KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini, seiring dengan pesatnya perkembangan usaha bisnis, maka persaingan antar pebisnis pun semakin ketat. Hal tersebut menjadi tantangan bagi sebuah organisasi atau perusahaan yang menjalankan bisnisnya agar dapat tetap bertahan dan menjaga eksistensinya di mata publik. Memang mudah kelihatannya bagi setiap individu yang ingin membuka lahan usaha dan berwiraswasta dengan segala kemudahan yang diberikan oleh sistem peraturan di negara kita, namun merupakan tantangan tersendiri untuk mempertahankan usaha yang telah dibangun tersebut.

Suatu perusahaan dapat dikatakan sukses pada saat mereka berhasil mendapatkan permintaan pasar untuk membeli produk dan jasa dari perusahaan tersebut, hal ini merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan. Kelangsungan hidup dan keberuntungan perusahaan sangatlah bergantung pada konsep sasaran dan strategi bersaing yang digunakannya. Sasaran dan strategi yang digunakan pun harus memiliki keterkaitan secara total pada seluruh kegiatan yang ada pada suatu perusahaan.

Positioning adalah tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu di benak konsumennya. Sehingga dengan demikian, konsumen dapat memahami dan menghargai terhadap apa yang dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaing atau kompetitornya. Bagi perusahaan, tindakan untuk meneliti atau mengidentifikasi posisi pesaing dan memutuskan untuk mengambil posisi setaraf dengan posisi pesaing atau mencari kesempatan dalam pasar.

© 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.

Jika posisi perusahaan itu sendiri dekat dengan pesaing lainnya, maka perusahaan itu harus menyeleksi dan kemudian mencari faktor apa yang dapat membedakan perusahaannya dengan pesaingnya. Dengan kata lain, perusahaan tersebut harus memiliki suatu *competitive advantage* dibandingkan pesaingnya, sehingga dapat terbentuk pemosisian merek (*brand positioning).* Hasil akhir dari pemosisian adalah terciptanya nilai proporsi yang pas, yang menyebabkan seorang pelanggan akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk yang menurutnya telah memiliki nilai proporsi yang pas. Namun untuk mencapai hal tersebut tidaklah mudah seperti membalikan telapak tangan. Pikiran konsumen penuh dengan informasi mengenai berbagai macam produk yang ditawarkan, dan mereka tentunya tidak akan dapat mengingat secara detil spesifikasi produk saat kebutuhan akan produk timbul dalam pikiran mereka.

Bagi suatu perusahaan, citra positif yang terbentuk sangatlah penting. Semakin baik citra yang terbentuk di benak konsumen, maka semakin kuat hubungan antara konsumen dan perusahaan. Namun, citra positif yang telah terbentuk saja tidak cukup. Pihak perusahaan juga harus memikirkan ide bagaimana agar citra yang sudah ia raih dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan secara kontinu. Suatu merek harus bekerja lebih keras bukan hanya untuk memperoleh perhatian dari pelanggannya dan prospek saja, melainkan untuk memperoleh pengaruh atas perilaku dan kebiasaan mereka. Dan salah satu cara untuk melakukan keduanya adalah dengan melibatkan khalayak sasaran dalam suatu pengalaman merek (*brand experience*).

Salah satunya yang terjadi di dalam perusahaan perbankan PT. Bank Central Asia (BCA) yang bergerak di industri perbankan yang tentunya sudah memiliki citra positif di benak masyarakat, khususnya para nasabahnya. Tapi, BCA tidak berhenti pada posisi itu

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

saja, melainkan tetap berkomitmen dalam terus meningkatkan hubungannya dengan konsumennya. Hal ini sesuai dengan yang dipublikasikan di Majalah Info Bank edisi Juli 2017 dimana ditulis sebagai berikut :

> "Setelah posisinya tak tergantikan sebagai *transactional banking*, BCA mulai memosisikan diri sebagai *relationship banking* untuk memberikan pelayanan *advance* kepada nasabahnya." (Darto Wiryosukarto, 2017:32)

