

## BAB VI

### RENCANA PEMASARAN

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

#### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran yang ditetapkan Tempat Refleksi Rumah Refleksi adalah membangun *brand image* yang kuat sebagai tempat refleksi yang menggunakan media *aromatherapy* sebagai sarana pijat refleksi bagi konsumen di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Untuk mencapai tujuannya, tempat refleksi Rumah Refleksi menyusun perencanaan pemasaran.

Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. (Kotler dan Armstrong, 2008:6).

Rencana Pemasaran adalah instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua tingkat : strategis dan taktis. Rencana pemasaran strategis menjelaskan pasar sasaran dan proposisi nilai yang akan ditawarkan perusahaan, berdasarkan pada analisis peluang pasar terbaik, sedangkan rencana pemasaran taktis menspesifikasikan taktik pemasaran, termasuk fitur produk, promosi, penyediaan barang, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanannya. (Kotler dan Keller, 2009:42).



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. Harga (*Price*)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:345), harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Harga merupakan suatu hal kritis dan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Jika perusahaan menetapkan harga yang tidak sesuai dengan segmen dan kualitas yang ditawarkan, akan membuat perusahaan mengalami penurunan penjualan sehingga akan mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Beberapa pendekatan umum yang dapat digunakan dalam penetapan harga menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:346), yaitu:

### 1. Penetapan Harga berdasarkan biaya

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya, yaitu menambahkan bagian laba (*markup*) standar ke biaya produk. Berikut ini merupakan rumus untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan *markup*.

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

$$\text{Harga Markup} = \frac{\text{Biaya Unit}}{1 - \text{markup yang diinginkan}}$$

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Penetapan harga berdasarkan markup dapat berhasil apabila tingkat penjualan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Akan tetapi penetapan harga yang berdasarkan markup selalu dipilih karena beberapa alasan. Pertama, dengan mengikatkan harga pada biaya, penjual dapat menyederhanakan penetapan harga. Penjual tidak perlu sering melakukan penyesuaian ketika harga berubah. Kedua, ketika semua perusahaan dalam suatu industri menggunakan metode penentuan harga yang sama, harga cenderung sama, sehingga persaingan harga menjadi minimal. Ketiga, banyak orang merasa penetapan harga ini lebih adil bagi pembeli atau penjual. Penjual memperoleh pengembalian yang wajar bagi investasi tetapi tidak mengambil keuntungan dari pembeli pada saat permintaan melonjak.

Pendekatan penetapan harga yang berorientasi pada biaya juga dapat dilakukan dengan penetapan harga pada titik impas. Penetapan harga titik impas adalah menetapkan harga pada titik impas atas biaya pembuatan dan pemasaran sebuah produk atau menetapkan harga untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Berikut ini adalah rumus yang digunakan dalam penetapan harga titik impas:

$$\text{Titik Impas (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{(\text{Harga} - \text{Total Biaya Variabel})}$$

$$\text{Titik Impas (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi}}$$

$$\text{Margin Kontribusi} = \frac{(\text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel})}{\text{Total Penjualan}}$$

### © 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.

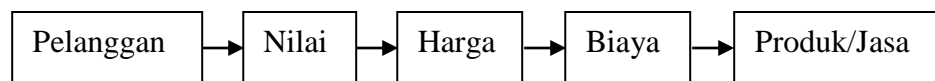


## 2. Penetapan Harga berdasarkan Nilai

Penetapan harga berdasarkan nilai adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi pembeli mengenai nilai, bukan pada biaya yang ditanggung penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai harus dapat menawarkan kombinasi yang benar-benar tepat antara kualitas dan layanan yang baik namun pada harga yang wajar.

**Tabel 6.1**

**Metode Penetapan Harga Berdasarkan Nilai**



Sumber : Philip Kotler dan Gary Armstrong Edisi 9 halaman 451

## 3. Penetapan Harga berdasarkan Pesaing

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama.

Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan. Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya, termasuk strategi dan bauran pemasaran secara keseluruhan, kondisi pasar dan permintaan, dan strategi serta harga dari para pesaing.

Penetapan harga dari faktor internal perusahaan meliputi:

### 1. Penetapan harga berdasarkan nilai

**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.



2. Penetapan harga berdasarkan nilai yang baik
3. Penetapan harga dengan nilai tambah

Penetapan harga dari faktor eksternal perusahaan meliputi:

1. Sifat pasar dan permintaan
2. Persaingan
3. Faktor-faktor lingkungan lain (ekonomi, reseller, pemerintah)

Penetapan harga yang dilakukan oleh Rumah Refleksi secara internal menggunakan penetapan harga berdasarkan biaya atau berlawanan dengan penetapan harga berdasarkan nilai. Hal ini dilakukan dengan menetapkan kualitas kemudian menetapkan biaya yang ditawarkan kepada konsumen.

Penetapan harga yang dilakukan secara eksternal menggunakan penetapan harga berdasarkan persaingan. Rumah Refleksi mengacu pada harga pesaing potensial. Rumah Refleksi menetapkan harga yang hampir sama dengan pesaing, namun masih berada sedikit di bawah pesaing. Hal ini juga untuk menarik minat para masyarakat sekitar. Berikut adalah perbandingan harga antar *reflexology center*:

**Tabel 6.2**  
**Rumah Refleksi**  
**Perbandingan Harga Refleksi (dalam Rupiah)**

	Rumah Refleksi	Ken Hermawan Reflexology	Spring Refleksi	Ten Lounge and Reflexology
<b>Paket Refleksi</b>	57.000 per 45 menit	50.000 per 30 menit	50.000 per 30 menit	70.000 per 30 menit
<b>Paket Kombinasi</b>	70.000 per 30 menit	60.000 per 30 menit	60.000 per 30 menit	90.000 per 30 menit
<b>Paket Kombinasi with scrub</b>	100.000 per 30 menit	100.000 per 30 menit	-	-

Sumber : Rumah Refleksi, 2013

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 6.2 dapat kita lihat dasar penetapan harga yang dilakukan oleh Rumah Refleksi mengacu pada harga yang ditetapkan oleh pesaing, dimana Rumah Refleksi mengambil perbandingan rata-rata setiap harga kompetitor.

