KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB V

RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN

A. Segmentation, Targeting, Positioning (STP)

Proses STP penting untuk dilakukan agar perusahaan dapat menentukan pasar yang jelas, sehingga dapat menentukan strategi yang disesuaikan dengan informasi dari STP. Penjelasan STP menurut Kotler dan Gary Armstrong (2013: 214) adalah :

1. *Segmentation* adalah membagi sebuah pasar menjadi segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, dan perilaku yang berbeda-beda yang mungkin membutuhkan strategi pemasaran atau bauran yang berbeda. Jenis-jenis segmentasi antara lain :
   a. Segmentasi geografis, yaitu membagi pasar ke dalam unit geografis yang berbeda-beda seperti negara, daerah, kota, bahkan perumahan. Melakukan segmentasi secara geografis bertujuan untuk membantu perusahaan di dalam beraktivitas, sehingga memberikan kepastian dan jaminan di mana jasa ini akan beroperasi. Lokasi *Twinnies Cheese Potato* sementara hanya mencakup kota Palembang. Palembang merupakan ibukota dari provinsi Sumatera Selatan dan dapat dipastikan akan memiliki permintaaan yang tinggi juga terlebih untuk makanan selaku kebutuhan pokok yang tidak dapat dihindarkan. Setelah pangsa pasar telah terbentuk maka untuk melakukan ekspansi keluar Palembang akan lebih mudah mengingat model bisnis ini mempermudah untuk "menjemput bola" lainnya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

b. Segmentasi demografis, yaitu membagi pasar ke dalam segmen berdasarkan variabel seperti umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, dan kewarganegaraan. Segmentasi demografis adalah cara yang paling populer karena kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi sesuai dengan demografi yang sangat bervariasi.

Berikut Segmentasi demografi *Twinnies Cheese Potato* yaitu :

1) Umur dan tahap daur hidup, yaitu membagi pasar menjadi kelompok umur dan daur hidup yang berbeda. Fokus segmentasinya yaitu umur 15-45 tahun. Namun tidak menutup kemungkinan bagi orang-orang yang berada di luar kelompok usia tadi juga bisa menjadi konsumen *Twinnies Cheese Potato.*
2) Jenis kelamin, yaitu membagi pasar menjadi kelompok berbeda berdasarkan pada jenis kelamin (pria atau wanita). Karena produk yang ditawarkan adalah kuliner, maka targetnya adalah keduanya, baik pria atau wanita.

   Pendapatan, yaitu membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda. Karena harga produk yang ditawarkan cukup variatif tergantung pilihan, namun yang sudah berpenghasilan sendiri atau para remaja yang sudah mendapat penghasilan dari orang tua dirasa dapat menikmati kuliner ini.

c. Segmentasi psikografis, membagi konsumen ke dalam segmen yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik personal. Jika dinilai berdasarkan gaya hidup, *Twinnies Cheese Potato* memiliki

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

peluang yang cukup baik mengingat pada saat ini bisnis kuliner banyak diminati oleh anak muda. Gaya hidup merupakan variabel yang paling membuat orang cenderung konsumtif karena konsumen berani membayar harga yang tinggi untuk gaya hidup mereka. Fokus segmentasi pengusaha adalah mereka yang memiliki gaya hidup suka berkumpul di luar rumah. Menyukai makanan yang cepat dan praktis.

d. Segmentasi perilaku, membagi konsumen ke dalam segmen berdasarkan pengetahuan, perilaku, kebutuhan, atau respon atas produk. Banyak pemasar percaya bahwa segmentasi ini adalah awal yang terbaik untuk membangun segmentasi pasar. Berdasarkan tingkah laku maka pelanggan *Twinnies Cheese Potato* merupakan pelanggan yang menyukai makanan cepat saji layaknya dan juga bagi konsumen yang suka untuk membeli makanan di luar untuk sekedar kumpul bersama dengan teman dan kerabat mereka.

