

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

A. Produk / Jasa yang dihasilkan

Produk yang dijual oleh SneakMab adalah *sneakers* yang sedang banyak diminati dan digemari oleh generasi milenial. SneakMab berfokus menjual *sneakers* dalam kondisi baru dan *original*. Semua produk yang dijual oleh SneakMab sudah melewati proses pengecekan keaslian produknya, sehingga dapat dikatakan produk yang dijual SneakMab 100% *original*.

Ketika ada produk yang masuk ke SneakMab tidak sesuai dengan standarisasi yang sudah ditetapkan serta tidak lolos saat *quality check* dan *legit check*, maka produk tersebut tidak dapat dijual untuk menjaga kepercayaan konsumen kepada SneakMab. Karena SneakMab hanya menjual produk yang memiliki kualitas baik dan *original*.

Berikut merupakan cara SneakMab menentukan harga jual suatu produknya, berdasarkan:

1. Merek

Merek merupakan salah satu faktor terpenting dalam menentukan harga jual dari suatu produk. Konsumen tidak terlalu menghiraukan harga jika merek produk yang ingin dibeli sudah terkenal.

2. Model

Model juga memainkan peran kunci dalam menentukan harga jual suatu produk. Dalam industri *sneakers*, banyak konsumen yang ingin membeli model *sneakers* yang memiliki *history*. Model yang memiliki nilai *history* seras ikonik akan selalu mendapatkan harga yang tinggi.

3. Bahan





Bahan yang digunakan dalam pembuatan sepatu cukup beragam, yaitu *leather*, *suede*, serta *patent*. Dalam hal bahan juga merupakan faktor terpenting saat menentukan harga jual, bahan *suede* dapat dijual lebih tinggi dibandingkan sepatu yang berbahan *leather*.

Berikut ini terdapat beberapa gambar produk serta merek produk yang dijual oleh SneakMab:

Gambar 4.1
Nike Air Jordan



Sumber : SneakMab, 2023

Air Jordan merupakan salah satu produk Nike yang mengusung nama pemain basket yaitu Michael Jordan. *Sneakers* ini *launching* pada tahun 1985. *Sneakers* basket pertama yang merupakan produk yang sangat populer dan memiliki nilai historis. Setelah berlalu lebih dari 38 tahun, sepatu Air Jordan masih menjadi salah satu *sneakers* papan atas yang diburu para *sneakerhead*, dan menjadi ikon gaya hidup.

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.

Gambar 4.2

Nike Dunk



Sumber: SneakMab, 2023

Nike Dunk meluncurkan sepatu pertamanya pada tahun 1985, Nike Dunk ini memiliki kesepakatan bersama 7 universitas di USA yaitu *University of Michigan, University of Kentucky, University of Iowa, Georgetown, Syracuse, St. John's*, dan UNLV. Dimana warna sepatu Nike Dunk ini disesuaikan dengan *color scheme jersey basketball* dan Alma Mater setiap universitas. Pada tahun 2020, Nike Dunk kembali dengan siluet yang sudah ada saat 1985 dan kemudian sepatu ini dipakai oleh artis besar dunia sehingga sepatu ini kembali memiliki banyak peminat. Selain itu, Nike Dunk sering berkolaborasi dengan *designer* terkenal seperti Virgi Abloh yang merupakan seorang *designer brand* terkenal yaitu Off-White dan juga berkolaborasi dengan artis terkenal yaitu Travis Scott. Dengan mengeluarkan stok artikel kolaborasi yang *limited* menjadikan permintaan pasar menjadi tinggi.

Gambar 4.3

© 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 sumber 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.

Yeezy Boost



Sumber : SneakMab, 2023

Sneakers Yeezy pertama dirilis tahun 2015, Yeezy merupakan *brand* kolaborasi dari Adidas dengan Kanye West. Sepatu ini memiliki banyak peminat dikarenakan produksi sepatu ini yang sifatnya *limited* serta Kanye West yang dapat memberikan dampak yang besar dalam penjualan Yeezy ini. Kanye sering mengajak serta menarik perhatian para penggemar *sneakers* (*Sneakerhead*) dengan mengenakan artikel Yeezy terbaru yang belum rilis. Sehingga sampai sekarang Yeezy tetap masih banyak diminati oleh para *sneakerhead* karena produksinya yang terbatas. Faktor *limited* dapat mempengaruhi orang menjadi penasaran untuk mendapatkannya sehingga *demand* menjadi tinggi. Karena memiliki barang yang *limited* memiliki kebanggaan tersendiri dan berbeda dengan yang lain serta memberikan kesan yang istimewa bagi penggunanya.

