



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

#### A Produk yang Dihasilkan

##### 1. Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:256) “Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan ataupun kebutuhan.”

Produk Ketahanan dan Wujud :

Dari klasifikasi, produk dapat dibagi menjadi 3 kelompok yaitu:

- (1) *Non-durable goods*: barang berwujud yang biasanya digunakan sekali atau beberapa kali seperti minuman jadi, sabun, dan lain sebagainya.
- (2) *Durable goods*: barang berwujud yang biasanya bertahan setelah lama dipakai. Seperti kulkas, pakaian, dan lain sebagainya.
- (3) *Services* (Jasa): tidak memiliki wujud, tidak terpisahkan, dan bervariasi. Seperti jasa pemotongan rambut, konsultan pajak, dan sebagainya.

Produk juga dapat diklasifikasinya berdasarkan kegunaannya, dan dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu:

- a. *Consumer goods* atau barang yang digunakan langsung oleh pemakai. Barang tersebut juga dibagi lagi menjadi 4 kategori yaitu:
  - (1) *Convenience goods*: barang-barang yang sering digunakan oleh konsumen, seperti sabun, koran, dan lain sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.



- (2) *Shopping goods*: barang yang biasanya konsumen bandingkan dengan barang lain dan biasanya berdasarkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya. Seperti *furniture*, pakaian, mobil bekas, dan alat-alat dapur.
- (3) *Specialty goods*: barang yang memiliki karakteristik yang unik, atau memiliki merek yang sudah dikenal, sehingga ada beberapa orang yang ingin membayar mahal demi barang yang spesial ini, seperti mobil mewah.
- (4) *Unsought goods*: barang yang biasanya konsumen tidak mengetahui keberadaannya, dan biasanya tidak terpikirkan oleh konsumen untuk membeli produk tersebut, seperti batu nisan.
- b. *Industrial-goods classification* atau barang yang biasanya dibeli oleh pabrik-pabrik digunakan untuk dijadikan produk kembali atau digunakan untuk membuat barang. Jenis barang ini juga dapat dibagi lagi menjadi 3 kategori yaitu :
- (1) *Material and Parts*: barang yang memasuki pabrik secara keseluruhan dibagi menjadi 2 kelas barang yaitu bahan baku dan barang setengah jadi.
- (2) *Capital Items*: barang yang tahan lama untuk memfasilitasi pabrik-pabrik tersebut untuk membuat produk jadi. Seperti genset, *conveyor*, dan lain sebagainya.
- (3) *Supplies and Business Services*: produk jangka pendek, baik barang maupun jasa, yang digunakan untuk membantu pembuatan produk jadi. Dibagi menjadi 2 kelompok yaitu pemeliharaan dan perbaikan seperti cat, paku, dan lain sebagainya, dan barang operasional seperti pelumas, batu baru, dan lain sebagainya.

Produk yang dijual Usaha Kainowear dapat digolongkan menjadi *Durable-goods* dari sisi ketahanan wujud. Barang-barang yang dijual termasuk *consumer goods* kategori *Shopping goods* karena barang yang dijual di Usaha Kainowear adalah barang yang biasanya

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



dibandingkan oleh konsumen dari segi kualitas sepatu yang dijual oleh toko lain yang menjual barang sejenis. Berikut beberapa barang Usaha Kainowear yaitu:

#### A. Sepatu

Kainowear berencana akan menjual sepatu sneakers dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau, sepatu yang nyaman dipakai untuk olahraga dan juga ramah untuk di ajak jalan jalan ke mall atau beraktivitas seharian.

**Tabel 4.1**  
**Produk yang dihasilkan**


No	Nama	Keterangan
1	 Kaino Prodigy	Kaino Prodigy, dengan warna yang netral, elegan, dan simple, sepatu sneakers ini cocok untuk menemani olahraga dan beraktivitas. Terbuat dari bahan benang sintetis berkualitas, sepatu ini siap dipakai dari size 40-44  Harga : Rp.183.000
2	 Kaino Amateru	Kaino Amateru, di ambil dari nama salah satu mitologi dewa Jepang yang berani, dengan warna yang berani sepatu sneakers ini siap menemani kerja setiap harinya.  Harga : Rp.159.000

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.



