



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN




A. Produk yang di hasilkan

Didalam bab ini akan dijelaskan tentang analisis pasar dan pemasaran yang akan digunakan oleh Devina Kitchen nantinya dalam bersaing dipasar. Analisis ini dibuat dengan pertimbangan matang dan pertimbangan pasar dengan berbagai cara salah satunya menjaga reputasi Devina Kitchen, dengan adanya reputasi yang baik atas perusahaan maka otomatis pelanggan dengan sendirinya akan memasarkan perusahaan ini kepada orang – orang disekeliling mereka.

Oleh karena itu untuk dapat mencapai semua itu dibutuhkan yang namanya analisis pasar dan pemasaran, agar apa yang akan dilakukan sesuai dengan tujuannya. Perencanaan analisis ini digunakan untuk menuntun perngusaha agar tetap mengarahkan usahanya pada pencapaian tujuan yang telah direncanakan. Penetapan tujuan pemasaran yang tepat dan jelas dipakai sebagai alat pengendalian kegiatan pemasaran yakni apakah kegiatan pemasaran tersebut benar – benar telah menjalakan tugasnya dengan baik, disusun berdasarkan pontensi sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta telah mempertimbangkan perubahan yang terjadi di masa yang akan datang.

Analisis pasar dan pemasaran dalam hal ini mencakup produk/jasa yang dihasilkan, gambaran pasar, target pasar yang dituju, strategi pemasaran, dan strategi promosi.

Tabel 4.1
Produk Devina Kitchen

NAMA PRODUK	CONTOH PRODUK
<p>Grilled Salmon with Red Rice and Vegetables.</p>	
<p>Grilled Chicken with potatoes wedges</p>	
<p>Grilled Chicken Pasta Salad</p>	

Sumber : www.google.com

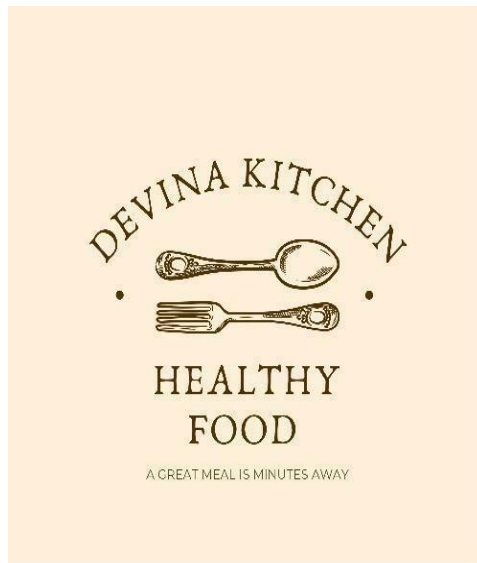
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam menjalankan suatu bisnis, perusahaan tentunya akan membuat sebuah logo. Tujuan adanya logo tersebut tidak lain adalah untuk menjadi pembeda antara perusahaan yang lainnya serta sebagai identitas perusahaan oleh karena itu logo merupakan faktor penting dalam menjalankan bisnis. Berikut adalah logo dari Devina Kitchen :

Gambar 4.1
Logo Devina Kitchen



Sumber : Devina Kitchen

B. Gambaran Pasar

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan tentunya harus melakukan kegiatan yang disebut peramalan terlebih dahulu mengenai penjualan produknya yang dihasilkan dalam kurun waktu 5 tahun kedepan. Berikut ramalan penjualan Devina Kitchen tahun

2022:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.2

Anggaran Penjualan Devina Kitchen (Unit)

Hari	Varian Produk		
	<i>Grilled Salmon with red rice and vegetables</i>	<i>Grilled Chicken with potato wedges</i>	<i>Grilled Chicken with pasta salad</i>
	(Unit)	(Unit)	(Unit)
Senin	12	8	13
Selasa	10	10	10
Rabu	13	9	11
Kamis	10	5	9
Jumat	14	10	12
Sabtu	12	10	14
Minggu	13	8	11
Total Per Minggu	84	60	80
Total Per Bulan	336	240	321

