



BAB V

RENCANA PEMASARAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang rencana pemasaran yang akan digunakan oleh Vroom & Groom nantinya dalam bersaing dipasar. Strategi-strategi dan ketentuan rencana pemasaran ini dibuat dengan pertimbangan matang dan pertimbangan pasar dengan berbagai cara salah satunya menjaga reputasi Vroom & Groom, dengan adanya reputasi yang baik atas perusahaan maka otomatis pelanggan dengan sendirinya akan memasarkan perusahaan ini kepada orang-orang disekeliling mereka.

Oleh karena itu untuk dapat mencapai semua itu dibutuhkan perencanaan pemasaran, agar apa yang akan dilakukan sesuai dengan tujuannya. Perencanaan pemasaran digunakan untuk 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.

A. Produk

Vroom & Groom merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa perawatan hewan khusus anjing yang menyediakan berbagai macam jenis perawatan dengan menggunakan produk yang berkualitas. Semua jenis perawatan yang ditawarkan Vroom & Groom tentunya ditujukan untuk para pencinta anjing yang sangat memperhatikan kesehatan, kebersihan dan keindahan dari anjing peliharaannya.

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.



Contoh paket-paket layanan yang ditawarkan oleh Vroom & Groom adalah:

1. **Paket Mandi Biasa** : Staff *Groomer* akan melakukan proses perawatan yang dimulai dari pemijatan menggunakan aromatherapy oil agar anjing menjadi lebih rileks, brushing atau menyisir bulu anjing, pembersihan telinga, menggunting kuku, merapikan bulu, dan menggosok gigi, setelah itu baru dilanjutkan dengan memandikan anjing menggunakan shampoo untuk tipe bulu normal dan dikeringkan terlebih dahulu menggunakan handuk untuk kemudian dikeringkan menggunakan blower.
2. **Paket Mandi Obat** : Staff kami akan melakukan proses perawatan yang dimulai dari pemijatan menggunakan aroma therapy oil agar anjing menjadi lebih rileks, brushing atau menyisir bulu anjing, pembersihan telinga, menggunting kuku, merapikan bulu, dan menggosok gigi, setelah itu baru dilanjutkan dengan memandikan anjing menggunakan shampoo yang memiliki kandungan obat untuk menyembuhkan iritasi kulit anjing seperti jamur dan dikeringkan terlebih dahulu menggunakan handuk untuk kemudian dikeringkan menggunakan blower dengan speed rendah.
3. **Paket Mandi kutu** : Staff kami akan melakukan proses perawatan yang dimulai dari pemijatan menggunakan aroma therapy oil agar anjing menjadi lebih rileks, brushing atau menyisir bulu anjing, penyisiran bulu menggunakan sisir khusus agar apabila terdapat kutu di badan anjing, kutu tersebut akan keluar, pembersihan telinga, menggunting kuku, merapikan bulu, dan menggosok gigi, setelah itu baru dilanjutkan dengan memandikan anjing menggunakan shampoo yang memiliki kandungan obat yang dapat membunuh kutu beserta telur yang masih ada dan dikeringkan terlebih dahulu

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.



menggunakan handuk untuk kemudian dikeringkan menggunakan blower dengan *speed* rendah.

4. **Paket Mandi Lengkap** : Staff kami akan melakukan proses perawatan yang dimulai dari pemijatan menggunakan *aromatherapy oil* agar anjing menjadi lebih rileks, *brushing* atau menyisir bulu anjing, pembersihan telinga, menggunting kuku, merapikan bulu, dan menggosok gigi, setelah itu baru dilanjutkan dengan memandikan anjing menggunakan shampoo untuk tipe bulu normal, menggunakan *spa cream* khusus anjing dan dipijat selama 5 menit, lalu dikeringkan terlebih dahulu menggunakan handuk untuk kemudian dikeringkan menggunakan *blower*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Strategi Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) “Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau bisa juga dikatakan sebagai jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”. Terdapat beberapa pendekatan penetapan harga yang umum digunakan Kotler dan Amstrong (2010:315) yaitu:

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value-based pricing*)

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



Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan 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.