2. *Targeting* adalah proses mengevaluasi keatraktifan sebuah segmen dan memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki. Setelah melakukan evaluasi terhadap segmentasi pasar, perusahaan harus memutuskan berapa segmentasi yang akan dijadikan target. Target *Twinnies Cheese Potato* adalah penduduk usia 15 sampai 45 tahun yang berdomisili di Palembang, dengan target pelajar, mahasiswa, dan karyawan. Untuk wilayah cakupan tidak menutup kemungkinan untuk dikembangkan lagi mengingat kemampuan dari *food truck* yang dapat berpindah-pindah "menjemput bola" atau mencari pelanggan.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

© 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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

3. *Positioning* adalah menempati pikiran konsumen dengan sesuatu yang jelas, berbeda, dan menimbulkan keinginan jika dibandingkan dengan pesaing. Setelah sasaran pasar telah ditentukan, maka proses selanjutnya adalah melakukan *positioning.* Pengusaha memposisikan diri sebagai kuliner *Taiwanese streetfood* pertama dengan konsep *food truck* pertama juga di Palembang dimana konsumen bebas memilih sendiri jenis makanan disukai dan disajikan dengan topping pilihan sendiri.

B. Produk

Produk utama dari *Twinnies Cheese Potato* adalah *fried mashed potato* dengan berbagai varian rasa saus. Strategi yang akan dilakukan oleh *Twinnies Cheese Potato* adalah dengan menambah variasi produk agar konsumen tidak bosan dengan produk yang ada. Untuk menambah variasi produk ada langkah yang diperlukan antara lain:

1. Manajer melakukan *feedback* setiap 6 bulan ke konsumen pada pertengahan bulan mengenai menu apa yang mereka inginkan sebagai menu baru *Twinnies Cheese Potato*, sekaligus menanyakan saran dan kritik yang mungkin ada dari konsumen
2. Manajer juga menanyakan kepada konsumen dari menu dan pelayanan yang sudah ada apa yang harus diperbaiki, dipertahankan atau dihilangkan.
3. Manajer mendiskusikan dengan koki tentang menu baru yang diusulkan tersebut, apakah ingin ditambahkan ke menu baru atau tidak. Perlu diperhatikan adalah dari segi rasa, kemudahan dalam mendapatkan bahan baku, dan harga yang harus sesuai dengan rentang harga *Twinnies Cheese Potato*

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

4. Koki akan melakukan uji coba produk terlebih dahulu, dan melakukan penyesuaian agar rasa makanan cocok dengan lidah masyarakat Indonesia.
5. Jika uji coba sudah menghasilkan hasil yang positif, yaitu rasa dan harga yang cocok, maka menu akan ditambahkan ke dalam produk *Twinnies Cheese Potato*.
6. Setelah itu promosi menu baru akan diberitahukan kepada pemegang member terlebih dahulu untuk langsung mencoba dan manajer langsung menanyakan bagaimana respon dari para member.

Uji coba produk memerlukan biaya sebesar Rp. 100.000 untuk membeli bahan baku yang diperlukan untuk uji coba memasak.

C. Strategi Penetapan Harga

Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan. Persepsi pelanggan terhadap nilai – nilai dari produk menjadi batas atas dari harga, batas bawahnya adalah biaya produksi.

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2013;325) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk atau jasa, yaitu :

1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*Value-based pricing*)

   Penetapan harga berdasarkan nilai menggunakan persepsi nilai dari

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga dimulai dengan menganalisis kebutuhan konsumen dan persepsi nilai mereka, dan harga kemudian ditetapkan untuk menyamai nilai anggapan konsumen. Ada 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 sebagai 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 dan mudah dilakukan adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Terdapat dua (2) pendekatan untuk penetapan harga berdasarkan biaya:

a. *Cost-Plus-Pricing* (Penetapan harga biaya plus)

   Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, hal ini dikarenakan harga ditentukan berdasarkan penetapan semua biaya-biaya yang dimiliki oleh perusahaan kemudian menambahkan *mark-up* (menaikkan) terhadap biaya produk. Sehingga kedepannya penjual tidak perlu sering melakukan penyesuaian ketika terjadi perubahan harga.

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1) Langkah pertama harus mengetahui biaya untuk memproduksi produk per unit dengan cara

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

2) Langkah kedua yaitu menentukan tingkat *mark-up* atau pengambilan keuntungan dari produk tersebut dengan cara:

$$\text{Harga } mark\ up = \frac{\text{Biaya Unit}}{(1 - \text{Tingkat pengembalian dari Penjualan yang Diharapkan})}$$

b. *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* (Analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran)

Yaitu menetapkan harga agar dapat mengembalikan biaya dari pembuatan dan pemasaran suatu produk; atau menetapkan harga untuk mengejar suatu sasaran keuntungan. Dengan pendekatan ini harga menajadi sama, persaingan menjadi minimal. Volume titik impas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

3. Penetapan harga berdasarkan pesaing (*Competition-Based Pricing*)

Metode yang terakhir yaitu penetapan harga berdasarkan harga yang ditetapkan dengan pesaing terdekat perusahaan yang menjual produk yang sama.