Sumber : Devina Kitchen

Diasumsikan setiap 1 jam sekali pelanggan yang datang pada hari Senin sampai dengan Rabu sebanyak 3 orang. Diperkirakan selama 12 jam jumlah pelanggan sebanyak 36 orang. Sedangkan untuk di hari Kamis dan Jumat diperkirakan ada 4 pelanggan dalam 1 jam, dan jumlah pelanggan selama 12 jam sebanyak 48 orang. Untuk hari Sabtu 72 orang, dan hari Minggu 60 orang. Dan untuk total seminggu kurang lebih seperti pada tabel di atas kemudian untuk total sebulannya dikalikan 4 karena ada 4 minggu dalam sebulan maka didapatkan hasil pada tabel di atas. Lalu berikut ini adalah ramalan penjualan tahun 2022 dari Devina Kitchen:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.3

Ramalan Penjualan Devina Kitchen Tahun 2022

Bulan	Varian Produk			Total	Harga	Pendapatan
	Grilled Salmon	Grilled Chicken	Grilled Chicken Salad			
Januari	336	240	321	897	Rp55.000	Rp49.335.000
Februari	363	252	306	921	Rp55.000	Rp50.655.000
Maret	324	273	336	933	Rp55.000	Rp51.315.000
April	303	300	285	888	Rp55.000	Rp48.840.000
Mei	240	360	294	894	Rp55.000	Rp49.170.000
Juni	300	345	330	975	Rp55.000	Rp53.625.000
Juli	276	312	294	882	Rp55.000	Rp48.510.000
Agustus	306	360	306	972	Rp55.000	Rp53.460.000
September	294	348	363	1005	Rp55.000	Rp55.275.000
Oktober	240	285	303	828	Rp55.000	Rp45.540.000
November	333	306	297	936	Rp55.000	Rp51.480.000
Desember	318	312	339	969	Rp55.000	Rp53.295.000
Total Per Tahun 2022				11100		Rp610.500.000

Sumber: Devina Kitchen.

Penjualan Devina Kitchen dimulai pada bulan Januari sampai Desember 2022.

Pada tahun-tahun berikutnya di perkirakan ada peningkatan penjualan pada bulan Januari, Mei, Juni, dan Desember karena adanya hari raya yang ada di Indonesia.

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.



Berikut ramalan penjualan Devina Kitchen pada tahun-tahun berikutnya:

Tabel 4.4

Ramalan Penjualan Devina Kitchen Tahun 2023

Bulan	Varian Produk			Total	Harga	Pendapatan
	Grilled Salmon	Grilled Chicken	Grilled Chicken Salad			
Januari	348	258	330	936	Rp55.000	Rp51.480.000
Februari	381	264	312	957	Rp55.000	Rp52.635.000
Maret	339	297	348	984	Rp55.000	Rp54.120.000
April	315	321	309	945	Rp55.000	Rp51.975.000
Mei	249	375	312	936	Rp55.000	Rp51.480.000
Juni	312	363	339	1014	Rp55.000	Rp55.770.000
Juli	291	321	306	918	Rp55.000	Rp50.490.000
Agustus	318	369	315	1002	Rp55.000	Rp55.110.000
September	306	360	375	1041	Rp55.000	Rp57.255.000
Oktober	255	291	315	861	Rp55.000	Rp47.355.000
November	342	321	312	975	Rp55.000	Rp53.625.000
Desember	324	324	357	1005	Rp55.000	Rp55.275.000
Total Per Tahun 2023				11574		Rp636.570.000,00

Sumber : Devina Kitchen.

Tabel 4.5

Ramalan Penjualan Devina Kitchen Tahun 2024

Bulan	Varian Produk			Total	Harga	Pendapatan
	Grilled Salmon	Grilled Chicken	Grilled Chicken Salad			
Januari	354	270	345	969	Rp55.000	Rp53.295.000
Februari	390	303	321	1014	Rp55.000	Rp55.770.000
Maret	354	306	360	1020	Rp55.000	Rp56.100.000
April	324	330	327	981	Rp55.000	Rp53.955.000
Mei	261	387	318	966	Rp55.000	Rp53.130.000
Juni	330	375	345	1050	Rp55.000	Rp57.750.000
Juli	303	330	321	954	Rp55.000	Rp52.470.000
Agustus	333	378	327	1038	Rp55.000	Rp57.090.000
September	318	369	390	1077	Rp55.000	Rp59.235.000
Oktober	267	306	324	897	Rp55.000	Rp49.335.000
November	351	336	324	1011	Rp55.000	Rp55.605.000
Desember	336	333	369	1038	Rp55.000	Rp57.090.000
Total Per Tahun 2024				12015		Rp660.825.000,00

Sumber : Devina Kitchen.

