



## BAB V

### PERENCANAAN PEMASARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pemasaran merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi banyak pihak, seperti pembeli, penjual, maupun kelompok masyarakat yang menginginkan produk barang dan jasa bermutu dengan harga wajar serta lokasi atau tempat yang mudah dijangkau.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:5) berpendapat bahwa,

“Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Selain definisi tersebut, salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:11) membahas mengenai bagaimana sebuah pemasaran sebaiknya dilakukan. Pemasaran tidak lagi hanya dilakukan oleh *marketers* saja. Pemasaran harus mempengaruhi setiap aspek dari pengalaman pelanggan. Artinya perusahaan harus mampu mengelola dengan baik setiap titik kontak dengan pelanggan, misalnya *layout* toko, pelatihan karyawan, serta metode administrasi dan keuangan. Yang mana semua hal ini akan dilakukan oleh Bengkel AC Mobil Aneka Teknik agar dapat memasarkan jasanya dengan baik.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:60),

“Rencana pemasaran (*marketing plan*) adalah dokumen tertulis yang meringkas apa yang telah dipelajari *marketers* tentang pasar dan mengindikasikan bagaimana perusahaan berencana menjangkau tujuan pemasarannya. Rencana pemasaran berisi panduan taktis untuk program pemasaran dan alokasi keuangan sepanjang periode perencanaan.”

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.



Karena itu rencana pemasaran merupakan sebuah perencanaan penting yang harus dipersiapkan oleh Bengkel AC Mobil Aneka Teknik sehingga akan memudahkan dan mengurangi kesalahan yang dilakukan untuk kegiatan pemasarannya tersebut. Melalui perencanaan ini, pemilik akan mempersiapkan strategi dalam melakukan penetapan harga, saluran distribusi yang akan digunakan, cara promosi, dan meramalkan penjualan dari Bengkel AC Mobil Aneka Teknik.

## A. Harga

M. Fuad, Christine H., Nurlela, Sugiarto, Paulus, dan Y.E.F. (2000:129) mendefinisikan harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Dimana bagi sebagian masyarakat, harga menduduki tempat teratas sebagai penentu dalam keputusan pembelian barang atau jasa. Oleh karena itu penentuan harga menjadi salah satu keputusan penting bagi perusahaan.

Penentuan harga yang baik, harus dapat menutup seluruh biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya presentase laba yang diinginkan. Namun perlu diperhatikan bahwa selain kedua faktor diatas, penentuan harga juga harus memperhatikan faktor kemauan dan kesanggupan konsumen untuk membayar harga tersebut.

Oleh sebab itu Bengkel AC Mobil Aneka Teknik dituntut untuk teliti dan tepat dalam penentuan harga atas jasa yang ditawarkan. Berdasarkan Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:24) yang menyatakan bahwa semua organisasi laba dan banyak organisasi nirlaba menetapkan harga atas produk atau jasa mereka, dengan menggunakan beberapa metode penetapan harga, yaitu :



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

Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, dimana metode ini menambah standar *mark-up* terhadap biaya produk.
  - b. *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* (Analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran)

Suatu metode untuk menetapkan harga apakah akan *break even* atau membuat target laba yang akan dicari.
2. *Value-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan nilai)

Metode ini menggunakan satu persepsi nilai dari pembeli untuk menetapkan harga.
3. *Competition-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan persaingan)
  - a. *Going-rate Pricing* (Penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku)

Perusahaan mendasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya.
  - b. *Scaled-Bid Pricing* (Penetapan harga penawaran tertutup)

Perusahaan menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan.

Maka berdasarkan metode penetapan harga diatas, Bengkel AC Mobil

Aneka Teknik menentukan harganya berdasarkan metode *Competition-Based Pricing – Going-rate Pricing*, dimana penentuan harganya berdasarkan persaingan.



Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik akan memantau harga dari para pesaingnya, dan kemudian menetapkan harga yang dapat bersaing, baik itu sama, lebih tinggi ataupun lebih rendah.