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

Pendekatan yang digunakan *Twinnies Cheese Potato* dalam menetapkan harga dengan menggunakan penetapan harga berdasarkan biaya. Karena metode inilah yang dirasa paling cocok oleh penulis untuk menetapkan harga di industri makanan. Harga produk yang ditetapkan oleh *Twinnies Cheese Potato* ditunjukkan pada tabel 5.1 dibawah ini.

Tabel 5.1

Daftar Harga Produk *Twinnies Cheese Potato*

No	Menu	Keterangan paket Reguler	Harga (Rp)	Keterangan paket Combo	Harga (Rp)
1	Paket Finger Chips	1 *french fries* 1 daging 1 sayur 1 saus	25.000	*2 french fries* 2 daging 2 sayur 2 saus	45.000
2	Paket Bratwurst Sausage	1 sosis German 1 daging 1 sayur 1 saus	30.000	2 sosis German 2 daging 2 sayur 2 saus	55.000
3	Paket Potato Skin Wedges	1 *potato skin wedges* 1 daging 1 sayur 1 saus	28.000	2 *potato skin wedges* 2 daging 2 sayur 2 saus	50.000
3	Paket Twinnies Potato	1 *fried mashed potato* 1 daging 1 sayur 1 saus	28.000	2 *fried mashed potato* 2 daging 2 sayur 2 saus	50.000

Sumber: *Twinnies Cheese Potato, 2018*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 5.2

Pilihan *Topping Twinnies Cheese Potato*

No	Menu Pilihan	Harga (Rp)
	Stuffing	
1	Ayam Suir	7.000
2	Daging Cincang	7.000
3	Ham	7.000
4	Dory	7.000
5	Bakso Sapi	5.000
6	Bakso Ikan	5.000
7	Sosis Sapi	5.000
8	Sosis Ayam	5.000
	Vegetables	
1	Selada	4.000
2	Brokoli	4.000
3	Timun	4.000
4	Kubis ungu	4.000
5	Tomat	4.000
6	Bawang Bombay	4.000
7	Jagung	4.000
8	Rumput laut	4.000
9	Paprika	4.000
10	Jamur merang	4.000
11	Jamur Shiitake	4.000
12	Jamur kuping	4.000
13	Wortel	4.000
14	Mozzarella	4.000
15	Cabai potong	4.000
	Sauce	
1	Cheese	6.000
2	*Seaweed*	6.000
3	Curry	6.000
4	*Onion*	6.000
5	Mushroom	6.000
6	Black Pepper	6.000
7	Barbeque	6.000
8	Balado	6.000
9	*Salted Egg*	6.000

Sumber: Tabel 2.2

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Tabel 5.3

Produk Minuman *Twinnies Cheese Potato*

No	Beverages	Harga (Rp)
1	Air Mineral	5.000
2	Ice Coffee Late	15.000
3	Hot Coffee	10.000
4	Lemon tea	15.000
5	*Soft Drinks*	15.000
6	Hot Tea	10.000

Sumber: *Twinnies Cheese Potato*, 2018.

Tabel 5.4

Produk *Dessert Twinnies Cheese Potato*

No	Dessert	Harga (Rp)
1	Cone Ice Cream (*all variant*)	25.000
2	Cup Ice Cream (*all variant*)	20.000

Sumber: *Twinnies Cheese Potato*, 2018.