Alasan penulis melakukan penelitian di perusahaan tersebut, karena menurut peneliti BCA merupakan salah satu perusahaan perbankan papan atas yang telah berhasil dalam mempertahankan performanya yang solid dan telah mendapatkan berbagai pengakuan internasional atas berbagai prestasinya. Setelah sebelumnya menjadi satu-satunya perusahaan asal Indonesia yang mendapatkan penghargaan *Gallup Great Workplace Award 2017*, BCA kembali meraih penghargaan bergengsi masuk dalam jajaran 2000 perusahaan terbesar di dunia dalam ajang *Forbes Global 2000 Awards 2017* yang diselenggarakan oleh Forbes Indonesia, majalah referensi yang mengkaji isu-isu finansial dan bisnis di berbagai belahan dunia secara akurat dan terpercaya. PT Bank Central Asia Tbk memang merupakan salah satu bank terkemuka di Indonesia yang fokus pada bisnis perbankan transaksi serta menyediakan fasilitas kredit dan solusi keuangan bagi segmen korporasi, komersial dan UKM dan konsumen. Pada akhir Juni 2017, BCA telah melayani 16 juta rekening nasabah dan memproses jutaan transaksi setiap harinya didukung oleh 1.222 kantor cabang, 17.913 ATM dan lebih dari 440.000 mesin EDC serta transaksi melalui layanan *internet banking* dan *mobile banking* yang dapat diakses selama 24 jam. Hal ini juga dibuktikan melalui prestasi BCA yang untuk kedua kalinya telah dianugerahi dua penghargaan sekaligus, yakni bank terbaik di Indonesia dan bank Asia terbaik dalam

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

ajang *FinanceAsia Country Awards for Achievement 2017* di Four Seasons, Hongkong pada tanggal 29 Juni 2017.

Hasil survei mengenai berwisata dan melakukan perjalanan lewat udara oleh masyarakat Indonesia menunjukan tren yang terus bertumbuh dan mangalami peningkatan. Survei yang dilakukan oleh Skyscanner, yaitu sebuah situs perjalanan wisata terkemuka di dunia mencatat bahwa masyarakat Indonesia berusaha memanfaatkan waktu yang ada untuk melakukan perjalanan wisata, tidak hanya memanfaatkan masa libur panjang, tetapi juga menggunakan akhir minggu atau libur singkat untuk berwisata ataupun melakukan perjalanan ke berbagai destinasi wisata.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan pasar paling cepat di dunia, berkat populasi masyarakat menengahnya yang memiliki rata-rata penghasilan yang siap dibelanjakan (*disposable income)* yang semakin tinggi per tahunnya. Pada tahun 2030, Indonesia diperkirakan akan menjadi negara dengan ekonomi ke-7 terbesar di dunia, naik dari posisi ke-16 di tahun ini. Penghasilan yang meningkat mendorong orang untuk bepergian atau *traveling.* Yulianto Balawan, *Senior Marketing Manager* Skyscanner untuk Indonesia, mengatakan traveler Indonesia makin cerdas untuk memilih destinasi dan mencari harga terbaik. Pelancong Indonesia semakin cerdas. Mereka menginginkan kebebasan dalam mengatur perjalanan mereka. Hal yang selalu dicari adalah promo terbaik dan harga termurah. (Afif Farhan, 2017, diakses pada 3 Agustus 2017). Dan salah satu tempat yang biasa memberikan promo-promo tersebut adalah *travel fair* atau pameran pariwisata.