Berikut adalah tabel persaingan harga jasa yang ditawarkan Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik dengan para pesaingnya, yang disajikan pada tabel 5.1

**Tabel 5.1**

**Perbandingan harga Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik dengan para pesaing**

Nama Bengkel	Service AC mobil Jepang / Asia (Rp)	Service AC mobil Eropa (Rp)	Isi freon (Rp)	Ongkos bongkar pasang (Rp)	Perbaikan compresor (Rp)
Aneka Tehnik	350.000 - 750.000	1.000.000 - 1.500.000	150.000	250.000 - 500.000	500.000
Berkat Motor	400.000 - 800.000	1.000.000 ++	150.000	300.000 - 600.000	750.000
Perros Service	500.000 - 1.000.000	1.500.000 ++	150.000	500.000 - 750.000	-
Oriental AC	350.000 - 750.000	1.000.000 ++	150.000	250.000 - 500.000	500.000
Mega Jaya	400.000 - 800.000	1.000.000 ++	150.000	300.000 - 600.000	750.000

sumber : Penulis

## B. Distribusi

M. Fuad, Christine H., Nurlela, Sugiarto, Paulus, dan Y.E.F. (2000:129) mendefinisikan saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen. Saluran distribusi sangat penting karena berkaitan dengan penyampaian barang atau jasa kepada konsumen.



Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:14) menyatakan bahwa perusahaan menggunakan saluran distribusi untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna. Saluran distribusi tersebut terdiri dari :

1. *Zero Level Channel*

Produsen menjual langsung ke konsumen akhir tanpa perantara.

2. *One Level Channel*

Penjualan melalui satu perantara penjualan seperti pengecer. Perantara ini adalah pedagang besar atau grosir, ataupun penyalur tunggal dan penyalur industri.

3. *Two Level Channel*

Mempunyai dua perantara penjualan, yaitu pedagang besar atau grosir dan sekaligus pengecer, ataupun sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

4. *Three Level Channel*

Penjualan mempunyai tiga perantara, yaitu pedagang grosir, pemborong, dan pengecer.

Maka berdasarkan uraian diatas, saluran distribusi yang diterapkan oleh Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik adalah saluran distribusi *zero level channel*, karena Bengkel AC Mobil Anek Tehnik menjual langsung jasanya kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara. Berikut adalah gambar saluran distribusi Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik, yang dapat dilihat pada gambar 5.1

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:

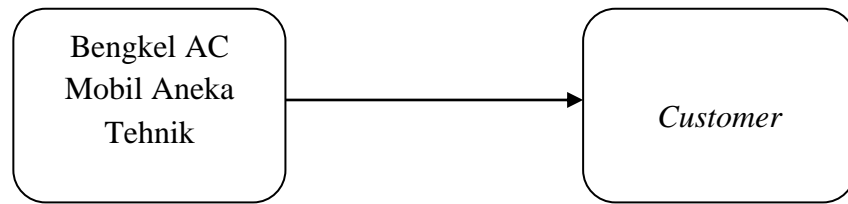
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



**Gambar 5.1**  
**Saluran Distribusi Bengkel AC Mobil Aneka Teknik**



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### C. Promosi

M. Fuad, Christine H., Nurlela, Sugiarto, Paulus, dan Y.E.F. (2000:130)

mendefinisikan promosi merupakan kegiatan – kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi dikatakan sebagai proses berkelanjutan karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan yang selanjutnya. Kegiatan yang umumnya dilakukan dalam promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat dan publisitas.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:266) menjelaskan yang dimaksud dengan promosi penjualan adalah berbagai kumpulan alat – alat intensif yang sebagian besar berjangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen dan pedagang. Kegiatan promosi berhubungan dengan komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

Melihat peran dan manfaat promosi yang sangat penting dalam bauran pemasaran, maka Bengkel AC Mobil Aneka Teknik akan melakukan promosi melalui berbagai cara promosi berikut ini :

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.