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

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:319) pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan 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 menambah *markup* standard untuk biaya produk.

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

- a. $\text{Biaya Unit} = \text{Biaya Variabel} + (\text{Biaya Tetap} / \text{Jumlah Penjualan})$
- b. $\text{Harga Mark-up} = \text{Biaya unit} / (1 - \text{Laba Penjualan yang Diinginkan})$

3. 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.

Berdasarkan teori yang ada diatas, maka Vroom & Groom menggunakan strategi harga berdasarkan biaya. Harga merupakan salah satu faktor penting



yang mempengaruhi minat konsumen, sehingga harga yang ditentukan sebaiknya tidak lebih mahal dibandingkan pesaing, tetapi tetap disesuaikan dengan biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan suatu jasa. Berikut adalah informasi mengenai harga layanan jasa yang ditawarkan oleh Vroom & Groom, pada Tabel 5.1

Tabel 5.1
Harga Jasa Vroom & Groom

No	Jasa	Harga (Small Breed)	Harga (Medium Breed)	Harga (Large Breed)
1	Paket Mandi Biasa	180.000	190.000	200.000
2	Paket Mandi Obat	210.000	220.000	230.000
3	Paket Mandi Kutu	220.000	230.000	240.000
4	Paket Mandi Lengkap	220.000	240.000	260.000

Sumber : Vroom & Groom

C. Distribusi

Menurut Kotler 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 (2008:93) mengatakan bahwa distribusi yang terkait dengan perusahaan jasa, dapat terbagi ke dalam beberapa elemen yang berpartisipasi diantaranya adalah:

1. Penyedia Jasa
2. Perantara

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.



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 perantaranya 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

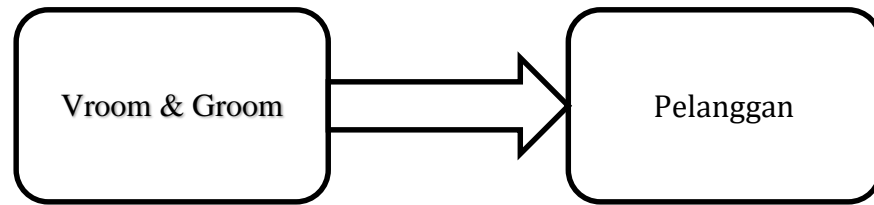
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



Berdasarkan teori tingkatan saluran distribusi maka Vroom & Groom menggunakan saluran distribusi secara langsung (tanpa perantara). Berdasarkan tipe saluran distribusi disebut sebagai *Zero Level Channel*, dikarenakan Vroom & Groom berhubungan secara langsung dengan pelanggan.



Gambar 5.1
Zero Level Channel

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Promosi

Promosi merupakan hal yang perlu dilakukan 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 macam cara yang dapat dilakukan, berikut adalah promosi yang dilakukan oleh Vroom & Groom:

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. *Website*

Untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan memudahkan pelanggan memperoleh informasi mengenai Vroom & Groom maka pembuatan *website* sangat diperlukan. Pada *website* ini akan berisikan informasi mengenai perusahaan, layanan jasa penitipan, layanan jasa perawatan, harga, jam operasional, alamat, dan lainnya.

Tabel 5.2
Biaya Pembuatan Website

Fasilitas	Biaya (Rp)
1. Untuk 5 Tahun	1.500.000
2. Kapasitas Hosting 500mb	
3. Free Domain dan Desain	
4. Bandwidth <i>unlimited</i>	
5. <i>Free pages 10 dan post / portofolio 25</i>	
6. Domain <i>email 5</i>	
7. Biaya Perpanjangan pertahun Rp 500.000,00	

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

2. *Media Sosial*

Pada langkah ini, Vroom & Groom akan melakukan promosi penjualan melalui *facebook, twitter, instagram, kaskus* dan *Path*. *Facebook, twitter, instagram, kaskus* dan *Path* merupakan media sosial terbesar dan digunakan hampir seluruh masyarakat pada umumnya. Langkah ini dipilih karena tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk memperkenalkan perusahaan, namun banyak target pasar yang didapat karena besarnya jumlah *member* dari situs diatas.