Harga yang tertera diatas dapat mengalami perubahan dengan berjalannya waktu, seperti terjadi inflasi yang menyebabkan harga bahan baku naik, dinamika lingkungan, dan persaingan harga yang ketat. Sehingga *Twinnies Cheese Potato* akan melakukan penyesuian harga untuk 5 tahun kedepan dengan asumsi peningkatan 3% tiap tahunnya. Berikut tabel peningkatan harga *Twinnies Cheese Potato :*

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Tabel 5.5

Harga Produk *Twinnies Cheese Potato* Selama 5 tahun

No	Main Course	2018 (Rp)	2019 (Rp)	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)
1	Finger Chips	25.000	25.750	27.295	29.752	33.322
2	Finger Chips Combo	45.000	46.350	49.131	53.553	59.979
3	Bratwurst Sausage	30.000	30.900	32.754	35.702	39.986
4	Bratwurst Sausage Combo	55.000	56.650	60.049	65.453	73.307
5	Potato Skin Wedges	28.000	28.840	30.570	33.322	37.321
6	Potato Wedges Combo	50.000	51.500	54.590	59.503	66.643
7	Twinnies Potato	28.000	28.840	30.570	33.322	37.321
8	Twinnies Potato Combo	50.000	51.500	54.590	59.503	66.643
9	Air Mineral	5.000	5.150	5.459	5.950	6.664
10	*Lemon Tea*	15.000	15.450	16.377	17.851	19.993
11	*Soft Drinks*	15.000	15.450	16.377	17.851	19.993
12	*Ice Cappucino*	15.000	15.450	16.377	17.851	19.993
13	*Hot Tea*	10.000	10.300	10.918	11.901	13.329
14	*Hot Coffee*	10.000	10.300	10.918	11.901	13.329
15	*Cone Ice Cream*	25.000	25.750	27.295	29.752	33.322
16	*Cup Ice Cream*	20.000	20.600	21.836	23.801	26.657

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

D. Distribusi

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2013:365), adalah *"A set of interdependent organization that help make a product or service available for use or consumption by the customer or business user."* Saluran distribusi, adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang membantu dalam proses membuat produk atau jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis

Saluran distribusi berfungsi untuk memindahkan barang dari produsen ke konsumen sehingga dapat mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari mereka yang memerlukan atau menginginkannya. Ada dua jenis tingkat saluran distribusi, yaitu :

1. Saluran pemasaran langsung atau saluran tingkat nol terdiri dari produsen yang menjual langsung ke konsumen akhir.
2. Saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu tingkatan perantara atau lebih.

Menurut teori diatas maka dapat dibilang bahwa *Twinnies Cheese Potato* menggunakan saluran pemasaran langsung karena menjual produknya kepada konsumen tanpa melalui perantara.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

Gambar 5.1

Saluran Distribusi *Twinnies Cheese Potato*

E. Promosi

Menurut Saiman, Leonardus (2011:230) adalah setiap pengusaha berusaha mempromosikan seluruh produk dan atau jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Berikut adalah promosi yang dilakukan *Twinnies Cheese Potato* :

1. Periklanan (*advertising*)
   a. Flyer & X Banner

      Untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, penulis menggunakan saran media cetak. Media cetak yang digunakan adalah *Flyer*. *Flyer* berguna untuk menginformasikan keunggulan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. *Flyer* akan disebar di sekolah, kampus, perkantoran, dan menyelipkan *flyer* di setiap transaksi pembelian oleh konsumen.

   b. Media sosial

      Di Era ini teknologi tidak dapat dihindari dari kehidupan masyarakat. Maka untuk memasarkan produk, perusahaan menggunakan media sosial seperti

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Instagram, *Facebook, Twitter*, dan *Path*. Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran yang dirasa paling efektif saat ini, selain murah biayanya juga dapat menjangkau dengan bebas calon konsumen.

c. Diskon atau potongan harga

Twinnies Cheese Potato akan melakukan promosi dengan memeberikan potongan harga 10% saat bulan pertama pembukaan perusahaan dengan syarat kosumen harus mem-*posting* foto produk yang dibeli oleh mereka di sosial media yang mereka miliki mengikuti (*follow*) akun media sosial *Twinnies Cheese Potato*.