1. Brosur

Membuat brosur yang berisikan alamat, nomor telepon, dan layanan jasa yang diberikan Bengkel AC Mobil Aneka Teknik pada halaman depan. Pada halaman belakang berisikan penjelasan dan ajakan kepada masyarakat untuk selalu merawat dan memerikasakan AC mobilnya secara berkala. Brosur ini akan dipesan pada Toko Maju Jaya sebanyak 1.000 lembar dengan biaya Rp 700.000,- dan hanya akan dipesan kembali jika stock brosur sudah mulai menipis.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

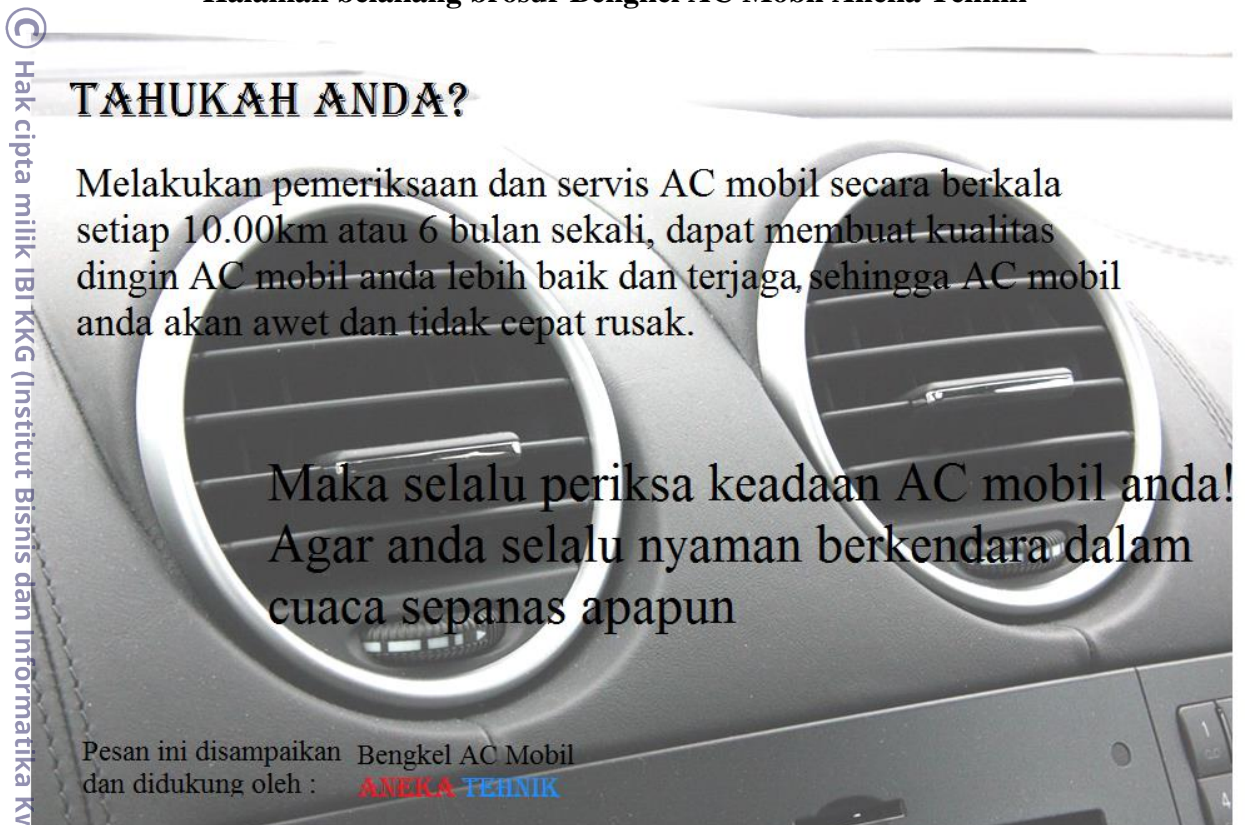
Gambar 5.2

Halaman depan brosur Bengkel AC Mobil Aneka Teknik





**Gambar 5.3**  
**Halaman belakang brosur Bengkel AC Mobil Aneka Teknik**



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

2. Spanduk

Membuat spanduk dengan ukuran 5m x 0.9m yang berisikan pelayanan serta keunggulan Bengkel AC Mobil Aneka Teknik yang berupa jaminan garansinya.