© 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.



3. Pengumpulan Cap

Ⓒ Pengumpulan cap merupakan salah satu metode promosi yang akan dilakukan oleh Vroom & Groom. Cap tersebut akan dilakukan pada bagian belakang kartu nama. Ini merupakan salah satu strategi agar konsumen tidak membuang kartu nama Vroom & Groom.

Tabel 5.3

Pengumpulan Cap

Cap	Free	Syarat
10	1x Perawatan	1 Cap = melakukan 1x perawatan apa saja

4. Pembagian Brosur

Vroom & Groom akan membagikan brosur kepada daerah sekitar, pejalan kaki, perguruan-perguruan tinggi, daerah mall, perumahan, serta menyelinapkan brosur dikoran dan majalah melalui agen-agen majalah dan koran. Dengan begitu, diharapkan masyarakat dapat mengenal Vroom & Groom sebagai sarana jasa *Mobile Grooming* khususnya anjing. Biaya pembuatan brosur pada Tabel 5.4

Tabel 5.4

Biaya Pembuatan Brosur /Flyer

Ukuran Brosur	Harga (Rp)	Keterangan	Total (Rp)
Ukuran A5(15x21cm) <i>Art paper</i> <i>120gram</i>	20.000 pcs @ Rp 155,00	<i>Full Colour</i> <i>Finishing UV,</i> <i>Varnish</i>	Rp 3,100,000.00

Sumber. www.brosurkilat.com (diakses tgl 22 April 2015)

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.



E. Ramalan Penjualan

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Ramalan penjualan menurut Leonardus Saiman (2009:221), adalah ramalan seberapa banyak (dalam unit atau satuan uang) atas produk atau jasa yang akan dibeli dalam suatu pasar selama periode waktu tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Saat ini gaya hidup masyarakat yang semakin modern dan sibuk membuat para pencinta hewan khususnya anjing menjadi kekurangan waktu dalam mengurus anjing peliharaannya entah itu membersihkannya atau merawatnya sendiri dirumah. Sehingga berbagai cara akan dilakukan demi memenuhi kebutuhan anjing tersebut termasuk menyerahkan perawatan kepada salon-salon hewan yang terpercaya. Oleh karenanya, Vroom & Groom berusaha memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar yang ada dengan menyediakan berbagai pilihan perawatan yang lengkap bagi hewan kesayangannya.

Pertumbuhan industri jasa perawatan hewan semakin marak dan berkembang dengan pesat seiring dengan peningkatan jumlah masyarakat menengah ke atas. Kelompok masyarakat kelas menengah relatif lebih terbuka terhadap hal-hal baru yang bersifat modern dan instan. Sehingga dengan mempertahankan kepuasan pelanggan maka peningkatan penjualan pun akan semakin meningkat pula.

Berikut adalah proyeksi penjualan Vroom & Groom

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.



Tabel 5.5
Ramalan Penjualan Paket Perawatan Dalam Satu Minggu

Jenis Paket	Hari							Total per minggu
	M	T	W	T	F	S	S	
Mandi Biasa Small	2	2	1	2	2	1	1	11
Mandi Biasa Medium	0	0	1	0	0	1	1	3
Mandi Biasa Large	0	0	0	0	0	1	1	2
Total								16
Mandi Obat Small	1	1	1	0	0	0	0	3
Mandi Obat Medium	0	0	0	0	0	0	0	0
Mandi Obat Large	0	0	0	0	0	0	0	0
Total								3
Mandi Kutu Small	0	0	0	1	1	0	0	2
Mandi Kutu Medium	0	0	0	0	0	0	0	0
Mandi Kutu Large	0	0	0	0	0	0	0	0
Total								2
Mandi Lengkap Small	1	2	2	2	1	1	1	10
Mandi Lengkap Medium	1	0	0	0	1	1	1	4
Mandi Lengkap Large	0	0	0	0	0	1	1	2
Total								16