### C. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang bisa memuaskan kebutuhan atau keinginan. Mencakup obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide. (Kotler dan Armstrong, 2004:8).

Tabel 6.3 menunjukkan daftar produk pelayanan jasa yang ditawarkan Tempat Refleksi Rumah Refleksi.

**Tabel 6.3**  
**Daftar Produk Pelayanan Jasa Tempat Refleksi Rumah Refleksi**  
**(dalam Rupiah)**

Nama Produk Layanan Jasa	Tarif	Waktu
<b><u>Produk Layanan Jasa Utama</u></b>		
Paket Refleksi	57.000	per 45 menit
Paket Kombinasi	70.000	per 30 menit
Paket Kombinasi <i>with scrub</i>	100.000	per 30 menit
<b><u>Produk Layanan Jasa Tambahan</u></b>		
Massage	100.000	per 30 menit
Herbal Punch Therapy	125.000	per 30 menit

Sumber : Rumah Refleksi, 2013

### D. Distribusi (*Place*)

Saluran distribusi menurut Kotler dan Gary Armstrong (2008:508), adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.



Ada dua jenis tingkat saluran distribusi menurut Kotler dan Gary Armstrong (2008:510), yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran langsung adalah saluran pemasaran yang tidak menggunakan perantara. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu tingkat perantara atau lebih.

Rumah Refleksi memilih lokasi di wilayah Kelapa Gading, Jakarta utara karena lokasi nya yang sangat strategis berada di jalan utama dan Fasilitas pendukung lain yang berada di sekitar Kelapa Gading menjadi nilai lebih untuk mendukung berdirinya Rumah Refleksi, seperti mal, area perkantoran, *carrefour*, kolam renang, lapangan futsal, dan *food court*.

#### E. Promosi (*Promotion*)

Promosi (Kotler dan Gary Armstrong, 2008:510) adalah proses mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasif mengenai suatu tawaran. Komunikasi ini bisa dilakukan dengan cara *advertising*, *direct marketing*, *sales promotion*, dan *public relation*. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuat komunikasi terhadap publik adalah pesan yang jelas, konsisten, dan berpengaruh kuat terhadap organisasi dan produk serta merknya.

Bauran Promosi (*promotion mix*) adalah bauran tertentu pemasangan iklan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan alat-alat pemasaran langsung yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasangan iklan dan pemasaran. (Kotler dan Armstrong, 2004:600).

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.



Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Tujuan Promosi di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial
2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit
3. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
4. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar
5. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing
6. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Rumah Refleksi merencanakan untuk melakukan promosi penjualan dengan cara sebagai berikut:

1. Pengumpulan *Stamp* Rumah Refleksi pada *member card*

Rumah Refleksi memberikan *reward* kepada customer dengan cara mengumpulkan *stamp* pada *membercard* setiap satu kali melakukan refleksi. Disetiap akhir proses refleksi paket apapun di Rumah Refleksi, *customer* berhak mendapatkan satu *stamp* pada *member card* dan tanggal refleksi yang ditulis secara manual oleh kasir. Setiap transaksi mempunyai hak mendapatkan *stamp*, dimana *member card* memiliki 5 kolom yang harus terpenuhi oleh *customer* agar mendapatkan satu kali paket perawatan refleksi gratis di kunjungan selanjutnya.





## 2. Pemasangan Iklan (*Advertising*)

Pemasangan Iklan adalah setiap bentuk presentasi dan promosi non-personal yang memerlukan biaya tentang gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor yang jelas. (Kotler dan Armstrong, 2004:600).

Pemasangan Iklan (*advertising*) dapat menjangkau massa pembeli yang secara geografis tersebar dengan biaya per paparan yang rendah, dan pemasangan iklan memungkinkan penjual mengulangi pesan beberapa kali.

Beberapa media iklan yang dipergunakan Rumah Refleksi sebagai salah alat promosi, yaitu :

### a. Koran, Majalah dan Iklan Internet

Rumah Refleksi mempergunakan media iklan melalui koran, majalah dan blog yang ada di wilayah tersebut, untuk pemasangan iklan di majalah Rumah Refleksi memilih majalah yang beredar di kawasan Kelapa Gading yaitu InfoGading dan Media Kawasan. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui keberadaan Rumah Refleksi serta dapat mengetahui pelayanan jasa dan promo yang ditawarkan. Berikut iklan di media cetak yang akan digunakan oleh Rumah Refleksi seperti tercantum pada Tabel 6.4.

**Tabel 6.4**  
**Rumah Refleksi**  
**Informasi dan Pemasangan Iklan di Media Cetak**

Nama Media Cetak	Jenis Iklan	Biaya Pemasangan	Contact Person
<b>Info Gading</b>	Iklan <i>Advertorial</i> (iklan yang menjelaskan produk dengan detail)	@ Rp 6.384.000,-	Mega 021-45845885
<b>Media Kawasan</b>	Iklan <i>Advertorial</i> (iklan yang menjelaskan produk dengan detail)	@Rp 2.400.000,-	Adi Wirajaya 021-97798000 0812-88088880

Sumber: <http://www.nusaadv.com/templ/serojabiru/index.php?nusaadv=5&idb=919&content=5411#>, 2013



b. Internet (*website*)

Kemajuan teknologi dalam menyampaikan informasi melalui internet merupakan salah satu cara promosi yang efektif, Rumah Refleksi akan membuat jaringan *website Refleksihouse.co.cc* yang berisi profil tempat refleksi Rumah refleksi, informasi produk, kontak person, serta promosi untuk mempermudah penyampaian informasi dan komunikasi kepada masyarakat luas.