d. Menjadi sponsor *event bazaar* makanan

Twinnies Cheese Potato akan menjadi sponsor bagi *event bazaar* makanan yang ada di Kota Palembang. Misalnya mengikuti *event bazaar* makanan yang diselenggarakan di Mall dengan memberikan uang tunai atau produk dari *Twinnies Cheese Potato*. Fungsinya agar target *audiens* juga terkena dampak merek secara tidak langsung, yakni melalui pihak ketiga (*kegiatan yang disponsori*). Hal ini dapat mengakibatkan meningkatnya nama dan pencitraan serta rasa percaya (*believability*) yang lebih besar dari merek *Twinnies Cheese Potato*. Disamping untuk membangun dan meningkatkan citra merek juga untuk memperkuat keakraban merek produk di masyarakat dalam jangka pendek, tujuan utama dari sponsor adalah untuk membangun kesadaran merek (*Brand Awareness***)** bagi produk dalam jangka panjang. Manajer akan mengurus bagian *sponsorship* dan menetapkan untuk mengikuti 2 kali dalam setahun, untuk bulannya tidak bisa ditetapkan secara langsung karena berdasarkan dari pihak *Event Organizer* yang mengadakan acara, dan manajer

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

menseleksi kira-kira yang mana yang cocok untuk menjadi sponsor dan melihat target yang tepat. Tetapi target utama untuk *sponsorship* adalah Palembang Icon dan Palembang Indah Mall.

e. Mengundang *food blogger*

Tujuannya agar *Twinnies Cheese Potato* bisa dikenal, maka salah satu promosi yang akan dilakukan yaitu mengundang *food blogger* untuk datang dan mencoba makanan yang ada di *Twinnies Cheese Potato*. *Twinnies Cheese Potato* akan menseleksi *food blogger* yang memiliki banyak *followers* untuk di undang datang ke dan menikmati makanan dan memberikan *review* di *social* medianya. Manajer akan langsung mencari dan menghubungi *food blogger* tersebut pada saat seminggu setelah pembukaan. Hal ini dapat mengundang calon konsumen untuk datang setelah melihat *review* dari *food blogger* karena jaman sekarang calon konsumen dengan mudah bisa melihat melalui internet dan percaya dengan review yang diberikan tersebut. Mengundang *foodblogger* akan dilakukan setahun 2 kali yaitu disaat bulan Januari dan Juni.

f. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

1) Pameran dan acara-acara

Twinnies Cheese Potato akan secara aktif mengikuti *bazaar* makanan yang sedang menjamur saat ini. Hal ini dilakukan agar dapat mengenalkan merek kepada masyarakat dan melihat pangsa pasar yang ada. Sekaligus semakin aktif dengan kelompok sesama pengusaha kuliner *food truck.*

2) *Word of mouth*

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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)

Salah satu bentuk promosi yang paling efektif adalah *word of mouth promotion*, media promosi ini dilakukan oleh para konsumen, setelah itu akan tersebar dengan sendirinya ke orang-orang melalui penyampaian pesan dari mulut ke mulut. Jiika konsumen merasa puas dengan produk *Twinnies Cheese Potato*, maka *word of mouth* akan terjadi.

Tabel 5.6

Kebutuhan promosi *Twinnies Cheese Potato*

Jenis promosi	Kebutuhan	Jumlah	Total Harga
Flyer A5	366/ lembar	4 rim	732.000
X Banner 60 x 160 cm	100.000	2	200.000
Sponsor bazaar makanan	1.500.000 (uang tunai atau produk)	2 kali	3.000.000
Mengundang food blogger	1.000.000	2 kali	2.000.000
Diskon	10% di awal bulan		10.330.000
Total			**16.262.000**

Sumber : www.uprint.id , data yang diolah

F. Rencana dan Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan dari *Twinnies Cheese Potato* merupakan proyeksi penjualan selama 12 (dua belas) bulan sepanjang 1 tahun**.** Ramalan penjualan menurut Kotler dan Kevin L. Keller (2012:109), adalah *"The expected level of company sales based on a chosen marketing plan and an assumed marketing environment"*. Yang artinya "Tingkat yang diharapkan dari penjualan perusahaan berdasarkan rencana pemasaran yang dipilih dan lingkungan pemasaran yang diasumsikan."

Melihat perkembangan pergerakan gaya hidup masyarakat yang serba ingin cepat dan mudah terkena isue akan sesuatu hal yang baru *(influence)*. *Twinnies Cheese*

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

Potato memiliki peluang yang besar untuk memasuki pasar tersebut. Pemilik juga melihat pertumbuhan di sektor industri penyedia akomodasi dan makan minum yang dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 industri ini memiliki laju pertumbuhan industri yaitu sebesar 9,82% (http://www.kemenperin.go.id/artikel/16650/Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-9,8-Persen-Triwulan-III-2016.)