Sumber: Vroom & Groom

Tabel 5.5 di atas merupakan perencanaan penjualan Vroom & Groom yang diperkirakan selama satu minggu. Peningkatan penjualan terjadi setiap hari sabtu dan minggu. Hal ini di karenakan pada hari libur sebagian besar pecinta anjing yang tidak mempunyai kegiatan dan ingin memberikan hewan peliharaan perawatan secara berkala.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang Diambil dan/atau disebarluaskan sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.

1. Dilakukan dengan cara berikut:
 - 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 ini dilindungi undang-undang. Semua hak cipta dan hak lainnya adalah milik Kwik Kian Gie dan Institut Bisnis Kwik Kian Gie.

Institut Bisnis Kwik Kian Gie

Tabel 5.6
Ramalan Penjualan Paket Perawatan dalam Satu Tahun
(dalam rupiah)

Jenis Paket	Harga	Januari - Maret		April – Juni		Juli - September		Oktober - Desember	
		Jumlah Paket	Pendapatan	Jumlah Paket	Pendapatan	Jumlah Paket	Pendapatan	Jumlah Paket	Pendapatan
Mandi Biasa (S)	180,000.00	44	7,920,000.00	53	9,504,000.00	58.08	10,454,400.00	63.89	11,499,840.00
Mandi Biasa (M)	190,000.00	12	2,280,000.00	14	2,736,000.00	15.84	3,009,600.00	17.42	3,310,560.00
Mandi Biasa (L)	200,000.00	8	1,600,000.00	10	1,920,000.00	10.56	2,112,000.00	11.62	2,323,200.00
Mandi Obat (S)	210,000.00	12	2,520,000.00	14	3,024,000.00	15.84	3,326,400.00	17.42	3,659,040.00
Mandi Obat (M)	220,000.00	0	0.00	2	440,000.00	2.20	484,000.00	2.42	532,400.00
Mandi Obat (L)	230,000.00	0	0.00	4	920,000.00	4.40	1,012,000.00	4.84	1,113,200.00
Mandi Kutu (S)	220,000.00	8	1,760,000.00	10	2,112,000.00	10.56	2,323,200.00	11.62	2,555,520.00
Mandi Kutu (M)	230,000.00	0	0.00	4	920,000.00	4.40	1,012,000.00	4.84	1,113,200.00
Mandi Kutu (L)	240,000.00	0	0.00	6	1,440,000.00	6.60	1,584,000.00	7.26	1,742,400.00
Mandi Lengkap (S)	220,000.00	40	8,800,000.00	48	10,560,000.00	52.80	11,616,000.00	58.08	12,777,600.00
Mandi Lengkap (M)	240,000.00	16	3,840,000.00	19	4,608,000.00	21.12	5,068,800.00	23.23	5,575,680.00
Mandi Lengkap (L)	260,000.00	8	2,080,000.00	10	2,496,000.00	10.56	2,745,600.00	11.62	3,020,160.00
Total		148	30,800,000.00	193.60	40,680,000.00	212.96	44,748,000.00	234.26	49,222,800.00

Sumber: Room & Groom

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



Tabel 5.6 merupakan perencanaan penjualan Vroom & Groom yang diperkirakan selama 12 bulan Januari sampai Desember, angka yang berada di tabel tersebut di dapatkan dari total penjualan per minggu (Tabel 5.5) dikali 4 yaitu jumlah minggu dalam 1 bulan sehingga di dapat hasil tersebut di atas.

