasi secara internasional, yaitu oleh Hombu Dojo untuk gelar Yudansha.
- 3) Program : berisi informasi tentang program pelatihan Karate dan Aikido, seperti durasi pengajarannya, serta materi melatihnannya.
- 4) Gallery : berisi foto-foto dokumentasi kegiatan-kegiatan yang berlangsung di *Tatema School of Martial Arts*, misalnya kegiatan embukai.
- 5) Career : berisi informasi lowongan pekerjaan yang tersedia di *Tatema School of Martial Arts*, beserta dengan kualifikasi pekerja
- 6) About : berisi tentang profil *Tatema School of Martial Arts* (visi dan misi)
- 7) Contact us : berisi contact form yang memudahkan para pengunjung situs web untuk mengirimkan pertanyaan-pertanyaan mereka. Form yang telah diisi pertanyaan kemudian akan dikirimkan yang kemudian akan dijawab sesegera mungkin.
- 8) FAQ : berisi tentang daftar pertanyaan sering ditanyakan dan telah dijawab sebelumnya, sehingga diharapkan pengunjung web sudah dapat menemukan berbagai jawaban atas pertanyaan yang bersifat umum.

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.



- 9) Event : berisi informasi tentang acara-acara yang akan dan telah diselenggarakan. Acara-acara tersebut dapat berupa embukai dan ujian.

Munculnya facebook page dan official web *Tatema School of Martial Arts* diharapkan akan memudahkan masyarakat untuk mengetahui dan mengenal sekolah bela diri ini dengan lebih dekat, terutama masyarakat di Kelapa Gading yang hampir semuanya menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya.

Untuk mengelola laman facebook tidak dibutuhkan biaya tambahan apapun, Berikut adalah daftar biaya yang dikeluarkan untuk membuat official web

Tabel 5.3

Tarif Website

Penyedia Jasa	Fasilitas	Harga	Durasi Berlaku
Webs	<ol style="list-style-type: none"> 1. Custom Domain Name 2. Unlimited Pages 3. Web Branding Removed 4. Password Protected Pages 5. Mobile Website 6. Basic Statistics 7. 1GB Storage 8. Email Support 	USD 72 (Rp 928.800)	1 tahun

Sumber : www.webs.com (diakses 25 Maret 2015)

2. Promosi penjualan

Promosi penjualan adalah sekumpulan kegiatan yang dimaksudkan untuk memengaruhi pelanggan. Promosi penjualan dapat menjadi saran yang efektif untuk mendorong pelanggan menggunakan jasa tertentu. *Tatema*



School of Martial Arts akan menerapkan sesi free trial 1 kali bagi calon pendaftar yang berminat untuk mencoba.

Hubungan masyarakat

Merujuk kepada tindakan-tindakan yang diambil dengan tujuan menciptakan atau mempertahankan citra publik yang positif. Perusahaan-perusahaan mencoba untuk mengembangkan hubungan masyarakat yang baik melalui komunikasi dengan masyarakat umum, termasuk calon pelanggan. Mereka pada umumnya mencoba untuk dapat dengan mudah diakses oleh media, dengan demikian *exposure* masyarakat terhadap informasi terkait akan meningkat. Berikut adalah jenis-jenis strategi hubungan masyarakat yang paling umum :

- a) Acara-acara khusus
- b) Rilis berita
- c) Konferensi pers

Publisitas merupakan cara yang paling tepat untuk membuat sekolah bela diri dikenal oleh publik. Salah satu jenis strategi yang cocok digunakan untuk memperkenalkan sekolah bela diri adalah melalui event embukai, atau jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia adalah demonstrasi publik.

Dalam embukai, *Tatema School of Martial Arts* akan mempertunjukkan hasil dari kegiatan latihan yang dilakukan. Diharapkan melalui ini, masyarakat dapat langsung melihat kegiatan latihan dan hasil dari latihan itu sendiri sehingga masyarakat lebih mengenal sekolah bela diri ini.