Penjualan *Twinnies Cheese Potato* dalam setiap bulan dalam 1 tahun pertama diprediksi mengalami peningkatan yang signifikan karena semakin dikenal masyarakat di setiap bulannya. Peningkatan 5% dalam setiap bulannya dan menurut 3% pada bulan Mei dikarenakan bulan puasa. Ramalan penjualan *Twinnies Cheese Potato* dalam 1 tahun sebagai berikut:

Tabel 5.7

Ramalan Penjualan *Twinnies Cheese Potato* Bulan Juni 2018

Hari	Paket (dalam Unit)								Total
	Finger Chips	Double Finger	Bratwurst Sausage	Combo Bratwurst	Potato Skin Wedges	Combo Potato Wedges	Twinnies Potato	Combo Twinnies	
Senin	5	3	5	3	5	3	5	3	32
Selasa	5	3	5	3	5	3	5	3	32
Rabu	5	3	5	3	5	3	5	3	32
Kamis	5	3	5	3	5	3	5	3	32
Jumat	7	5	7	5	7	5	7	5	48
Sabtu	10	6	10	6	10	6	10	6	64
Minggu	10	6	10	6	10	6	10	6	64
Total Per/ Minggu	47	29	47	29	47	29	47	29	304
Total Per/ Bulan	188	116	188	116	188	116	188	116	1.216

Sumber : data yang diolah

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Tabel 5.8

Ramalan Penjualan minuman Bulan Juni 2018

Hari	Air Mineral	Ice Coffee	Lemon Tea	Soft Drinks	Hot Coffee	Hot Tea	Total
Senin	10	4	6	6	3	3	32
Selasa	10	4	6	6	3	3	32
Rabu	10	4	6	6	3	3	32
Kamis	10	4	6	6	3	3	32
Jumat	16	6	8	8	5	5	48
Sabtu	20	8	12	12	6	6	64
Minggu	20	8	12	12	6	6	64
Total Per/ Minggu	96	38	56	56	29	29	304
Total Per/ Bulan	384	152	224	224	116	116	1.216

Sumber : data yang diolah

Tabel 5.9

Ramalan Penjualan *Dessert* Bulan Juni 2018

Hari	Jenis Kemasan		Total
	Cone	Cup	
Senin	15	10	25
Selasa	15	10	25
Rabu	15	10	25
Kamis	15	10	25
Jumat	20	15	35
Sabtu	25	20	45
Minggu	25	20	45
Total Per/ Minggu	130	95	225
Total Per/ Bulan	520	380	900

Sumber : Data yang diolah

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Tabel 5.10

Ramalan Penjualan *Twinnies Cheese Potato* per Bulan

Menu	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Total
Paket Finger Chips	188	197	207	218	229	240	252	265	278	293	308	316	2.991
Double Finger Chips	116	122	128	134	141	148	155	163	171	181	190	196	1.845
Bratwurst Sausage	188	197	207	218	229	240	252	265	278	293	308	316	2.991
Combo Bratwurst	116	122	128	134	141	148	155	163	171	181	190	196	1.845
Potato Skin Wedges	188	197	207	218	229	240	252	265	278	293	308	316	2.991
Combo Potato Wedges	116	122	128	134	141	148	155	163	171	181	190	196	1.845
Twinnies Potato	188	197	207	218	229	240	252	265	278	293	308	316	2.991
Combo Twinnies	116	122	128	134	141	148	155	163	171	181	190	196	1.845
Air Mineral	384	404	423	446	466	490	517	541	569	596	625	645	6.106
Ice Coffee	152	160	168	176	185	195	205	215	226	236	248	256	2.422
Lemon Tea	224	235	247	259	272	287	301	316	332	347	365	377	3.562
Soft Drinks	224	235	247	259	272	287	301	316	332	347	365	377	3.562
Hot Coffee	116	122	128	134	141	148	155	164	172	180	189	197	1.846
Hot Tea	116	122	128	134	141	148	155	164	172	180	189	197	1.846
Cone Ice Cream	520	546	574	602	632	664	698	733	771	809	850	877	8.276
Cup Ice Cream	380	399	419	440	463	485	511	536	564	592	622	642	6.053
Total Penjualan	3332	3499	3674	3858	4052	4256	4471	4697	4934	5183	5445	5616	53.017

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
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.
Penggunaan untuk kepentingan komersial harus seijin IBIKKG.
Penggunaan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah harus mencantumkan dan menyebutkan sumber:
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 5.11