*Website* dipilih sebagai salah satu alternatif promosi untuk mengatasi persaingan dengan berbagai rumah makan. Melalui media *online*, konsumen baik dari Jakarta atau luar Jakarta dapat mengetahui keberadaan Rumah Refleksi, pelayanan jasa refleksi yang ditawarkan, serta harga yang berlaku pada saat *happy hour* atau *normal price* . Melihat alasan tersebut maka, Rumah Refleksi akan menggunakan jasa seorang *web designer* dalam pembuatan *website*. Selain itu, Rumah Refleksi juga memasang iklan di [www.duniatiki.com](http://www.duniatiki.com), [www.pijatonline.com](http://www.pijatonline.com), [www.tokobagus.com](http://www.tokobagus.com), dan [www.88DB.com](http://www.88DB.com). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6.5 berikut.

**Tabel 6.5**  
**Rumah Refleksi**  
**Website Quotation**

Spesifikasi <i>Website</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Konsep minimalis dengan dominasi warna merah dan putih.</li> <li>b. Terdiri dari 7 halaman: <i>Home, About Us, Our Menu, News, Gallery, Contact Us, Location</i>.</li> <li>c. <i>Flash base</i> website design (bergerak)</li> <li>d. Tidak menggunakan PHP</li> <li>e. ukuran= 303 x 340 pixel</li> <li>f. <i>Webhosting</i> space 200 MB</li> <li>g. <i>Free domain</i></li> </ul>
Biaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <b>Tarif perbulan Rp 1.000.000/bulan atau 3 bulan pertama Rp 2.500.000/bulan</b></li> <li>b. <b>Product Update akan memakan biaya Rp 503.000 tergantung product update seberapa banyak</b></li> </ul>
Waktu Pengerjaan	<b>± 1 bulan</b>

Sumber : <http://www.nusaadv.com/temp/serojabiru/desc.php?&idb=15341,2013>

**© 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.



Contact Person: Adi Wirajaya

Sumbermas Advertising

Email: [Adi\\_Wirajaya@yahoo.co.id](mailto:Adi_Wirajaya@yahoo.co.id)

[WWW.SUMBERMAS.NET](http://WWW.SUMBERMAS.NET)

Alamat: JL. Kelapa Nias 4 Blok PA13 No.1, Kelapa Gading  
Jakarta-Utara 14240.

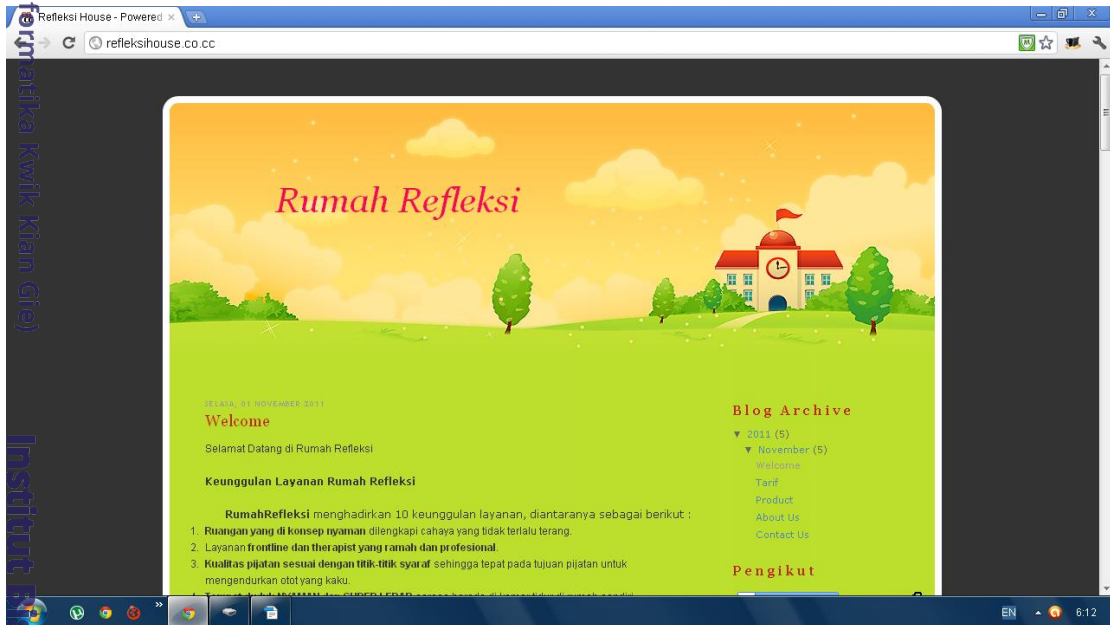
Jakarta

email : [adi\\_wirajaya@yahoo.co.id](mailto:adi_wirajaya@yahoo.co.id)

Telepon : 021-9999.8800 - 021-9779.8000 - 0812.880.88.880

Berikut tampilan website (blog) Rumah Refleksi pada Gambar 6.6:

**Gambar 6.6**  
**Rumah Refleksi**  
**Contoh Website (Blog)**



Sumber: [Refleksihouse.co.cc](http://Refleksihouse.co.cc)

c. Brosur, Pamflet, dan Banner

Promosi jenis ini dinilai sangat efektif, namun memerlukan biaya yang tidak sedikit. Dengan membagikan brosur, memasang pamflet serta

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



banner dapat membantu promosi tempat refleksi Rumah Refleksi di wilayah kelapa gading.

Untuk kegiatan promosi mengenalkan pelayanan jasa refleksi dengan menggunakan media *aromatherapy* kepada masyarakat salah satunya melalui media cetak. Media cetak yang dibuat yaitu poster dan brosur. Poster akan ditempelkan di sekitar daerah Boulevard Kelapa Gading. Sedangkan brosur yang dicetak akan disebarakan ke berbagai penjuru. Mulai dari jalanan, mall, rumah makan, perguruan tinggi atau sekolah-sekolah, area perkantoran di dalam dan luar ruko, komplek perumahan sekitar dan menyelipkan brosur di koran dan majalah melalui agen-agen koran dan majalah.