<p>3</p> <p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Introduce : <b>ZUMADO</b></p>  <p>KAINOWEAR</p> <p>Kaino Zumado</p>	<p>Kaino Zumado, dengan insol yang lembut, sepatu ini cocok untuk dipakai dalam waktu yang cukup lama.</p> <p>Harga : Rp.169.000</p>
---	---	--

## B. Gambaran Pasar

Berkaitan dengan ramalan penjualan menjelaskan perihal perkiraan penjualan dibutuhkan asumsi untuk menggambarkan pasar dari sisi permintaan dimana asumsi dibuat dalam 5 tahun ke depan per bulan dalam kaitannya dengan penjualan Kainowear, berikut adalah ramalan penjualan Perusahaan Kainowear.

**Tabel 4.2**  
**Ramalan Penjualan Kainowear 2022**

	PRODIGY (Rp.183.000/PCS)	AMATERU (Rp.159.000/PCS)	ZUMADO (Rp.169.000/PCS)	Total Omset
January	507	392	507	Rp240.747.000
February	513	397	513	Rp183.874.300
March	519	402	519	Rp246.606.000
April	525	407	525	Rp249.513.000
May	531	412	531	Rp252.420.00
June	557	434	557	Rp265.070.000
July	545	423	545	Rp259.097.000
August	545	423	545	Rp259.097.000
September	535	412	535	Rp253.828.000

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.



October	542	417	542	Rp257.087.000
November	549	423	549	Rp260.505.000
December	569	448	569	Rp271.520.000
<b>Total</b>				<b>Rp2.746.944.300</b>

Sumber : Usaha Kainowear

Lalu dari data yang didapatkan dari atas, kita asumsikan bahwa setiap tahun penjualan akan mengalami kenaikan sekitar 50%, maka berikut adalah ramalan penjualan usaha Kainowear selama 5 tahun :

**Tabel 4.3**

**Ramalan Penjualan Kainowear 2022 -2026**

Tahun	Total Penjualan
2022	Rp2.746.944.300
2023	Rp. 2.884.291.515
2024	Rp. 3.028.506.090
2025	Rp. 3.179.931.394
2026	Rp. 3.338.927.963

Sumber : Usaha Kainowear

Angka 507, 492, dan 507 didapatkan dari asumsi yang dihasilkan berdasarkan hasil penjualan sepatu merk lokal yang ada di shopee sekitar 1000-1500, lalu saya ambil 50% dan ambil angka asumsi 507 pada prodigy dan zumdo, lalu 492 pada amateru. Amateru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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



lebih kecil jumlahnya karena desain dengan warna berani esentrik akan memerlukan usaha lebih agar pasar dapat memahami seni produk tersebut.

Berdasarkan **tabel 4.2** penjualan produk kaino di asumsikan akan mengalami kenaikan 5% setiap bulanya, asumsi di atas didapatkan berdasarkan beberapa narasumber pengusaha sepatu merk lokal dan pengusaha fashion yang penulis wawancara secara verbal. Ada beberapa bulan khusus yang mengalami kenaikan yang sangat signifikan sampai 10%-20%, seperti bulan juni dimana ada perayaan Ramadhan, dan bulan Desember karena ada perayaan Natal dan tahun baru.

Sumber Uraian :

(jumlah penjualan merk lokal pada marketplace shopee)

Shopee : Redknot, Livehaf,

## 2. Anggaran Belanja Untuk Penjualan ( Anggaran penjualan bulanan dan Tahunan )

Kainowear melakukan prediksi anggaran belanja untuk penjualan berdasarkan asumsi asumsi berikut :

- a) Anggaran penjualan didapatkan berdasarkan dari ramalan penjualan pada table 4.2
- b.) Asumsi yang akan dan mungkin terjadi.