**Gambar 5.4**  
**Spanduk Bengkel AC Mobil Aneka Teknik**







3. Memasang iklan di majalah media kawasan pluit dan Info Pluit - Kapuk  
Media ini sangat efektif untuk menjangkau seluruh target konsumen Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik, karena kedua majalah ini hanya didistribusikan di kawasan atau wilayah target Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik. Selain itu kedua majalah ini dibagikan gratis setiap bulannya ke setiap rumah warga di sekitar kawasan pluit sampai pantai indah kapuk, sehingga cukup banyak masyarakat yang mencari informasi tentang berbagai kebutuhan barang dan jasa melalui majalah tersebut. Tarif untuk iklan di kedua majalah tersebut sebesar Rp 1.000.000,- /bulan
4. *Word of mouth*  
*Word of mouth* merupakan media promosi paling jitu dan efisien. Hasil rekomendasi dari seorang teman atau keluarga punya pengaruh yang lebih besar dari media promosi apapun. Karena itu cara konvensional ini masih digunakan oleh Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik. Langkah untuk mewujudkan cara berpromosi ini adalah dengan memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan melalui pengalaman dan pelayanan yang berkualitas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**D Ramalan Penjualan**

M. Fuad, Christine H., Nurlela, Sugiarto, Paulus, dan Y.E.F. (2000:23)

mendefinisikan ramalan penjualan adalah perkiraan atau proyeksi secara teknis permintaan konsumen untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi. Maka ramalan penjualan dapat diartikan sebagai ramalan terhadap kondisi di masa depan tentang penjualan jasa Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik. Ramalan penjualan ini dilakukan berdasarkan proyeksi penjualan pesaing yaitu bengkel AC mobil Mega Jaya dengan asumsi 70%.

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 5.2**  
**Tabel Ramalan Penjualan Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik**  
**(dalam Rupiah)**

	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	41.950.000	45.400.000	49.850.000	54.300.000	58.750.000
Februari	50.850.000	55.300.000	59.900.000	65.250.000	71.600.000
Maret	46.150.000	50.850.000	55.300.000	59.900.000	65.250.000
April	46.150.000	50.850.000	55.300.000	59.900.000	65.250.000
Mei	46.150.000	50.850.000	55.300.000	59.900.000	65.250.000
Juni	50.850.000	55.300.000	59.900.000	65.250.000	71.600.000
Juli	50.850.000	55.300.000	59.900.000	65.250.000	71.600.000
Agustus	56.300.000	61.900.000	68.250.000	74.600.000	81.600.000
September	50.850.000	55.300.000	59.900.000	65.250.000	71.600.000
Oktober	40.800.000	44.250.000	48.200.000	52.650.000	57.100.000
November	40.800.000	44.250.000	48.200.000	52.650.000	57.100.000
Desember	45.750.000	50.200.000	54.650.000	59.100.000	63.950.000
<b>Total</b>	<b>567.450.000</b>	<b>619.750.000</b>	<b>674.650.000</b>	<b>734.000.000</b>	<b>800.650.000</b>

Sumber : data diolah penulis

Berikut adalah penjelasan perubahan ramalan penjualan setiap bulannya dari Bengkel AC Mobil Aneka Tehnik :

1. Bulan Januari : Terjadi penurunan penjualan karena faktor musim hujan dan kondisi banjir yang umumnya membuat customer enggan dan menunda melakukan *service* AC mobil.
2. Bulan Februari : Terjadi peningkatan penjualan karena adanya Hari Raya Imlek yang membuat banyak warga keturunan *Chinese* memeriksakan kondisi AC mobilnya untuk kenyamanan perjalanan saat Imlek. Selain itu peningkatan juga terjadi diakibatkan banyaknya AC mobil yang rusak karena terendam banjir, sehingga mereka mulai memperbaikinya.
3. Bulan Maret, April, Mei : Tingkat penjualan relatif stabil dan normal, dikarenakan sudah mulai memasuki musim panas.