Pameran pariwisata merupakan tempat yang tepat bagi masyarakat untuk mendapatkan promo-promo menarik, seperti tiket penerbangan, tur wisata atau bahkan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

tiket berbagai obyek wisata. Di awal tahun 2017 sendiri, sudah ada beberapa pameran pariwisata yang diselenggarakan, sebut saja Air Asia Travel Fair di Mall Kota Kasablanka (9-12 Februari) , Indonesia Travel Fair 2017 di Lippo Mall Kemang (17-19 Februari), Cathay Pacific-HSBC Travel Fair di Central Park (23-26 Februari), BCA-SQ Travel Fair di Gandaria City (24-26 Februari), Garuda Indonesia Travel Fair (10-12 Maret), Astindo Fair (24-26 Maret), dan sebagainya.

Pertumbuhan jumlah wisatawan ini didorong oleh adanya peningkatan kebutuhan berwisata untuk mengimbangi kesibukan dalam bekerja dan meningkatnya jumlah kelas menengah di Indonesia yang bergeser pola konsumsinya dari barang-barang kebutuhan pokok ke gaya hidup dan oleh ADB diproyeksikan mencapai angka 150 juta orang. Melihat tren yang ada dan menyadari kebutuhan akan liburan dan pariwisata yang terencana serta berkualitas, maka BCA bekerjasama dengan salah satu maskapai penerbangan terbaik di dunia, Singapore Airlines menyelenggarakan *BCA-SQ Travel Fair*. Selain itu, sesuai dengan komitmennya untuk senantiasa hadir bagi nasabahnya, BCA berusaha untuk memenuhi berbagai kebutuhan nasabah dan mereka melihat bahwa berlibur dan melakukan perjalanan wisata sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat saat ini, mengingat pekerjaan dan usaha yang semakin kompetitif, maka dibutuhkan aktivitas rekreasi sebagai penyeimbang untuk melepas penat. Hal inilah yang melatarbelakangi BCA menyelenggarakan *BCA-SQ Travel Fair* bagi para pemegang kartu kredit BCA, Visa BCA-Singapore Airlines serta tentunya bagi masyarakat umum.

Secara khusus, dalam acara *BCA-SQ Travel Fair 2017*, BCA menggandeng 7 biro perjalanan utama yang telah berpengalaman dan tentunya memiliki paket wisata dan perjalanan terbaik, aman dan terencana yang dapat memberikan wisata maupun perjalanan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

berkualitas dan pengalaman yang menyenangkan. 7 biro perjalanan tersebut antara lain adalah AVIA Tour, WITA Tour, Bayu Buana Travel Services, Dwidaya Tour, Smailing Tour, Golden Rama Tour, dan Panorama Tours yang menawarkan berbagai penawaran menarik bagi para nasabahnya, mulai dari promo *cashback* pembelian tiket dan pembelian paket tour, fasilitas cicilan BCA 0% hingga 6 bulan, harga khusus dari SIA (Singapore Airlines) bagi pemegang kartu BCA, hingga total 3x *Krisflyer miles* untuk pembelian tiket Singapore Airlines.

Namun, suatu kegiatan tentunya dilaksanakan melalui berbagai pertimbangan dan perencanaan yang matang berdasarkan berbagai faktor keberhasilan suatu kegiatan, mulai dari objektif atau tujuan kegiatan, khalayak sasaran, lokasi pengadaan kegiatan, durasi dan waktu kegiatan, konsep kegiatan, biaya atau *budgeting* , dan sebagainya. Karena meskipun sebuah acara dapat dikatakan sederhana, tetapi jumlah dan besarnya pengunjung yang hadir pada kegiatan tersebut dapat membuat kegiatan tersebut menjadi sangat kompleks penyelengaraannya untuk meminimalisir tingkat ketidakpastian kegiatan, mulai dari segi biaya, waktu pelaksanaan, kebutuhan teknis, dan hal lainnya. Selain itu, banyaknya gelaran serupa yang digelar para kompetitor menyebabkan seorang penyelenggara harus memikirkan bagaimana cara agar pengunjung yang dating ke gelaran yang ia buat dapat merasakan suasana yang khas dan lain daripada yang lainnya, sehingga tercipta persepsi positif terhadap perusahaan penyelenggara.