Perkiraan Biaya untuk mengadakan kegiatan Embukai adalah sebagai berikut :

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



Tabel 5.4

Perkiraan Biaya Embukai

Pemasukan	
Kas Tatema School of Martial Arts	Rp 4,000,000
Total Pemasukan	Rp 4,000,000
Pengeluaran	
Acara	
Performer fee	Rp 1,920,000
Biaya transportasi	Rp 100,000
	<i>Rp 2,020,000</i>
Konsumsi	
Snack	Rp 520,000
Konsumsi Performer	Rp 330,000
Air Minum	Rp 49,400
	<i>Rp 899,400</i>
Biaya Tak Terduga	<i>Rp 889,000</i>
Publikasi	
Cetak Poster	Rp 100,000
Cetak Brosur	Rp 91,600
	<i>Rp 191,600</i>
Total Pengeluaran	Rp 4,000,000
Surplus/ Defisit	Rp -

Sumber : Referensi dari LPJ Embukai UKM Aikido IBIK

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.

C. Ramalan Penjualan

Menurut Manmohan Joshi (2012 : 48), ramalan penjualan adalah salah satu aspek yang penting bagi manajemen. Pemasaran yang sukses sangat bergantung pada ramalan permintaan pasar. Ramalan penjualan adalah perkiraan produk yang dapat dijual oleh sebuah perusahaan yang dapat dicapai pada waktu yang telah direncanakan. Ramalan penjualan bukan hanya sekedar prediksi. Ramalan penjualan adalah proses mencocokkan kesempatan dengan usaha pemasaran yang dilakukan. Jadi, ramalan penjualan menunjukkan kemungkinan volume barang dan jasa yang dapat dijual.

Bagi *Tatema School of Martial Arts*, ramalan penjualan ini bermanfaat sebagai pertimbangan pengambilan Keputusan, Misalnya, ketika *Tatema School of Martial Arts* meramalkan pada tahun kedua total murid akan berjumlah 50 orang, maka akan membutuhkan ruang tambahan, dan pembagian kelas agar kegiatan pelatihan dapat berjalan secara efektif.



Tabel 5.5

Ramalan Penjualan

	2016	2017	2018	2019	2020
Januari	10	51	97	150	213
Februari	16	58	105	159	223
Maret	19	61	108	164	228
April	25	68	116	173	238
Mei	28	71	120	177	243
Juni	34	78	127	187	254
Juli	48	94	145	208	277
Agustus	54	100	152	217	288
September	51	97	148	212	283
Oktober	53	99	151	215	286
November	44	89	140	202	271
Desember	40	85	135	196	264

Sumber : Data diolah penulis

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 5.5 menunjukkan ramalan jumlah murid *Tatema School of Martial Arts* selama lima tahun ke depan. Diasumsikan bahwa dalam kondisi ini, setiap bulannya ada murid baru yang mendaftar sebagai akibat dari kegiatan pemasaran yang dilakukan dan promosi dari anggota yang telah bergabung. Ramalan ini juga memperhitungkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi masuknya anggota baru, seperti resolusi tahun baru kebanyakan orang untuk menjadi sehat pada awal tahun, libur panjang sekolah sekitar bulan Juli, masuk perkuliahan sekitar bulan September, musim-musim sibuk antara bulan Oktober-November, dan libur akhir tahun pada bulan Desember.

Dengan adanya ramalan jumlah murid diatas, maka penulis dapat meramalkan pendapatan yang akan diterima selama lima tahun ke depan. Jumlah pendapatan yang akan diterima oleh *Tatema School of Martial Arts* adalah sebagai berikut :

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

Anggaran Penjualan Dari Iuran Bulanan

	2016	2017	2018	2019	2020
Januari	Rp 3,000,000	Rp 15,300,000	Rp 29,100,000	Rp 45,000,000	Rp 63,900,000
Februari	Rp 4,800,000	Rp 17,400,000	Rp 31,500,000	Rp 47,700,000	Rp 66,900,000
Maret	Rp 5,700,000	Rp 18,300,000	Rp 32,400,000	Rp 49,200,000	Rp 68,400,000
April	Rp 7,500,000	Rp 20,400,000	Rp 34,800,000	Rp 51,900,000	Rp 71,400,000
Mei	Rp 8,400,000	Rp 21,300,000	Rp 36,000,000	Rp 53,100,000	Rp 72,900,000
Juni	Rp 10,200,000	Rp 23,400,000	Rp 38,100,000	Rp 56,100,000	Rp 76,200,000
Juli	Rp 14,400,000	Rp 28,200,000	Rp 43,500,000	Rp 62,400,000	Rp 83,100,000
Agustus	Rp 16,200,000	Rp 30,000,000	Rp 45,600,000	Rp 65,100,000	Rp 86,400,000
September	Rp 15,300,000	Rp 29,100,000	Rp 44,400,000	Rp 63,600,000	Rp 84,900,000
Oktober	Rp 15,900,000	Rp 29,700,000	Rp 45,300,000	Rp 64,500,000	Rp 85,800,000
November	Rp 13,200,000	Rp 26,700,000	Rp 42,000,000	Rp 60,600,000	Rp 81,300,000
Desember	Rp 12,000,000	Rp 25,500,000	Rp 40,500,000	Rp 58,800,000	Rp 79,200,000
Total	Rp 126,600,000	Rp 285,300,000	Rp 463,200,000	Rp 678,000,000	Rp 920,400,000