**Tabel 6.7**  
**Rumah Refleksi**

**Informasi Percetakan Poster dan Brosur**

Media Cetak	Spesifikasi	Harga	Keterangan
<b>Brosur</b>	Ukuran A5, bahan: <i>Art Paper</i> 120 gram, 1 sisi, banyak 5.000pc	Rp 1.060.000,-	<i>Full Color Finishing UV Varnish</i>
<b>Poster</b>	Ukuran A3, bahan: <i>Art Carton</i> 200 gram, 1 sisi, banyak 150pc	Rp 790.000,-	<i>Full Color Finishing UV Varnish</i>

Sumber : Jnj Advertising 2013

Contact Person:

JnJ Advertising

Jl. Lindeteves, Jakarta 11460

Tel. 021-70738287

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.



Bentuk promosi yang dilakukan ini berguna untuk memperkenalkan Rumah

Refleksi kepada target pasar potensial. Target potensial Rumah Refleksi adalah semua kalangan yang memiliki tingkat rutinitas tinggi sehingga memungkinkan terserangnya rasa letih baik fisik maupun secara pikiran, seperti para Pekerja Kantor, para Wirausaha, para Mahasiswa atau Mahasiswi, dan Ibu Rumah Tangga di area Kelapa Gading dan Sunter. Berikut tampilan Brosur yang akan direalisasikan yang ditampilkan pada **Gambar 6.8**.

**Gambar 6.8**  
**Rumah Refleksi**  
**Brosur**



## 2. Pemasaran Langsung

Pemasaran Langsung adalah hubungan-hubungan langsung dengan masing-masing pelanggan yang dibidik secara seksama dengan tujuan baik

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.



untuk memperoleh tanggapan segera, maupun untuk membina hubungan dengan pelanggan yang langgeng. (Kotler dan Armstrong, 2004:601).

Sarana promosi langsung yang digunakan yaitu *Mouth to Mouth*.

Promosi dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*) termasuk dalam cara promosi yang sangat efektif dan efisien, karena tidak membutuhkan biaya dalam pelaksanaannya. Promosi jenis ini kebanyakan ditunjukkan oleh konsumen kepada rekan terdekat serta relasi nya.

Tempat Refleksi Rumah Refleksi menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen dengan memberikan pelayanan jasa terbaik serta memberikan rasa relaks kepada konsumen, sehingga konsumen merasa terpuaskan dan menjadi loyal sehingga menjadi pelanggan tetap dan membawa keuntungan bagi Rumah Refleksi selaku tempat refleksi.

Promosi dengan cara seperti ini sangat efisien dibandingkan dengan cara lainnya. Dimana media ini tidak perlu mengeluarkan biaya sedikitpun. Tetapi kelemahannya penyampaianya biasanya hanya terbatas pada teman dan kerabat dekat. Jika hal tersebut sudah dilakukan, secara otomatis promosi akan berjalan dengan sendirinya dan tinggal menunggu respon dari para konsumen.

### 3. Hubungan dengan masyarakat

Hubungan Masyarakat adalah membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan sejumlah cara supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus,

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



dan menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta *event* yang tidak menguntungkan.

Tempat Refleksi Rumah Refleksi melakukan promosi dengan cara memberikan dukungan dalam bentuk *sponsorship*, dengan harapan masyarakat semakin mengenal *brand* Rumah Refleksi.

## F. Orang (*People*)

Unsur penting untuk setiap penyediaan layanan adalah penggunaan staf dan orang-orang yang sesuai. Merekrut staf yang tepat dan melatih mereka secara baik dalam penyampaian layanan adalah penting jika organisasi menginginkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Konsumen membuat penilaian dan memberikan persepsi pelayanan berdasarkan interaksi para karyawan. Staf harus memiliki kemampuan interpersonal yang tepat, aptitude dan pengetahuan layanan untuk memberikan layanan yang konsumen bayarkan. ([www.learningmarketing.net](http://www.learningmarketing.net)).

Tempat Refleksi Rumah Refleksi mempergunakan Sumberdaya Manusia yang terlatih, sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya. Sebelum mereka terjun ke dalam pekerjaan mereka, mereka mengalami proses *Training* secara khusus yang diawasi pihak operasional agar disaat mereka terjun betul-betul sesuai dengan hasil akhir yang diharapkan Rumah Refleksi dan Konsumen.

### © 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.



## G. Proses (*Process*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

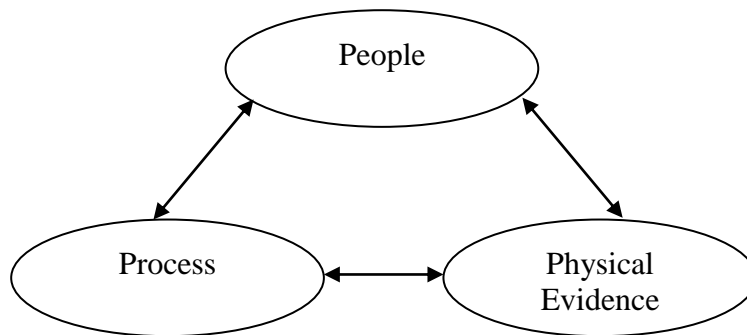
Proses mengacu pada sistem yang digunakan untuk membantu suatu organisasi dalam memberikan layanan. Layanan yang efisien menumbuhkan loyalitas konsumen dan kepercayaan pada perusahaan. ([www.learningmarketing.net](http://www.learningmarketing.net)).

Proses pelayanan pada Tempat Refleksi Rumah Refleksi sangat efisien, sehingga memberikan rasa puas kepada para konsumen sehingga menciptakan loyalitas yang tinggi.