Tabel 5.7
Ramalan Penjualan Paket Perawatan Dalam Satu Tahun
(dalam rupiah)

Bulan	2016
Januari	30,800,000.00
Februari	30,800,000.00
Maret	30,800,000.00
April	40,680,000.00
Mei	40,680,000.00
Juni	40,680,000.00
Jul	44,748,000.00
Agustus	44,748,000.00
September	44,748,000.00
Oktober	49,222,800.00
November	49,222,800.00
Desember	49,222,800.00
Total	496,352,400.00

Tabel 5.8
Ramalan Penjualan Perawatan Tahun 2016-2020
(dalam rupiah)

Tahun	Pendapatan
2016	496,352,400.00
2017	545,987,640.00
2018	600,586,404.00
2019	660,645,044.40
2020	726,709,548.84

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.



Pada Tabel 5.8 dapat dilihat bagaimana pergerakan penjualan jasa salon anjing Vroom & Groom dari tahun 2016-2020. Tabel 5.8 menunjukkan bahwa Vroom & Groom mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya. Kenaikan penjualan setiap tahunnya diperoleh berdasarkan tingkat inflasi sebesar 10%.

F. Pengendalian Pemasaran

Menurut 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. Vroom & Groom merupakan perusahaan perorangan yang dikelola dan diawasi oleh 1 orang. Vroom & Groom dikelola dan dikendalikan oleh pemilik sebagai manager dengan dibantu karyawan-karyawan dalam menjalankan aktivitas bisnis ini. Oleh karenanya Vroom & Groom 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 memberi efek negatif yang berkepanjangan kepada jalan usaha. Berikut adalah beberapa pengendalian pemasaran yang akan dilakukan oleh Vroom & Groom :

1. *Feedback* dari pelanggan

Feedback berarti umpan balik. Memperoleh umpan balik dari pelanggan perlu dilakukan dalam upaya untuk mengevaluasi kinerja. Lembar umpan balik dinilai atas dari segi pelayanan, harga, kebersihan, kritik dan saran yang dapat menjadi masukan bagi *Vroom & Groom* sehingga dapat dilakukan perbaikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (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.



untuk menjadi lebih baik. Pada pelanggan yang puas berarti kinerja sudah baik, namun tetap harus diperhatikan dan diarahkan akan pelanggan tersebut menjadi *loyal*. Sedangkan pada pelanggan yang tidak puas, ini dapat menjadi masukan agar kedepannya Vroom & Groom dapat menjadi lebih baik lagi dengan melakukan perbaikan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Melakukan rapat evaluasi setiap akhir bulan

Rapat evaluasi atas aktifitas yang telah dilakukan selama sebulan penuh oleh Vroom & Groom ditujukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada, serta meningkatkan apa yang sudah baik. Dalam rapat evaluasi ini juga dapat dimanfaatkan oleh Vroom & Groom untuk memberikan apresiasi positif kepada para pekerja yang telah melakukan pekerjaannya dengan baik. Rapat ini Vroom & Groom juga dapat melihat bagaimana tingkatan penjualan yang telah dilakukan selama sebulan, apakah selalu bertumbuh stabil atau tidak.

3. Review dan Usaha Perbaikan

Review akan dilakukan setelah pemilik Vroom & Groom mendapat hasil *feedback* dari konsumen. Karena dengan hasil tersebut, pemilik dapat melihat dan menilai kekurangan-kekurangan dalam proses layanan sehingga tindakan perbaikan dapat dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Membuat tabel yang berisikan profil pelanggan dan hewan peliharaan yang dimiliki.

Data dalam tabel ini akan berguna bagi Vroom & Groom dalam melakukan *after sale services*, dimana kami akan membantu mengingatkan pemilik hewan peliharaan saat waktu *grooming* yang dijadwalkan setiap bulannya sudah dekat. Selain itu, kami juga akan menggunakan data profil pemilik untuk memberikan

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.

ucapan selamat ulang tahun di hari ulang tahun pemilik hewan tersebut sehingga mereka akan merasa dihargai dan diingat oleh kami dan bisa menjadi salah satu faktor yang akan menimbulkan loyalitas bagi Vroom & Groom.

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

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.