Sumber : Data diolah penulis berdasarkan tabel 5.5

Tabel 5.6 di atas menunjukkan ramalan pendapatan yang akan diterima pemilik selama lima tahun ke depan. Biaya kursus yang akan dibebankan kepada para murid adalah Rp 300.000,-. Biaya tersebut belum termasuk uang pendaftaran dan administrasi ujian sebesar Rp 100.000,-

Sehingga pada bulan Januari 2016 diproyeksikan pendapatan dari iuran bulanan adalah sebesar Rp 3.000.000 , berasal dari Rp. 300.000 x 10 orang = Rp. 3.000.000,-. Demikian juga, cara ini berlaku untuk bulan-bulan berikutnya dan juga untuk menghitung pendapatan lainnya.

Di halaman berikutnya dilampirkan pendapatan *Tatema School of Martial Arts* dari biaya pendaftaran, administrasi ujian kenaikan tingkat, dan penjualan perlengkapan latihan untuk murid :

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



Tabel 5.7

Anggaran Pendapatan dari Biaya Pendaftaran

	2016	2017	2018	2019	2020
Januari	Rp 1,000,000	Rp 1,100,000	Rp 1,300,000	Rp 1,500,000	Rp 1,700,000
Februari	Rp 600,000	Rp 700,000	Rp 900,000	Rp 1,000,000	Rp 1,100,000
Maret	Rp 400,000	Rp 400,000	Rp 500,000	Rp 600,000	Rp 700,000
April	Rp 600,000	Rp 700,000	Rp 900,000	Rp 1,000,000	Rp 1,100,000
Mei	Rp 400,000	Rp 400,000	Rp 500,000	Rp 600,000	Rp 700,000
Juni	Rp 600,000	Rp 700,000	Rp 900,000	Rp 1,000,000	Rp 1,100,000
Juli	Rp 1,500,000	Rp 1,700,000	Rp 2,100,000	Rp 2,300,000	Rp 2,600,000
Agustus	Rp 600,000	Rp 700,000	Rp 900,000	Rp 1,000,000	Rp 1,100,000
September	Rp 400,000	Rp 400,000	Rp 500,000	Rp 600,000	Rp 700,000
Oktober	Rp 600,000	Rp 700,000	Rp 900,000	Rp 1,000,000	Rp 1,100,000
November	Rp 400,000	Rp 400,000	Rp 500,000	Rp 600,000	Rp 700,000
Desember	Rp 600,000	Rp 700,000	Rp 900,000	Rp 1,000,000	Rp 1,100,000
Total	Rp 7,700,000	Rp 8,600,000	Rp 10,800,000	Rp 12,200,000	Rp 13,700,000

Sumber : Data diolah penulis berdasarkan tabel 5.5

Biaya pendaftaran dihitung dari, jumlah murid yang masuk pada bulan tersebut dengan biaya pendaftaran sebesar Rp. 100,000. Pada bulan Januari 2016 ada 10 orang murid baru, sehingga jika dikalikan dengan Rp. 100,000 akan didapatkan pemasukan sebesar Rp. 1,000,000.