## H Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti Fisik adalah elemen dari bauran layanan yang memungkinkan konsumen membuat penilaian pada organisasi. Bukti fisik merupakan unsur terpenting dari bauran pelayanan, konsumen akan membuat persepsi berdasarkan penglihatan mereka dari penyediaan layanan yang akan berdampak pada rencana organisasi. ([www.learningmarketing.net](http://www.learningmarketing.net)).

**Gambar 6.9**  
**Rumah Refleksi**  
**Skema Layanan Bauran Pemasaran**



Sumber : [www.learningmarketing.net](http://www.learningmarketing.net)

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.





Layanan bauran pemasaran melibatkan produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*) dan orang (*people*). Untuk pengelolaan jasa tertentu yang lebih rumit maka produk dapat di standarisasi, untuk standarisasi layanan jauh lebih sulit karena ada banyak faktor input lebih yaitu orang, bukti fisik dan proses untuk mengelola suatu produk.

### I. Ramalan Produk

Di zaman sekarang, dimana kemajuan teknologi sudah semakin maju, serta masyarakat yang semakin sibuk, setiap pelaku kegiatan baik bisnis maupun nonbisnis dituntut untuk selalu memiliki stamina dan performa yang optimal. Alternatif pilihan yang dapat dipilih yaitu pergi ke tempat refleksi yang penempatannya strategis dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk sampai ke tempat. Banyaknya teknik pijat refleksi yang ditawarkan oleh berbagai tempat refleksi di Jakarta membuat semakin beragamnya variasi yang dapat dipilih oleh masyarakat. Pelayanan jasa yang ditawarkan Rumah Refleksi adalah teknik pemijatan menggunakan media *aromatherapy* dari berbagai macam jenis aroma yang khasiat dan efek yang ditimbulkannya berbeda antara satu jenis aroma maupun aroma lainnya. Rata-rata tempat refleksi di Jakarta menawarkan pelayanan jasa menggunakan berbagai jenis media terapi refleksi, bila terdapat pelayanan jasa menggunakan media *aromatherapy* juga hanya beberapa tempat saja dan tidak bervariasi jenis *aromatherapy* yang di

## © 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.



aplikasikan. Melihat efek yang dihasilkan dari *aromatherapy* itu sendiri memiliki efek yang positif bagi penggunanya, maka pengaplikasian media ini dijadikan alternatif relaksasi bagi masyarakat yang pecinta pelayanan jasa refleksi maupun masyarakat pada umumnya.

Peramalan dibagi atas dua jenis, yaitu peramalan langsung dan peramalan tidak langsung. Peramalan langsung adalah variabel yang berhubungan langsung dengan penjualan. Sedangkan peramalan tidak langsung adalah variabel yang berkaitan dengan penjualan yang digunakan sebagai pilihan untuk merancang penjualan di masa akan datang. (Leonardus Saiman, 2009:222).

Ramalan penjualan dapat dibuat berdasarkan penjualan jasa tempat refleksi yang sudah ada sebelumnya. Menurut *survey*, pengunjung tempat refleksi di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara untuk setiap hari sekitar 150 - 250 pengunjung.

**Tabel 6.10**  
**Proyeksi Penjualan Tempat Refleksi Rumah Refleksi**  
**Periode 2014 - 2018**

Tahun	Penjualan	
2014 <sup>1)</sup>	Rp	1.028.736.000
2015 <sup>2)</sup>	Rp	1.206.234.000
2016 <sup>3)</sup>	Rp	1.594.062.000
2017 <sup>4)</sup>	Rp	2.079.360.000
2018 <sup>5)</sup>	Rp	2.611.170.000
<b>Total</b>	<b>Rp</b>	<b>8.519.562.000</b>

Sumber : 1) Lampiran 5 ; 2) Lampiran 6 ; 3) Lampiran 7 ;  
4) Lampiran 8 ; 5) Lampiran 9

**© 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.



## J. Pengendalian

Rumah Refleksi adalah perusahaan perseorangan, yang dikelola dan diawasi oleh satu orang. Rumah Refleksi dikelola dan diawasi oleh seorang manajer. Para stafnya bertugas untuk membantu menjalankan bisnisnya.

Pengendalian dalam operasional Rumah Refleksi dilakukan dengan berbagai cara yaitu:

### 1. Wawancara Konsumen

Wawancara konsumen adalah proses tanya jawab yang dilakukan Rumah Refleksi terhadap konsumen atas pelayanan, *media aromatherapy*, serta meminta saran dan kritik dari konsumen yang dapat menjadi masukan bagi Rumah Refleksi.

### 2. *Feedback*

*Feedback* adalah penilaian yang dilakukan oleh konsumen atas Rumah Refleksi baik dari pelayanan, *media aromatherapy*, tenaga terapis, kebersihan ruangan, dan lain-lain. Kertas *feedback* akan diletakkan di setiap meja, sehingga konsumen dapat langsung mengisi *feedback* tersebut ketika sedang menunggu tempat refleksi yang dipersiapkan atau sebelum meninggalkan tempat refleksi setelah melakukan proses terapi pijat refleksi.

### 3. Evaluasi Karyawan

Evaluasi karyawan dilakukan setiap 1 minggu, pada hari Senin, sebelum memulai kegiatan operasional Rumah Refleksi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas karyawan, memotivasi para karyawan untuk bekerja

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

lebih giat lagi serta memperbaiki kekurangan agar berbagai kekurangan tidak terulang lagi di kemudian hari.

4. Pelatihan (*training*)

Pelatihan dilakukan bila ada hal-hal penting seperti menyangkut masalah operasional, misalnya peningkatan kualitas pelayanan tenaga terapis, peningkatan pemasaran, atau perubahan sistem yang akan dilakukan oleh Rumah Refleksi. Disamping itu juga dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan operasional sebelumnya dalam beberapa bulan dan menyusun rencana kerja dan program promosi ke depan.

5. Pengamatan Terhadap *Trend*

Mengetahui *trend* dan kebutuhan para konsumennya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan para konsumennya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.