4. Bulan Juni, Juli, September : Tingkat penjualan mengalami sedikit peningkatan. Hal ini disebabkan memasuki pertengahan tahun dengan kondisi cuaca yang semakin panas, sehingga menarik konsumen untuk memperbaiki dan *service* AC mobilnya.
5. Bulan Agustus : Peningkatan penjualan yang cukup signifikan akibat dari Hari Raya Idul Fitri. Sehingga banyak konsumen akan memeriksakan dan *men-service* AC mobilnya untuk kebutuhan mudik ataupun berlibur dengan menggunakan mobilnya.
6. Bulan Oktober dan November : Terjadi penurunan penjualan yang signifikan karena memasuki musim hujan, yang membuat cuaca menjadi sejuk, sehingga umumnya konsumen menunda atau enggan memeriksakan AC mobilnya.
7. Bulan Desember : Terjadi sedikit peningkatan penjualan karena walaupun musim hujan, namun pada bulan ini terdapat Hari Raya Natal dan Tahun Baru yang membuat kenyamanan AC mobil dibutuhkan saat perjalanan di hari raya tersebut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**E Pengendalian Pemasaran**

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:68) menyatakan bahwa kendali pemasaran (*marketing control*) merupakan proses mengukur dan mengevaluasi hasil dari rencana dan strategi pemasaran, serta mengambil tindakan korektif untuk menjamin bahwa tujuan pemasaran telah tercapai.

Melalui tahap pengendalian pemasaran ini, berbagai strategi pemasaran yang sudah diterapkan oleh Bengkel AC Mobil Aneka Teknik akan dikaji dan dievaluasi kembali. Apakah hasil dari strategi pemasaran tersebut sudah sesuai

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.



dengan tujuan yang ingin dicapai oleh bengkel, dan apa langkah strategis selanjutnya yang akan diambil Bengkel AC Mobil Aneka Teknik untuk menjaga hasil yang telah dicapai tersebut.

Pada tahap ini pula, evaluasi dilakukan terhadap strategi – strategi pemasaran yang mungkin dinilai kurang tepat sehingga tidak mampu mencapai tujuan yang diinginkan Bengkel AC Mobil Aneka Teknik. Karena itu strategi pemasaran tersebut tidak boleh dilakukan lagi, namun dikoreksi apa penyebab kegagalannya dan menyiapkan strategi pemasaran baru yang lebih efektif. Dengan begitu kegiatan pemasaran yang dilakukan Bengkel AC Mobil Aneka Teknik akan lebih terorganisir dan maksimal.

Berikut adalah beberapa teknik – teknik pengendalian pemasaran yang akan diterapkan oleh Bengkel AC Mobil Aneka Teknik :

1. Survey kepada konsumen.

Melakukan survey kepada konsumen melalui angket terhadap kualitas dingin AC mobilnya setelah di *service*, kecepatan pengerjaan perbaikan, kerapihan pengerjaan, dan kebersihan bengkel.

2. Memantau brosur yang dibagikan.

Memantau berbagai brosur yang dititipkan pada restoran – restoran di sekitar bengkel apakah berhasil menarik dan dibaca oleh konsumen atau tidak. Hal ini dapat dilakukan dengan bertanya kepada pelayan restoran ataupun memantau jumlah brosur yang dititipkan.

3. Melihat iklan yang dipasang di majalah.

Membaca majalah media kawasan pluit dan info pluit – kapuk setiap bulannya, untuk memantau iklan Bengkel AC Mobil Aneka Teknik yang dipasang, memantau iklan yang mungkin dipasang pesaing di majalah yang

sama, ataupun sekedar mendapat informasi penting terkait promosi di majalah tersebut.

4. Observasi.

Melakukan pengamatan terhadap para pesaing mengenai berbagai strategi dan kebijakan pemasaran yang mereka terapkan. Sehingga Bengkel AC Mobil Aneka Teknik tidak kalah satu langkah pun dengan para pesaingnya. Selain terhadap pesaing, observasi atau pengamatan ini juga dapat dilakukan terhadap berbagai bidang seperti ekonomi, politik, sosial, perkembangan teknologi, dan lingkungan sekitar lainnya.

5. Evaluasi.

Melakukan evaluasi terhadap seluruh hasil angket dan pengamatan terhadap pesaing dan lingkungan sekitarnya. Hasil evaluasi dapat menunjukkan hal – hal apa saja yang masih harus diperbaiki dan ditingkatkan untuk kedepannya. Seperti penyesuaian harga dengan pesaing, menggunakan cara promosi baru, meningkatkan kinerja mekanik, dan lainnya yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan Bengkel AC Mobil Aneka Teknik kepada para pelanggannya.

**© 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.