Tabel 5.8

Anggaran Pendapatan dari Biaya Administrasi Ujian Kenaikan Tingkat

	2016	2017	2018	2019	2020
Januari	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Februari	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Maret	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
April	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Mei	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Juni	Rp 1,000,000	Rp 5,100,000	Rp 9,700,000	Rp 15,000,000	Rp 21,300,000
Juli	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Agustus	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
September	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Oktober	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
November	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Desember	Rp 3,400,000	Rp 7,800,000	Rp 12,700,000	Rp 18,700,000	Rp 25,400,000
Total	Rp 4,400,000	Rp 12,900,000	Rp 22,400,000	Rp 33,700,000	Rp 46,700,000

Sumber : Data diolah penulis berdasarkan tabel 5.5

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.



Proyeksi pemasukan dari administrasi ujian didapat dari mengalikan jumlah murid yang dapat mengikuti ujian, dengan uang administrasi ujian sebesar Rp. 100,000. Pada bulan Juni 2015, diasumsikan ada 10 orang murid yang dapat mengikuti ujian yang didasarkan pada durasi waktu latihan yaitu minimal 6 bulan, sehingga murid tersebut dapat memenuhi tuntutan untuk lulus ujian. Dan pada bulan Desember 2015, diasumsikan ada 32 murid yang dapat mengikuti ujian.

Tabel 5.9

Anggaran Pendapatan Dari Penjualan Perlengkapan Latihan

	2016	2017	2018	2019	2020
Penjualan Seragam	Rp 25,025,000	Rp 25,675,000	Rp 35,100,000	Rp 39,650,000	Rp 44,525,000
Penjualan Boken	Rp 28,028,000	Rp 28,756,000	Rp 39,312,000	Rp 44,408,000	Rp 49,868,000
Total	Rp 53,053,000	Rp 54,431,000	Rp 74,412,000	Rp 84,058,000	Rp 94,393,000

Sumber : Data diolah penulis berdasarkan tabel 5.5

Seragam terdiri dari obi dan keiko-gi, dimana menggunakan seragam merupakan hal yang wajib untuk murid dari sekolah bela diri Jepang. Kebutuhan seragam dan boken (pedang kayu) diramalkan dari jumlah murid yang mendaftar pada 1 tahun. Pada tahun 2016, diperkirakan ada 38 murid baru yang dikalikan dengan harga jual dari seragam latihan, yaitu Rp. 286,000 dan harga jual boken sebesar 364,000. Harga jual naik sebesar 8.36% setiap tahunnya atas dasar tingkat inflasi Desember 2014.

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.



Untuk keperluan perlengkapan latihan murid, berikut adalah harga yang didapat dari pemasok dan harga jual yang akan diberikan kepada murid, yang dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 5.10

Harga Jual Perlengkapan Latihan

	Harga Supplier	Profit Margin	Harga Jual
Keiko-gi	Rp 220,000	30%	Rp 286,000
Obi	Rp 30,000	30%	Rp 39,000
Boken	Rp 280,000	30%	Rp 364,000

Sumber : Data diolah penulis

D. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui efektivitas dari metode promosi yang telah dilakukan. Berikut ini adalah rencana-rencana pengendalian pemasran yang akan dilakukan oleh *Tatema School of Martial Arts* :

1. Komunikasi dengan pelanggan

Komunikasi dengan pelanggan dilakukan dengan mengelola media sosial, untuk berinteraksi secara langsung terhadap pelanggan. Dikarenakan media sosial dapat dipergunakan secara efektif untuk memperkenalkan bela diri kepada masyarakat.

2. Pemberian kuesioner

Pemberian kuesioner ini merupakan wujud dari quality control yang bertujuan untuk mengendalikan kualitas layanan yang diberikan oleh *Tatema School of Martial Arts* agar tetap optimal. Di dalam



kuoesioner tersebut akan dicantumkan beberapa aspek yang nanti akan dinilai dinilai oleh para murid atau orang tua murid. Melalui kuesioner ini, diharapkan akan ditemukan aspek-aspek yang perlu diperbaiki, maupun yang harus dipertahankan dan dikembangkan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

3. Meeting dengan afiliasi Seibukan

Meeting ini bertujuan untuk mengetahui apa perkembangan terbaru seputar sekolah bela diri, keluhan-keluhan dari murid dan/atau orang tua murid, sarana untuk *brainstorming* demi kemajuan sekolah bela diri ini ke arah yang lebih baik dan membahas kebijakan terbaru yang akan diterapkan oleh afiliasi. Meeting ini juga bertujuan untuk menjalin komunikasi yang baik di dalam afiliasi Seibukan.

© 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.