Gambar 4.4

© 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 sumbernya.
 - 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.



Logo Toko Sepatu SneakMab



Sumber : SneakMab, 2023

Berdasarkan gambar 4.4 dapat dilihat bahwa logo SneakMab memiliki beberapa filosofi yang terdapat dalam gambar tersebut. Logo SneakMab didominasi oleh latar belakang hitam dengan tulisan putih, yang akan membuat logo SneakMab mudah dibaca dan mudah diingat oleh para konsumen. Pemilihan latar belakang hitam bertujuan untuk memberikan kesan berkelas sesuai dengan target pasar SneakMab. Dalam logo SneakMab terdapat gambar tas yang berisikan sepatu dan terdapat ring basket serta bola basket, logo tersebut memiliki arti bahwa SneakMab menjual sepatu yang awalnya sepatu tersebut hanya sepatu basket namun pada saat ini sepatu tersebut sudah beralih fungsi menjadi sepatu *lifestyle*. Pemilihan gambar sepatu tersebut bertujuan untuk menyampaikan bahwa SneakMab berfokus pada penjualan produk sepatu. Kemudian asal mula nama SneakMab berasal dari kata *sneakers* yang disingkat menjadi 'Sneak' dan kata 'Mab' dimana kata tersebut berasal dari kepanjangan Mangga Besar yang merupakan *warehouse* dari SneakMab. Logo ini dibuat sesimpel mungkin, bertujuan agar para konsumen dapat mudah mengingat logo SneakMab.

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

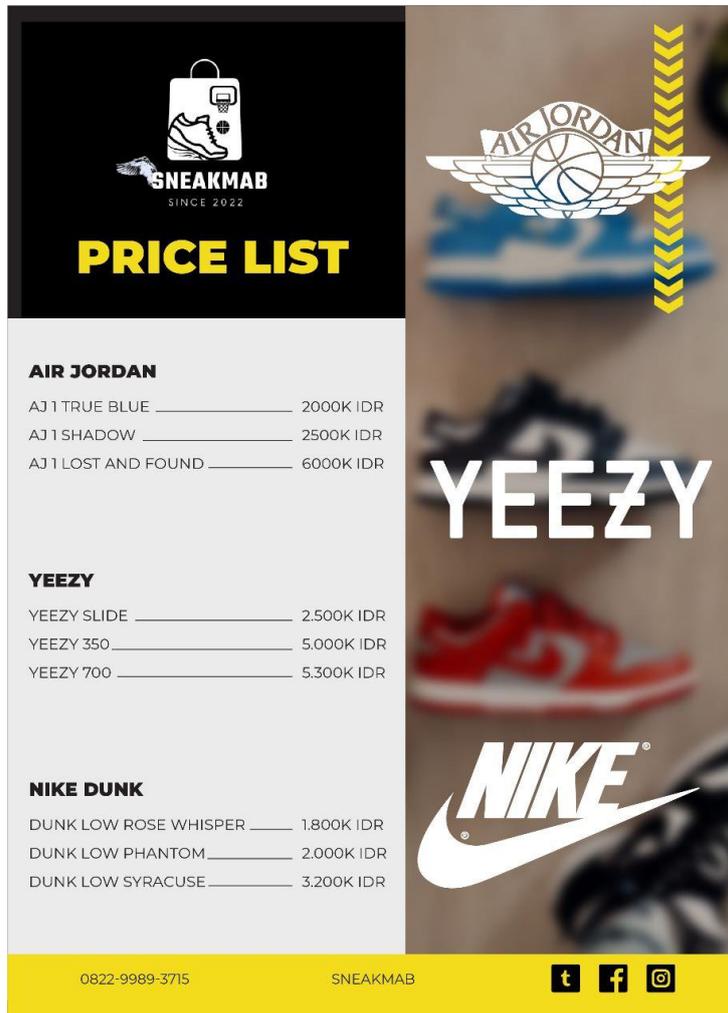
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 - 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.