Berdasarkan uraian di atas, meskipun suatu perusahaan sudah diakui eksistensinya oleh khalayak luas, namun perusahaan tersebut tetap memiliki tanggung jawab untuk tetap mempertahankan eksistensinya tersebut atau bahkan terus meningkatkan kualitas produk atau jasa yang dimilikinya agar ekspektasi dari konsumen-konsumennya dapat terpenuhi

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisis dan Informaika Kwik Kian

dan mereka dapat merasa puas yang pada akhirnya akan loyal pada merek tersebut. Dan seperti kata pepatah yang berkata,"Semakin tinggi pohon, akan semakin kencang angin yang menerpanya", yang artinya sesuai dengan realita yang terjadi dalam dunia bisnis masa kini, bahwa semakin tinggi prestasi yang dicapai oleh suatu perusahaan, maka ekspektasi masyarakat juga akan semakin tinggi dan hal tersulit yang menjadi tantangan bagi pihak perusahaan adalah bagaimana mempertahankan itu semua dan tetap memuaskan kebutuhan konsumennya. Melihat dari meningkatnya minat masyarakat akan perjalanan wisata, BCA memanfaatkan hal itu untuk membuat suatu gelaran yang dimana dapat memenuhi kebutuhan para nasabahnya.

Hal inilah yang menarik perhatian peneliti untuk mengetahui bagaimana sebuah gelaran atau *event* dapat digunakan sebuah perusahaan sebagai keterlibatan pelanggannya dalam pengalaman merek yang diciptakan melalui gelaran tersebut. Perusahaan juga melakukan suatu gelaran untuk mempertahankan dan meningkatkan citra positif yang telah dimilikinya. Salah satunya adalah acara *"BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017"* yang diadakan di Gandaria City Mall. Peneliti ingin mengetahui bagaimana pengelolaan yang dilakukan oleh pihak manajemen dalam menyukseskan kegiatan tahunan yang memang sudah diketahui eksistensinya tersebut, karena ini bukanlah pertama kalinya BCA dan Singapore Airlines menyelenggarakan kegiatan serupa. Dimana dengan kata lain karena kegiatan ini sudah menjadi kegiatan rutin dan dalam satu tahun biasanya diadakan hingga 2 kali, maka artinya waktu untuk merancang kegiatan ini juga lebih terbatas, dimulai dari riset hingga evaluasi dan kembali lagi ke riset untuk acara serupa pada periode selanjutnya. Maka dari itu, peneliti merasa sangat tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai hal

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

tersebut melalui penelitian berjudul **"Pengelolaan Gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* di Gandaria City Mall"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah **"Bagaimana proses manajemen gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* yang diadakan di Gandaria City Mall ?**

C. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* melakukan riset?
2. Bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* menyusun desain atau konsep acara?
3. Bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* melakukan perencanaan akomodasi untuk gelaran tersebut?
4. Bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* melakukan koordinasi dengan pihak terkait?
5. Bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* melakukan evaluasi atas hasil gelaran yang telah diselanggarakan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* melakukan riset.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Untuk mengetahui bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* menyusun desain atau konsep acara.
3. Untuk mengetahui bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* melakukan perencanaan akomodasi untuk gelaran tersebut.
4. Untuk mengetahui bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* melakukan koordinasi dengan pihak terkait.
5. Untuk mengetahui bagaimana pihak pengelola gelaran *BCA Singapore Airlines Travel Fair 2017* melakukan evaluasi atas hasil gelaran yang telah diselenggarakan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi semua pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini, baik manfaat secara akademis maupun empiris atau praktis, antara lain :

1. Manfaat Akademis

a. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu contoh implementasi dari studi manajemen gelaran (*event management*).
b. Menjadi referensi dan pedoman bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penyelenggara gelaran, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi penyelenggara dalam menyelenggarakan gelaran-gelaran selanjutnya yang serupa atau sejenis.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.