## BAB VII

### RENCANA ORGANISASI

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

#### **Kepemilikan Usaha**

Rumah Refleksi merupakan perusahaan perseorangan karena merupakan tempat refleksi dengan skala usaha kecil yang menggunakan 100% modal sendiri dan menggunakan keuntungan dari transaksi penjualan sebagai tambahan modal. Keuntungan yang diperoleh dari bisnis ini akan dinikmati sendiri oleh pemilik/tidak ada pembagian keuntungan kepada pihak lain.

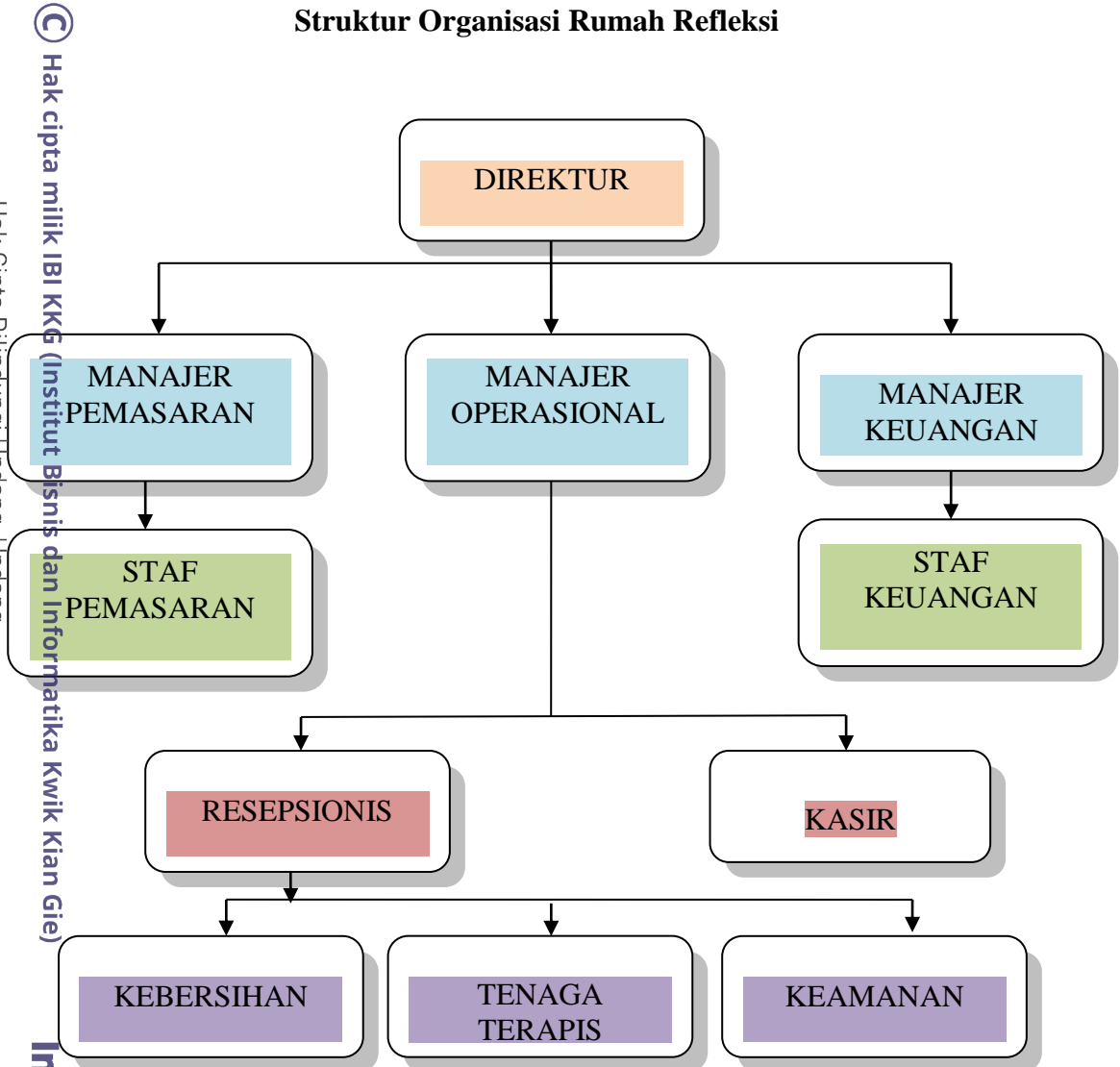
#### **Struktur Organisasi**

Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut diintegrasikan (koordinasi). Selain itu, struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi-spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan. Struktur organisasi tempat refleksi Rumah Refleksi ditunjukkan oleh Gambar 7.1.

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.

Gambar 7.1

Struktur Organisasi Rumah Refleksi



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Latar Belakang Karyawan

Berikut ini merupakan kualifikasi pekerjaan di Rumah Refleksi:

1. Manajer

Persyaratan untuk menjadi manajer adalah:

- a. Berijazah Minimal Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran, Keuangan, atau Kewirausahaan.

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.



- b. Pria atau wanita berusia 24-35 tahun.
  - c. Manajer Pemasaran memiliki pengalaman minimal 2 tahun diutamakan di bidang Pemasaran (Marketing)
  - d. Manajer Operasional mengerti dan mengetahui pasti proses kegiatan refleksi secara berurutan dan memiliki wawasan seputar dunia refleksi dan berpengalaman dalam dunia refleksi minimal 2 tahun.
  - e. Menguasai program *Microsoft Office*, Internet, dan lain-lain.
  - f. Cekatan, Teliti dan inisiatif.
  - g. Mengerti dan mampu mengaplikasikan dalam penyusunan laporan keuangan, administrasi, pemasaran, manajemen strategik, dan manajemen SDM.
  - h. Dapat bekerja dalam tim.
  - i. Pekerja keras.
2. Staf Administrasi & Keuangan
    - a. Berijazah Minimal D3 Program Studi Ilmu Ekonomi Jurusan Akuntansi/Manajemen Keuangan.
    - b. Pria atau wanita berusia 22-28 tahun.
    - c. Memahami laporan dan analisis keuangan, sistem dan prosedur akuntansi dan keuangan.
    - d. Menguasai program *Microsoft Office* dan program akuntansi.
    - e. Teliti dan pekerja keras.
    - f. Mampu bekerja dalam tim.
  3. Staf Pemasaran