**Tabel 4.4**  
**Anggaran Belanja Kaino Prodigy 2022**

Bulan	Kaino Prodigy		
	JUMLAH	MODAL PRODUKSI	
January	507	90000	45630000
February	513	90000	46170000



**© 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.

March	519	90000	46710000
April	525	90000	47250000
May	531	90000	47790000
June	557	90000	50130000
July	545	90000	49050000
August	545	90000	49050000
September	535	90000	48150000
October	542	90000	48780000
November	549	90000	49410000
December	569	90000	51210000

Sumber : Usaha

Kainowear

**Tabel 4.5**

**Anggaran Belanja Kaino Zumado 2022**



Sumber : Usaha

**Tabel 4.6**  
**Anggaran Belanja**  
**2022**

Bulan	Kaino Zumado		
	JUMLAH	MODAL PRODUKSI	
January	507	90000	45630000
February	513	90000	46170000
March	519	90000	46710000
April	525	90000	47250000
May	531	90000	47790000
<b>Bulan</b>	<b>557</b>	<b>90000</b>	<b>50130000</b>
July	545	90000	49050000
August	545	85000	49050000
September	535	85000	48150000
October	542	85000	48780000
November	549	85000	49410000
December	569	85000	51210000
June	434	85000	36890000
July	423	85000	35955000
August	423	85000	35955000
September	412	85000	35020000
October	417	85000	35445000
November	423	85000	35955000
December	448	85000	38080000

Kainowear

Kaino Amateru

Kainowear

Keseluruhan

Sumber : Usaha

**Tabel 4.7**  
**Anggaran Belanja**  
**Produk**

Bulan	Anggaran Seluruh Produk			
	Prodigy	Amateru	Zumado	TOTAL
January	45630000	33320000	45630000	124580000
February	46170000	33745000	46170000	126085000
March	46710000	34170000	46710000	127590000
April	47250000	34595000	47250000	129095000
May	47790000	35020000	47790000	130600000
June	50130000	36890000	50130000	137150000
July	49050000	35955000	49050000	134055000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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





August	49050000	35955000	49050000	134055000
September	48150000	35020000	48150000	131320000
October	48780000	35445000	48780000	133005000
November	49410000	35955000	49410000	134775000
December	51210000	38080000	51210000	140500000
			TOTAL	Rp.1.582.810.000

Sumber : Usaha Kainowear

**Tabel 4.8**

**Anggaran Belanja Kainowear 2022-2026**

Tahun	Total Anggaran
2022	Rp.1.582.810.000
2023	Rp. 1.661.950.500
2024	Rp. 1.745.048.025
2025	Rp. 1.832.300.426
2026	Rp. 1.923.915.447

Sumber : Usaha Kainowear

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.

**C. Target Pasar Yang Dituju**

Segmentasi pasar Kainowear melakukan pembagian suatu pasar dan membedakan antar kelompok pembeli yang punya karakteristik dan kebutuhan yang berbeda, oleh karena itu dibawah ini adalah segmentasi pasar dari Kainowear yang terdapat dua bagian, yaitu segmentasi geografis dan segmentasi demografis :

a) Segmentasi Geografis



Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman.

Mendirikan usaha harus memperhatikan pangsa pasar yang ada pada lokasi sekitar.

Kainowear berencana untuk membuka warehouse di daerah Salemba, Jakarta Pusat. Sistem penjualan kami bisa dikatakan berbasis online, maka dari itu dengan *tools* dan alat bantu digital marketing yang ada, maka walaupun kami hanya memiliki warehouse di jakarta pusat, tetapi segmentasi pasar kami secara penjualan akan luas. Target pemasaran kami sampai saat ini berfokus pada beberapa wilayah. Yaitu Jabodetabek, Jawa Barat, Bali, Sumatra Utara, Pontianak, dan Makasar.

Semua pemilihan daerah diatas adalah daerah daerah yang memiliki pangsa pasar yang cukup baik untuk menjual produk sepatu yang berasal dari Jakarta, khususnya merk lokal.

Sumber Uraian :

(Daerah yang memiliki pangsa pasar baik untuk sepatu merk lokal)

<https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=sepatu%20merk%20lokal>

#### b). Segmentasi Demografis

Segmentasi pasar demografis Kainowear pada umumnya adalah pria dan anak remaja dengan umur sekitar 16-35, yang memiliki pendapatan minimal sekitar Rp.3.000.000/ bulan, tentu jika memiliki pendapatan yang sesuai maka tidak akan berat rasanya untuk membeli produk Kainowear.

### D. Strategi Pemasaran

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



Kainowear berencana untuk memiliki strategi pemasaran yang terdapat 4 aspek yaitu **Unique Selling Promotion (USP)**, **Positioning**, **Penetapan harga**, dan **Difrensiasi Produk** dimana akan dibahas dari aspek pertama, yaitu penawaran yang unik akan membantu mendatangkan calon konsumen, lalu akan dilakukan **positioning** agar produk selalu diingat oleh konsumen, lalu tahap selanjutnya yaitu **difrensiasi produk** yang akan di bantu dengan penetapan harga, berikut adalah penjelasan 4 aspek diatas :

#### 1. Unique Selling Promotion

USP ini memiliki tujuan untuk mendatangkan konsumen dengan penawaran yang unik, cara ini sudah digunakan oleh banyak produk dan sudah lumrah dilakukan, USP ini yang akan mendatangkan rasa tertarik dan pertimbangan agar terjadi konversi, contoh USP adalah seperti Buy1Get2, odd pricing, dll.

#### 2. Potitioning

Potitioning dilakukan agar konsumen akan tetap teringat dengan produk Kainowear, hal ini dilakukan oleh banyak perusahaan biasanya dengan tag line suatu produk, maka dari itu Kainowear sendiri sudah memiliki tag line sendiri seperti “Kamu Prioritas Kami”. Kami ini adalah langkah pertama kami untuk melakukan proses potitioning dengan baik.

#### 3. Difrensiasi Produk

Kainowear akan selalu mencoba inovatif dan kreatif di setiap waktunya dengan ide ide yang relevan, maka dari itu Difrensiasi produk akan dilakukan demi perkembangan usaha.

#### 4. Penetapan Harga



Penetapan harga dalam dunia fashion bisa di bilang relatif sesuai dengan value sebuah produk tersebut, Kainowear berencana menetapkan value elegan minimalist tetapi dengan harga yang bersahabat yaitu dari mulai Rp.159.000 – Rp.200.000, harga yang masuk akal untuk bersaing di pasar.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

## E. Strategi Promosi

Kainowear tentu memiliki beberapa cara dalam mendukung agar strategi pemasaran bisa berjalan dengan baik, ada 2 cara yang penting untuk dilakukan yaitu :

### 1. Digital Marketing Advertising

Seperti yang kita ketahui bahwa sekarang sudah memasuki era 4.0 dan 5.0, dimana semua serba digitalisasi, ditambah masa pandemi yang terjadi saat ini sudah membuka mata banyak masyarakat bahwa era digitalisasi akan terus berkembang lebih besar dari tahun ke tahun. Kainowear adalah usaha dengan basis digital yang kuat, kami akan menggunakan berbagai alat bantu beriklan untuk mencapai target usaha dan penjualan kami, ada beberapa tools yang penting akan digunakan, salah satunya yaitu Facebook Ads. Ini adalah alat bantu yang digunakan untuk beriklan menggunakan akun facebook dan instagram, dimana *tools* ini akan membantu mengiklankan



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

produk kainowear ke setiap social media masyarakat sesuai dengan kriteria demografis yang ingin di iklankan oleh perusahaan.

Kainowear juga akan menggunakan alat bantu Google ads menggunakan website, tools ini akan membantu mengiklankan produk Kainowear ke berbagai situs di google bahkan youtube, tentu ini akan mendatangkan banyak calon konsumen yang akan menjadi pembeli di perusahaan kami.

Marketplace e-commerce adalah alat bantu yang akan digunakan juga untuk mendorong advertising dari Kainowear, biasa di namakans sebagai Marketplace Ads, dimana sistem yang sudah tersedia dan disediakan untuk membantu para penjual untuk mengiklankan jualanya, tools ini tersedia di berbagai situs marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak.

SumberUraian: : [https://www.kominfo.go.id/content/detail/29885/masuki-era-revolusi-industri-40-indonesia-perlu-manfaatkan-teknologi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/29885/masuki-era-revolusi-industri-40-indonesia-perlu-manfaatkan-teknologi-digital/0/berita_satker)

2. Kerjasama dengan influencer

Kami mengerti di era sosial media ini suatu merk atau produk akan membutuhkan daya ungkit yang kuat untuk membantu produk tersebut viral dan terkenal, maka dari itu, Kainowear berencana untuk bekerja sama dengan beberapa influencer dan selebgram (selebritis instagram) demi menunjang popularitas produk.

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.



**© 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.