Total Penjualan *Twinnies Cheese Potato* dalam 1 Tahun

Menu	Harga (Rp)	Kuantitas	Total (Rp)
Finger Chips	25.000	2.991	74.775.000
Double Finger	45.000	1.845	83.025.000
Bratwurst Saussage	30.000	2.991	89.730.000
Combo Bratwurst	55.000	1.845	101.475.000
Potato Skin Wedges	28.000	2.991	83.748.000
Combo Potato Wedges	50.000	1.845	92.250.000
Twinnies Potato	28.000	2.991	83.748.000
Combo Twinnies	50.000	1.845	92.250.000
Air Mineral	5.000	6.106	30.530.000
Ice Coffee	15.000	2.422	36.330.000
Lemon Tea	15.000	3.562	53.430.000
Soft Drinks	15.000	3.562	53.430.000
Hot Coffee	10.000	1.846	18.460.000
Hot Tea	10.000	1.846	18.460.000
Cone Ice Cream	25.000	8.276	206.875.000
Cup Ice Cream	20.000	6.053	121.040.000
Total		**53.017**	1.239.601.000

Sumber: Data yang diolah

Dengan perkiraan peningkatan volume penjualan 10%, ditambah dengan kenaikan harga sebesar 2% setiap tahunnya. Sehingga jumlah penjualan untuk 5 tahun akan disajikan dalam tabel 5.11:

Tabel 5.12

Ramalan Penjualan *Twinnies Cheese Potato* Dalam 5 Tahun

Tahun	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Biaya	1.239.601.000	1.390.832.322	1.591.112.176	1.855.236.798	2.204.021.316

Sumber: Data yang diolah

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.

G. Pengendalian Pemasaran

Twinnies Cheese Potato merupakan sebuah perusahaan perseorangan yang dikelola dan diawasi oleh satu manajer. Pemilik jabatan tersebut adalah pemilik dari *Twinnies Cheese Potato* itu sendiri. Pemilik terjun sendiri ke lapangan pasti akan banyak menemukan hal-hal yang tidak sesuai atau diharapkan oleh perusahaan. Keadaan yang tidak pasti itu akan memperngaruhi perusahaan mengingat persaingan bisnis kuliner yang semakin sengit. Oleh karena keadaan yang tidak pasti itulah maka perlu dilakukan pengendalian pemasaran.

Dengan adanya pengendalian perusahaan membantu perusahaan dalam melihat kenyataan yang ada di lapangan lalu membandingkan dengan kondisi yang diharapkan perusahaan, setelah itu mengambil tindakan korektif apa yang diperlukan untuk mengembalikan ke rencana semula dan juga mengambil langkah-langkah tambahan untuk menyesuaikan situasi sebenarnya yang terjadi. Dengan demikian diharapkan tindakan korektif maupun tindakan penyesuaian yang diambil dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Berikut adalah beberapa rencana pengendalian pemasaran yang akan dilakukan oleh *Twinnies Cheese Potato* :

1. *Feedback*

   Feedback atau masukan dari pelanggan dan pekerja yang harus menjadi acuan perusahaan berkembang. Karena biasanya ada ide-ide yang tidak terpikirkan oleh perusahaan namun terpikirkan oleh konsumen. Sehingga perusahaan harus selalu mencatat seluruh masukan dari para pelanggan, agar perusahaan dapat berkembang.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Feedback dari pekerja juga berguna karena para pekerja- lah yang lebih mengetahui kondisi lapangan, sehingga masukan dari masing-masing pekerja bisa jadi menentukan perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaingnya.

2. Evaluasi

Karena perusahaan ini terbilang baru, rapat evaluasi akan di lakukan setiap minggu selama tiga bulan berturut-turut dan akan menjadi sebulan sekali pada bulan ke empat. Hal ini dilakukan agar *manager* dapat mengontrol penjualan perusahaan, apabila terjadi penurunan penjualan, *manager*, dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi penurunan penjualan tersebut. Sebaliknya jika evaluasi ini terkait tentang tingkat keberhasilan dari promosi-promosi yang digunakan, kepuasan konsumen, dan tingkat penjualan., *manager* sebisa mungkin menerapkannya kembali sehingga membuat perusahaan semakin berkembang.

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian