



BAB V

PERENCANAAN PEMASARAN

Perencanaan pemasaran dapat menuntun pengusaha agar tetap mengarahkan usahanya pada pencapaian tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Penetapan tujuan pemasaran yang tepat dan jelas akan dapat digunakan sebagai alat pengendalian kegiatan pemasaran, yaitu apakah kegiatan pemasaran tersebut benar – benar telah menjalankan tugasnya dengan baik, rencana pemasaran disusun berdasarkan potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta telah mempertimbangkan perubahan yang terjadi di masa yang akan datang.

“Pemasaran merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya” Kotler dan Armstrong, 2010:29).

Banyak orang menganggap bahwa pemasaran sama dengan penjualan atau sama dengan melakukan promosi. Melakukan pemasaran untuk usaha restoran tidak hanya sekedar bagaimana menjual atau melakukan promosi saja, perencanaan pemasaran meliputi produk, penetapan harga, distribusi, promosi, ramalan penjualan, dan pengendalian pemasaran.

A. PRODUK

Prime CUT Steakhouse merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang kuliner dalam bentuk restoran yang menyediakan hidangan utama yang berfokus pada Steak. Semua jenis menu Steak yang ditawarkan Prime CUT Steakhouse ditujukan bagi semua tingkatan usia baik dari anak kecil, remaja, hingga orang dewasa.

Prime CUT Steakhouse memberikan konsep yang berbeda dibandingkan dengan restoran Steak lainnya, karena Prime CUT Steakhouse akan menyediakan Steak yang memiliki keunikan dari setiap Negara – Negara pilihan. Keunikan tersebut adalah saus yang berbeda setiap Negara, dan hidangan pendamping yang saling berbeda dari setiap Negara. Selain itu,



produk yang ditawarkan oleh Prime CUT Steakhouse semuanya menggunakan bahan berkualitas dan alami.

B. HARGA

“Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa, Harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga juga merupakan elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya” Kotler dan Armstrong, 2012:314).

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 Armstrong (2012;315) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas suatu produk atau jasa, yaitu:

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

Penetapan harga berdasarkan nilai menggunakan persepsi nilai dari 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 adalah penetapan harga berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2012;319) pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan biaya untuk produksi, mendistribusikan dan menjual produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko.

Terdapat dua pendekatan, yaitu:

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

Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, yaitu dengan menambah standar *mark-up* (menaikkan) terhadap biaya produk.

Rumus untuk menentukan harga menurut Kotler (2012;321) :

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

$$\text{Harga Mark Up} = (1 - \frac{\text{Biaya Unit}}{\text{Tingkat pengembalian dari penjualan yang diharapkan}})$$

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

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.



Penetapan harga berdasarkan titik impas (*Break-Even Pricing*) dan penetapan harga berdasarkan sasaran keuntungan yaitu menetapkan harga agar dapat mengembalikan biaya dari pembuatan dan pemasaran suatu produk; atau menetapkan harga untuk mengejar suatu sasaran keuntungan. Volume titik impas menurut Kotler (2012;322) dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

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

5. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition-based pricing*)

Penetapan harga ini berdasarkan kepada persaingan dengan competitor yang menjual produk yang serupa untuk dapat bersaing dalam melakukan penjualan kepada pelanggan.

Metode yang digunakan oleh Prime CUT Steakhouse adalah metode penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition-based pricing*). Metode ini diterapkan Prime CUT Steakhouse agar dapat mengembangkan usahanya dan dapat bertahan terhadap persaingan harga dengan para kompetitornya yang sudah lebih dahulu memasuki industri ini. Dengan menerapkan metode *Competition-based pricing*, Prime CUT Steakhouse berharap dapat menarik konsumen dengan cara memberikan harga yang bersaing dengan para kompetitornya

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.



Tabel 5.1
Prime CUT Steakouse
Daftar Harga Makanan

No.	Jenis Hidangan	Harga
Main Course		
1.	American Steak	Rp. 99.000,-
2.	Japanese Teriyaki Steak	Rp. 99.000,-
3.	Japanese Hamburg Steak	Rp. 99.000,-
4.	French Steak	Rp. 99.000,-
5.	Argentinian Steak	Rp. 99.000,-
6.	English Steak	Rp. 99.000,-
7.	Fish & Chips	Rp. 62.000,-
8.	Lamb Chop	Rp. 69.000,-
9.	Boneless Crispy Chicken	Rp. 49.000,-
10.	Grilled Chicken Breast with BBQ Sauce	Rp. 49.000,-
11.	Cheese Burger with Fries	Rp. 45.000,-
12.	Club Sandwich	Rp. 39.000,-
13.	Fettuccine Carbonara	Rp. 47.500,-
14.	Spaghetti Aglio E Olio	Rp. 42.500,-
15.	Lasagna Beef	Rp. 59.000,-
SNACKS		
16.	Cheesy Fries	Rp. 25.000,-
17.	Onion Ring	Rp. 25.000,-
18.	Fried Calamary	Rp. 40.000,-
19.	BBQ Chicken Wings	Rp. 35.000,-
20.	Caesar Salad	Rp. 25.000,-

© 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.



Tabel 5.2
Prime CUT Steakhouse
Daftar Harga Minuman

No.	Jenis Beverages	Harga
1.	Hot/ Iced Regular Black Coffee	Rp. 20.000,-
2.	Hot/ Iced Caffe Latte	Rp. 24.500,-
3.	Hot/ Iced Cappuccino	Rp. 24.500,-
4.	Hot/ Iced Chocolate	Rp. 29.000,-
5.	Hot/ Iced Tea	Rp. 15.000,-
6.	Iced Flavour Tea	Rp. 20.000,-
7.	Iced Lemon Tea	Rp. 20.000,-
8.	Mineral Water	Rp. 10.000,-
9.	Soft Drinks	Rp. 15.000,-

C. DISTRIBUSI

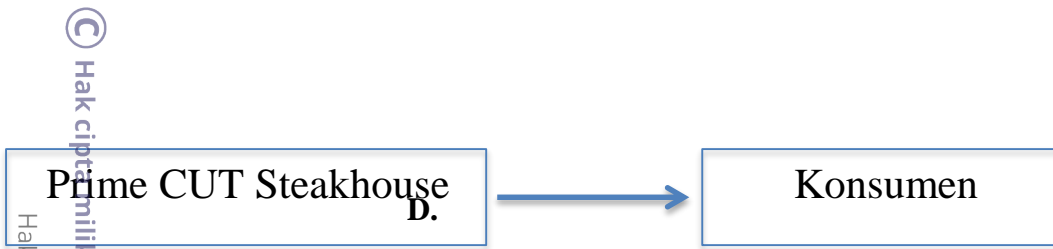
“Saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang membantu dalam proses membuat produk atau jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis” (Kotler dan Armstrong, 2010:363).

Ada dua jenis tingkat saluran distribusi, yaitu saluran pemasaran langsung atau saluran tingkat nol yang terdiri dari produsen yang menjual langsung ke konsumen akhir. Jenis yang kedua adalah saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu tingkatan perantara atau lebih.

Berdasarkan tingkat saluran distribusi, Prime CUT Steakhouse termasuk ke dalam saluran pemasaran langsung atau saluran tingkat nol, karena pemberian jasa akan diberikan secara langsung kepada konsumen. Berikut adalah gambaran saluran distribusi Prime CUT Steakhouse:



Bagan 5.3
Saluran Distribusi Prime CUT Steakhouse



E.

D. PROMOSI

“Promosi menjadi kegiatan dalam mengkomunikasikan produknya. Setiap promosi memiliki karakteristik yang unik. Komunikasi tersebut bisa dilakukan dengan cara advertising, sales promotion, public relations and publicity, personal selling dan direct marketing. Komunikasi ini dalam dunia pemasaran dikenal dengan istilah *promotion mix*” (Kotler dan Armstrong, 2012:448).

Prime CUT Steakhouse akan menggunakan perpaduan antara *advertising* dan *personal selling* dalam mengkomunikasikan produknya ke masyarakat. Berikut ini adalah bentuk promosi Prime CUT Steakhouse:

a. Brosur

Brosur berguna untuk menginformasikan keunggulan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen serta didesain semenarik mungkin. Melalui brosur juga akan diinformasikan mengenai alamat lengkap perusahaan dan contact person dari perusahaan. Prime CUT Steakhouse akan menggunakan brosur untuk melakukan promosi dengan cara disebar di beberapa lokasi seperti sekolah, universitas dan area Mall sekitar Kelapa Gading. Banyaknya pencetakan brosur tersebut diperkirakan 3000 lembar dengan harga per lembarnya Rp 280,-. Keterangan brosur tersebut berupa art paper dan full color berukuran A5.

Berikut contoh tampilan brosur Prime Cut Steakhouse pada gambar 5.4 :

© Hak cipta dimiliki oleh 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 mengumumakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 5.4
Prime CUT Steakhouse
Contoh Brosur



Sumber : Prime CUT Steakhouse

© 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.



b. Iklan di media massa

Prime CUT Steakhouse akan menggunakan sarana iklan di media massa seperti majalah info Gading. Hal ini bertujuan agar terfokus pada target pasar dari Prime CUT Steakhouse yaitu masyarakat yang berada di daerah Kelapa Gading. Yang akan dipilih Prime CUT Steakhouse adalah jenis iklan inside majalah dengan range waktu setiap 2 bulan sekali untuk mengenalkan Prime CUT Steakhouse ke dalam masyarakat. Sedangkan untuk tahun berikutnya hanya diperlukan 4 kali iklan majalah dalam waktu 1 tahun.

Tabel 5.5
Prime CUT Steakhouse
Informasi dan Pemasangan Iklan di Media Massa

Nama Media Cetak	Jenis Iklan	Biaya Pemasangan	Customer Hotline
Majalah Info Gading	- Iklan baris 1 kotak	Rp. 250.000,-/bln	(021) 4584 5275
	- Iklan inside majalah	Rp. 2.100.000,-/bln	
	- Iklan <i>Back Cover</i>	Rp. 3.100.000,-/bln	

Sumber : Majalah Info Gading

c. Website

Beberapa promosi yang akan dilakukan melalui internet di antaranya adalah dengan membuat website, facebook page, instagram, dan twitter. Media internet sangat berguna karena bisa dilihat oleh orang dari berbagai daerah dan cakupannya sangat luas. Harga jasa pembuatan website dapat dilihat pada tabel 5.6 berikut:



Tabel 5.6
Prime CUT Steakhouse
Harga Pembuatan Website

Harga	Fasilitas
<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan web paket small business Rp. 1.400.000,- • Biaya per <i>Maintenance</i> Rp.400.000,- per sekali <i>maintenance</i>, 	<ul style="list-style-type: none"> • Website dengan domain .com atau .net • Dengan sesuai keinginan • Gratis paket periklanan • Server sesuai keinginan (Indonesia, Singapura, atau USA)

Sumber : www.desainkreatif.com

Berikut contoh tampilan website milik Prime CUT Steakhouse :

Gambar 5.7
Prime CUT Steakhouse
Contoh Website



Sumber : Prime CUT Steakhouse

- 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.



d. Diskon

Diskon yang berlaku dan akan digunakan khusus bulan-bulan awal pada saat pembukaan restoran adalah sebesar 20% berlaku untuk pembelian makanan saja.

e. Personal Communication

Salah satu bentuk promosi yang paling efektif dalam personal communication adalah word of mouth promotion, karena tidak memerlukan biaya dalam penyampaianya. Media promosi ini pertama kali ditujukan kepada rekan-rekan terdekat, setelah itu akan tersebar dengan sendirinya ke orang-orang melalui penyampaian pesan dari mulut ke mulut. Pesan tersebut dapat tertanam dalam pikiran seseorang bahwa Prime CUT Steakhouse menyediakan hidangan steak dengan cita rasa yang nikmat dan unik dari restoran-restoran serupa lainnya.

E. RAMALAN PENJUALAN

Ramalan penjualan sangat penting yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan sebuah usaha di masa mendatang. Berikut adalah ramalan penjualan Prime CUT Steakhouse pada tabel

5.8 :

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 5.8
Prime CUT Steakhouse
Ramalan Penjualan

	Total per Bulan (Unit)	Harga Satuan (Rupiah)
Main Course		
1. American Steak	82	Rp. 99.000,-
2. Japanese Teriyaki Steak	58	Rp. 99.000,-
3. Japanese Hamburg Steak	62	Rp. 99.000,-
4. French Steak	53	Rp. 99.000,-
5. Argentinian Steak	62	Rp. 99.000,-
6. English Steak	82	Rp. 99.000,-
7. Fish & Chips	106	Rp. 62.000,-
8. Lamb Chop	53	Rp. 69.000,-
9. Boneless Crispy Chicken	72	Rp. 49.000,-
10. Grilled Chicken Breast w/ BBQ sauce	91	Rp. 49.000,-
11. Cheese Burger w/ Fries	58	Rp. 45.000,-
12. Club Sandwich	72	Rp. 39.000,-
13. Fettuccine Carbonara	96	Rp. 47.500,-
14. Spaghetti Aglio E Olio	96	Rp. 37.500,-
15. Lasagna Beef	43	Rp. 59.000,-
Snacks		
16. Cheesy Fries	106	Rp. 25.000,-
17. Onion Ring	106	Rp. 25.000,-
18. Fried Calamary	77	Rp. 35.000,-
19. BBQ Chicken Wings	125	Rp. 35.000,-
20. Caesar Salad	101	Rp. 25.000,-
Beverages		
1. Hot/Iced Regular Coffee	115	Rp. 20.000,-
2. Hot/Iced Caffe Latte	202	Rp. 24.500,-
3. Hot/Iced Cappuccino	154	Rp. 24.500,-
4. Hot/Iced Chocolate	86	Rp. 29.000,-
5. Hot/Iced Tea	350	Rp. 15.000,-
6. Iced Flavour Tea	168	Rp. 20.000,-
7. Iced Lemon Tea	206	Rp. 20.000,-
8. Mineral Water	307	Rp. 10.000,-
9. Soft Drinks	72	Rp. 15.000,-
Total per Bulan (Unit)	3259	