© Hak cipta milik IBIKKG. Dilarang menyalin, mendistribusikan, atau menyalin ulang tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak cipta ini dilindungi Undang-undang. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan tanpa izin IBIKKG.

Insistilah dan istilah yang digunakan dalam penyusunan laporan, tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.6

Ramalan Penjualan Devina Kitchen Tahun 2025

Bulan	Varian Produk			Total	Harga	Pendapatan
	Grilled Salmon	Grilled Chicken	Grilled Chicken Salad			
Januari	366	285	354	1005	Rp55.000	Rp55.275.000
Februari	405	312	330	1047	Rp55.000	Rp57.585.000
Maret	366	324	369	1059	Rp55.000	Rp58.245.000
April	336	345	336	1017	Rp55.000	Rp55.935.000
Mei	306	399	327	1032	Rp55.000	Rp56.760.000
Juni	342	387	354	1083	Rp55.000	Rp59.565.000
Juli	312	345	336	993	Rp55.000	Rp54.615.000
Agustus	345	387	342	1074	Rp55.000	Rp59.070.000
September	330	384	399	1113	Rp55.000	Rp61.215.000
Oktober	279	318	333	930	Rp55.000	Rp51.150.000
November	366	348	339	1053	Rp55.000	Rp57.915.000
Desember	351	342	381	1074	Rp55.000	Rp59.070.000
Total Per Tahun 2025				12480		Rp686.400.000,00

Sumber : Devina Kitchen.

Tabel 4.7

Ramalan Penjualan Devina Kitchen Tahun 2026

Bulan	Varian Produk			Total	Harga	Pendapatan
	Grilled Salmon	Grilled Chicken	Grilled Chicken Salad			
Januari	378	300	363	1041	Rp55.000	Rp57.255.000
Februari	414	330	339	1083	Rp55.000	Rp59.565.000
Maret	378	336	384	1098	Rp55.000	Rp60.390.000
April	345	360	348	1053	Rp55.000	Rp57.915.000
Mei	324	408	339	1071	Rp55.000	Rp58.905.000
Juni	354	396	369	1119	Rp55.000	Rp61.545.000
Juli	330	357	345	1032	Rp55.000	Rp56.760.000
Agustus	357	402	354	1113	Rp55.000	Rp61.215.000
September	345	393	411	1149	Rp55.000	Rp63.195.000
Oktober	297	330	345	972	Rp55.000	Rp53.460.000
November	378	354	351	1083	Rp55.000	Rp59.565.000
Desember	366	354	393	1113	Rp55.000	Rp61.215.000
Total Per Tahun 2026				12927		Rp710.985.000,00

Sumber: Devina Kitchen.

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.



Pada Tabel 4.3 sampai 4.7 harga yang diberikan konstan yaitu sebesar Rp 55.000,00. Dari tahun ke tahunnya Devina Kitchen juga mengalami kenaikan penjualan tahunan sehingga akan berdampak positif terhadap pendapatan Devina Kitchen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Target Pasar yang Dituju

Menurut *Kotler dan Armstrong (2018:212)*, segmentasi pasar yang melibatkan pembeli di pasar mana pun berada dalam keinginan, sumber daya, lokasi, sikap pembelian, dan praktik pembelian. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar yang besar dan beragam menjadi segmen yang lebih kecil yang dapat dicapai secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan unik. Segmentasi pasar dikelompokkan berdasarkan segi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Dalam proses segmentasi, perusahaan dapat mengklarifikasi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang lebih sederhana, Berikut pembagian segmen pasar Devina Kitchen :

B. Segmentasi Geografi

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Dalam mendirikan sebuah usaha tentunya harus memperhatikan lokasi sekitar pasar, berdasarkan segmentasi geografisnya, Devina Kitchen memilih tempat di Jatiasih, Bekasi.

Pemilihan lokasi ini dipilih karena Jatiasih, Bekasi merupakan Ibu Kota yang memiliki masyarakat yang cukup aktif dan perkembangan yang cukup cepat di Bekasi, sehingga dalam menjual produk akan lebih leluasa menemukan konsumen.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



C. Segmentasi Demografi

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Segmentasi demografis mengelompokkan pasar berdasarkan beberapa variable seperti usia, jenis kelamin, pendapatan dan kelas sosial penting, karena seringkali diasosiasikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Sehingga Devina Kitchen menargetkan pasar pada masyarakat berpenghasilan menengah kebawah.