**© 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.



- a. Berijazah Minimal D3 Program Studi Ilmu Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran, Keuangan, atau Kewirausahaan.
  - b. Pria atau wanita berusia 22-28 tahun.
  - c. Mampu menggarap pasar yang menjadi target potensial bagi Rumah Refleksi.
  - d. Mampu melahirkan ide promosi yang menarik untuk peningkatan *income* Rumah Refleksi.
    - a. Menguasai program *Microsoft Office*, program *design web* , dan mampu menggunakan internet.
    - b. Teliti dan pekerja keras.
    - c. Mampu bekerja dalam tim.
4. Resepsionis (*Cashier*)
- a. Berijazah Minimal SMA atau sederajat.
  - b. Usia 20-25 tahun.
  - c. Pengalaman kerja minimal 2 tahun.
  - d. Jujur, rajin, inisiatif, teliti dalam pekerjaan.
  - e. Mampu berkomunikasi dengan baik.
6. Tenaga Terapis
- a. Berijazah Minimal SMA atau sederajat.
  - b. Pria atau Wanita berusia 20-25 tahun.
  - c. Memiliki *skill* dan mampu mengaplikasikan teknik pijatan yang benar.
  - d. Pengalaman kerja minimal 2 tahun.
  - e. Jujur, rajin, inisiatif, teliti dalam pekerjaan.

**© 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.





- f. Mampu berkomunikasi dengan baik
  - g. Bertanggung jawab pada pekerjaan.
  - h. Berpenampilan Menarik dan Bersih.
7. Kebersihan
- a. Berijazah Minimal SMA atau sederajat
  - b. Pria atau wanita berusia 23-30 tahun.
  - c. Jujur, rajin, inisiatif, teliti dan tanggung jawab dalam pekerjaan.
  - d. Mampu berkomunikasi dengan baik.
  - e. Mampu melakukan *control* ketersediaan dan penempatan *asset* sesuai dengan penempatannya.
8. Keamanan
- a. Minimal berijazah SMA atau sederajat.
  - b. Pria berusia 20 - 45 tahun.
  - c. Memiliki pengalaman minimal 1 tahun di bidangnya.
  - d. Mampu berkomunikasi dengan baik.
  - e. Jujur, pekerja keras, memiliki motivasi yang tinggi.
  - f. Bertanggung jawab dalam pekerjaan.
  - g. Mampu menjaga situasi kondusif dalam kegiatan operasional

### Uraian Tanggung Jawab dan Wewenang Karyawan

Uraian tugas dan tanggung jawab di Rumah Refleksi adalah sebagai berikut:

1. Manajer

### © 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.



- a. Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengontrol setiap pekerjaan dan setiap divisi.
  - b. Memberikan pengetahuan manajerial kepada karyawan.
  - c. Memberikan konsep utama kepada seluruh karyawan Rumah Refleksi.
  - d. Mengawasi dan mengatur jalannya pelayanan Rumah Refleksi, operasional usaha, keuangan perusahaan dan seluruh hal yang berkaitan dengan Rumah Refleksi.
  - e. Menciptakan ide dan konsep-konsep yang mendukung tempat refleksi.
  - f. Memberikan motivasi, masukan, dan nasehat kepada seluruh karyawan Rumah Refleksi.
  - g. Menyelesaikan masalah yang terjadi di restoran.
2. Staf Administrasi & Keuangan
    - a. Bertugas membantu manajer administrasi keuangan dalam mengontrol keuangan perusahaan.
    - b. Membuat laporan keuangan perusahaan setiap bulannya.
    - c. Mempertanggungjawabkan laporan keuangan perusahaan setiap bulan kepada manajer.
    - d. Membantu mengawasi pelaksanaan *stock opname* tiap bulannya.
    - e. Menjalankan fungsi anggaran perusahaan.
    - f. Melakukan penggajian karyawan tiap bulannya.
  3. Staf Pemasaran
    - a. Bertugas membantu manajer pemasaran dalam kegiatan promosi dan peningkatan *sales*.

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



- b. Membuat program menarik setiap beberapa bulan sekali untuk promosi Rumah Refleksi.
  - c. Mempertanggungjawabkan program promosi baik cetak maupun elektronik setiap bulan kepada manajer.
  - d. Membantu menampung, menyaring, dan mengaplikasikan setiap ide – ide baru tiap bulannya yang berasal dari kotak saran konsumen
  - e. Mampu menjelaskan setiap program yang berlangsung kepada setiap karyawan secara detail.
4. Resepsionis (*cashier*)
    - a. Bertugas menerima pembayaran yang akan dibayar oleh *customer*.
    - b. Melaporkan setiap hari ke staf administrasi keuangan.
    - c. Menyetorkan pendapatan yang diterima setiap hari ke bank.
    - d. Membuat *bill* apabila diminta oleh *customer*.
    - e. Meng-*input* data pesanan *customer*.
    - f. Mengkoordinasikan pesanan ke tenaga terapis yang tersedia.
    - g. Mencatat waktu pada saat memulai dan berakhirnya kegiatan refleksi.
    - h. Bertanggung jawab atas segala bentuk penerimaan dan pengeluaran..
  5. Tenaga Terapis
    - a. Bertugas saat mendapatkan nota dari resepsionis sesuai dengan paket jasa yang di kehendaki *customer*.
    - b. Bertanggung jawab atas segala aktivitas yang dilakukan di ruang refleksi.
    - c. Bertugas menjaga kualitas dan teknik pemijatan maupun media yang digunakan.