Sumber : Lampiran 3 dan lampiran 4

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.



F. PENGENDALIAN PEMASARAN

Prime Cut Steakhouse merupakan perusahaan perorangan yang dikelola dan diawasi oleh satu orang. Prime CUT Steakhouse dikelola dan dikendalikan oleh pemilik dengan dibantu oleh karyawan-karyawan dalam menjalankan bisnisnya. Pengendalian Prime CUT Steakhouse dalam bidang kualitas produk yang dihasilkan, promosi yang dilakukan, dan sumber daya manusia, Pengendalian yang akan dilakukan Prime CUT Steakhouse antara lain:

a. Wawancara Konsumen

Wawancara konsumen adalah proses tanya jawab yang dilakukan oleh Prime CUT Steakhouse terhadap konsumen mengenai kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Prime CUT Steakhouse juga meminta kritik dan saran dari konsumen sebagai masukan bagi perkembangan restoran. Proses wawancara tersebut akan dilakukan secara personal sehingga akan tercipta hubungan baik dan rasa kekeluargaan sehingga konsumen merasa diperlukan sebagai teman.

b. Pengendalian Promosi

Pengendalian promosi dilakukan dengan pencocokan antara biaya promosi yang telah dikeluarkan dengan hasil yang sudah didapat. Jika hasil yang didapat sesuai dengan harapan, maka promosi akan dilanjutkan dengan cara yang sama. Namun jika promosi yang dilakukan memberikan hasil yang tidak efektif, maka akan dilakukan pencarian ide-ide promosi yang baru.

c. Evaluasi Karyawan

Evaluasi karyawan dilakukan setiap minggu sekali pada hari senin sebelum melakukan kegiatan operasional. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas karyawan, memotivasi karyawan untuk bekerja lebih balik lagi serta memperbaiki kekurangan dan kesalahan mereka sehingga tidak terulang lagi.



d. *Briefing*

C *Briefing* akan diadakan jika terdapat hal-hal penting yang menyangkut Prime CUT Steakhouse, misalnya peningkatan teknologi, peningkatan pemasaran atau perubahan-perubahan sistem yang akan dilakukan oleh Prime CUT Steakhouse

e. *Feedback*

Feedback dilakukan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap produk dan jasa yang telah diberikan oleh Prime CUT Steakhouse sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan dan meningkatkan kualitas.

f. *Diskon*

Prime CUT Steakhouse memberikan diskon sebesar 20% pada tahap awal pembukaan dan bulan pertama saja, diskon 20% tersebut hanya untuk menu makanan saja.

g. Melakukan kerja sama dengan salah satu pusat kebugaran di wilayah sekitar

Steak adalah hidangan yang banyak diminati terutama oleh masyarakat yang rutin berolahraga dan membentuk tubuh. Oleh karena itu, Prime CUT Steakhouse akan melakukan kerjasama dengan salah satu pusat kebugaran yang terletak di wilayah Kelapa Gading. Bentuk kerjasama tersebut adalah dengan memberikan potongan harga sebesar 20% apabila konsumen adalah *member* dari pusat kebugaran tersebut. Konsumen dapat menunjukkan pelayan Prime CUT Steakhouse kartu *membership card* miliknya.

h. Menggunakan umbul – umbul di depan bangunan

Umbul – umbul digunakan untuk menarik perhatian agar nama Prime CUT Steakhouse diketahui oleh masyarakat yang melintasi jalan di sekitar restoran, namun umbul – umbul tersebut dapat pula dicantumkan promosi yang sedang berlangsung agar konsumen tertarik dan ingin mampir ke Prime CUT Steakhouse.

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.



- i. Mengadakan promosi diskon untuk hidangan yang berbeda-beda

Setelah masa diskon 20% pada bulan pertama pembukaan, Prime CUT

Steakhouse akan terus memberikan promosi – promosi yang menarik untuk para konsumen di masa yang mendatang.

© 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.