D. Segmentasi Psikografi

Segmentasi psikografi yaitu membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. Devina Kitchen memfokuskan produk pada konsumen yang memiliki gaya hidup sehat yang suka akan makanan sehat.

E. Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Seorang pemilik usaha harus melakukan diferensiasi pada produk yang dijualnya. Hal ini perlu dilakukan, sehingga produk yang dijual memiliki keunggulan dan kejelasan dalam perbedaan antara produk yang satu dengan produk lainnya. Produk yang sudah terdiferensiasi dapat lebih mudah untuk dipasarkan sesuai dengan segmen pasar usaha tersebut. Keunggulan yang terdapat pada Devina Kitchen yaitu memiliki rasa yang enak serta juga memiliki variasi menu makanan yang berbeda dari kompetitornya.

2. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:213), *Positioning* adalah penempatan merk produk ke dalam pikiran konsumen. *Positioning* perlu dilakukan sebagai salah satu strategi pemasaran dalam suatu usaha. Devina Kitchen melakukan *positioning* sebagai merk pertama yang menjual makanan sehat dengan rasa yang

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



enak dan varian menu yang menarik.

3. Penetapan Harga

Menentukan harga merupakan salah satu penentu kesuksesan sebuah perusahaan, selain itu juga bisa menjadi dasar dalam menentukan seberapa besar keuntungan perusahaan dari menjual produknya. Dalam menetapkan harganya, didasarkan atas biaya pembuatan produknya untuk satu box catering makanan sehat di tetapkan harga sebesar Rp. 50.000 untuk tahun pertamanya dan harga tersebut sudah termasuk satu pilihan varian *extra topping*, misalnya untuk daging ataupun sayurannya.

4. Saluran Distribusi

Menurut *Kotler* dan *Armstrong* (2018:359), Saluran distribusi 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 beberapa tipe saluran distribusi yaitu:

a. *Direct Marketing Channel*

Untuk tipe distribusi ini yaitu antara produsen dan konsumen akhir tidak terdapat pedagang perantara, penyaluran langsung dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen.

b. *Indirect Marketing Channel*

Untuk tipe distribusi ini yaitu penjualan melalui satu atau lebih perantara penjualan seperti pengecer.

Berdasarkan teori diatas maka diambil kesimpulan Devina Kitchen menggunakan saluran distribusi *Direct Marketing Channel* karena Devina Kitchen menjual langsung produknya kepada konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F.Strategi Promosi

Menurut *Kotler dan Armstrong* (2018:424), Promosi adalah campuran spesifik alat promosi yang perusahaan gunakan untuk menyampaikan nilai secara persuasif dan juga membangun hubungan dengan konsumen. Berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi disebut bauran komunikasi, yang antara lain:

1. *Advertising*

Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.

2. *Sales Promotion*

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memanjang di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

3. *Personal Selling*

Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.

4. *Public Relation*

Membangun hubungan yang baik dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan juga menangani isu-isu, rumor, dan acara yang disampaikan melalui media masa.

5. *Direct Marketing*

Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, *e-mail*, televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya ntuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Beberapa cara yang digunakan oleh Devina Kitchen untuk

C mempromosikan bisnisnya yaitu:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. *Advertising*

Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat membuat kehidupan manusia menjadi selalu membutuhkan koneksi internet dan sentuhan *gadget*, Oleh karenanya Devina Kitchen mengambil langkah untuk melakukan promosi terhadap produknya melalui media sosial dan melakukan *endorsement* kepada *influencer* di media sosial. Selain itu Devina Kitchen juga menggunakan brosur dan flyer sebagai sarana untuk promosi.

b. *Sales Promotion*

Kehadiran perusahaan seperti Shopee, Tokopedia dan sejenisnya membuka peluang yang besar untuk Devina Kitchen mempromosikan produknya melalui aplikasi yang telah tersedia. Sesaat setelah berpartisipasi tentunya Devina Kitchen akan memberikan promo khusus seperti potongan pembelian maupun potongan biaya kirim sehingga dapat menarik minat konsumen dalam membeli produk Devina Kitchen.

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.