**© 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. Memastikan proses kegiatan refleksi berjalan secara berurutan sesuai dengan prosedur.
  - e. Bertanggung jawab terhadap pemakaian alat – alat refleksi pada saat kegiatan refleksi dan meletakkannya kembali di tempatnya agar memudahkan pencarian.
  - f. Menyediakan teh pada saat berakhirnya proses refleksi dan memastikan semua proses telah berakhir dengan baik.
6. Kebersihan
- a. Menjaga kebersihan dan kerapian setiap ruangan baik lantai 1 atau lantai 2
  - b. Memastikan ketersediaan kebutuhan customer di area public.
  - c. Bertanggung jawab terhadap pemeliharaan asset Rumah Refleksi yang tersedia di ruang penyimpanan.
  - d. Membersihkan dan meletakkan kembali peralatan refleksi setelah proses kegiatan refleksi di tempatnya.
  - e. Memeriksa secara rutin pewangi setiap ruangan dan berbagai macam kebutuhan konsumen.
7. Keamanan
- a. Memberikan kartu tanda parkir khusus untuk tamu Rumah Refleksi.
  - b. Bertanggung jawab terhadap penciptaan situasi yang kondusif dan memberikan rasa nyaman.
  - c. Mampu mengendalikan situasi bila terjadi hal yang tidak diinginkan secara rasional bukan emosional.

**© 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. Bertanggung jawab terhadap ketersediaan *asset* Rumah Refleksi.
- e. Memberikan ucapan terima kasih ketika *customer* hendak meninggalkan tempat refleksi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### **Proses Rekrutmen**

Proses rekrutmen yang dilakukan oleh Pondok Rumah Refleksi sebelum melakukan proses operasional dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Membuat iklan di koran dan internet
- b. Melakukan seleksi para calon pelamar
- c. Melakukan pemanggilan para calon karyawan
- d. Mengadakan wawancara dengan para calon karyawan
- e. Memilih karyawan yang dibutuhkan sesuai dengan kriteria masing-masing

### **Balas Jasa**

Sebagai upaya meningkatkan produktivitas dan memelihara semangat kerja yang tinggi, Rumah Refleksi akan memberikan balas jasa. Balas jasa yang diberikan kepada karyawan berupa gaji setiap bulan ditambah bonus seperti Tunjangan Hari Raya (THR).

Balas jasa para karyawan disesuaikan dengan aturan Upah Minimum Provinsi (UMP) untuk DKI Jakarta yang berlaku tahun 2013 sebesar Rp 1.118.009,00 per bulan, maka Rumah Refleksi menetapkan gaji tiap karyawan sebesar:



1. Direktur : Rp 3.500.000,-/bulan.
2. Manajer Pemasaran dan Keuangan : Rp 2.200.000,-/bulan.
3. Manajer Operasional : Rp 2.500.000,-/bulan.
4. Staf Pemasaran dan Keuangan : Rp 1.800.000,-/bulan.
5. Resepsionis : Rp 1.500.000,-/bulan
6. Tenaga terapis : Rp 1.250.000,-/bulan.
7. Kebersihan : Rp 1.100.000,-/bulan
8. Keamanan : Rp 1.100.000,-/bulan

Gaji karyawan diatas sudah termasuk tunjangan makan dan transportasi.

Bonus berupa Tunjangan Hari Raya (THR) akan diberikan 1 kali lipat dari gaji sebelumnya. Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat pada tabel Balas Jasa (Tabel 7.1) dan tabel Tunjangan Hari Raya per tahun (Tabel 7.2).

**Tabel 7.1**  
**Tabel Balas Jasa Rumah Refleksi**  
**Karyawan Tempat Refleksi**

No.	Jabatan	Jumlah	Gaji per bulan	Jumlah Gaji per tahun
1.	Direktur	1 orang	Rp 3.500.000,-	Rp 42.000.000,-
2.	Manajer Pemasaran dan Keuangan	2 orang	Rp 2.200.000,-	Rp 52.800.000,-
3.	Manajer Operasional	1 orang	Rp 2.500.000,-	Rp 30.000.000,-
4.	Staf Keuangan dan Pemasaran	2 orang	Rp 1.800.000,-	Rp 43.200.000,-
5.	Resepsionis ( <i>cashier</i> )	2 orang	Rp 1.600.000,-	Rp 38.400.000,-
6.	Tenaga Terapis	10 orang	Rp 1.300.000,-	Rp 156.000.000,-
7.	Kebersihan	2 orang	Rp 1.100.000,-	Rp 26.400.000,-
8.	Keamanan	2 orang	Rp 1.100.000,-	Rp 26.400.000,-
	<b>Total</b>	<b>22 orang</b>	<b>Rp 15.100.000,-</b>	<b>Rp 415.200.000,-</b>

Sumber : Rumah Refleksi, 2013

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.



**Tabel 7.2**  
**Tabel Tunjangan Hari Raya (THR) per Tahun**

No.	Jabatan	Jumlah	THR per orang	Jumlah THR per tahun
1.	Direktur	1 orang	Rp 3.500.000,-	Rp 3.500.000,-
2.	Manajer Pemasaran dan Keuangan	2 orang	Rp 2.200.000,-	Rp 4.400.000,-
3.	Manajer Operasional	1 orang	Rp 2.500.000,-	Rp 2.500.000,-
4.	Staf Keuangan dan Pemasaran	2 orang	Rp 1.800.000,-	Rp 3.600.000,-
5.	Resepsionis ( <i>cashier</i> )	2 orang	Rp 1.600.000,-	Rp 3.200.000,-
6.	Tenaga Terapis	10 orang	Rp 1.300.000,-	Rp 13.000.000,-
7.	Kebersihan	2 orang	Rp 1.100.000,-	Rp 2.200.000,-
8.	Keamanan	2 orang	Rp 1.100.000,-	Rp 2.200.000,-
	<b>Total</b>	<b>22 orang</b>	<b>Rp 15.100.000,-</b>	<b>Rp 34.600.000,-</b>

Sumber : Rumah Refleksi, 2013

© 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.