Gambar 4.5

Harga Produk SneakMab



Sumber : SneakMab, 2023

B. Gambaran Pasar

Ramalan penjualan adalah upaya untuk memprediksi penjualan di masa depan untuk jangka waktu tertentu, dan dengan asumsi dasar tertentu. Rencana peramalan dan penjualan akan dimulai dari satu bulan pertama sebagai dasar perhitungan perencanaan masa depan penjualan perusahaan. Ramalan penjualan sangat dibutuhkan dan berguna bagi SneakMab untuk mengetahui total jumlah penjualan yang didapat dari hasil penjualan SneakMab, sehingga pemilik usaha dapat mengetahui langkah – langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan SneakMab.

© 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.



Berikut merupakan rencana peramalan Toko Sepatu SneakMab:

Gambar 4. 6

Ramalan Penjualan Sepatu SneakMab

Bulan	Air Jordan	Nike Dunk	Yeezy	Total
Januari	7	5	3	15
Februari	9	7	4	20
Maret	6	7	3	16
April	7	6	2	15
Mei	8	7	4	19
Juni	6	9	2	17
Juli	6	7	5	18
Agustus	5	8	3	16
September	5	6	4	15
Oktober	6	4	5	15
November	8	7	2	17
Desember	11	6	5	22
Total	84	79	42	205

Sumber : SneakMab, 2023

Tabel 4. 6 menunjukkan ramalan penjualan selama 1 tahun mendatang dengan periode bulan Januari – Desember 2024. Pada tabel tersebut diasumsikan terjadi peningkatan penjualan pada bulan Februari dikarenakan setelah hari raya Imlek, kemudian bulan Mei setelah Hari Raya Idul Fitri, kemudian pada bulan Juni dan Juli terjadi peningkatan yang disebabkan karena adanya liburan sekolah yang akan meningkatkan penjualan untuk digunakan pada saat liburan, dan bulan Desember yang merupakan penjualan terbanyak karena bertepatan dengan Haari Raya Natal dan Tahun Baru.

© 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.



Gambar 4.7

Anggaran Penjualan Toko Sepatu SneakMab Tahun 2024

(Rupiah)

Bulan	Air Jordan			Nike Dunk			Yeezy			Total Produk	Total Pendapatan
	Produk	Harga	Pendapatan	Produk	Harga	Pendapatan	Produk	Harga	Pendapatan		
Januari	9	2.500.000	17.500.000	5	2.000.000	10.000.000	3	4.000.000	12.000.000	15	39.500.000,00
Februari	9	2.500.000	22.500.000	7	2.000.000	14.000.000	4	4.000.000	16.000.000	20	52.500.000,00
Maret	6	2.500.000	15.000.000	7	2.000.000	14.000.000	3	4.000.000	12.000.000	16	41.000.000,00
April	6	2.500.000	17.500.000	6	2.000.000	12.000.000	2	4.000.000	8.000.000	15	37.500.000,00
Mei	8	2.500.000	20.000.000	7	2.000.000	14.000.000	4	4.000.000	16.000.000	19	50.000.000,00
Juni	9	2.500.000	15.000.000	9	2.000.000	18.000.000	2	4.000.000	8.000.000	17	41.000.000,00
Juli	6	2.500.000	15.000.000	7	2.000.000	14.000.000	5	4.000.000	20.000.000	18	49.000.000,00
Agustus	6	2.500.000	12.500.000	8	2.000.000	16.000.000	3	4.000.000	12.000.000	16	40.500.000,00
September	6	2.500.000	12.500.000	6	2.000.000	12.000.000	4	4.000.000	16.000.000	15	40.500.000,00
Oktober	6	2.500.000	15.000.000	4	2.000.000	8.000.000	5	4.000.000	20.000.000	15	43.000.000,00
November	8	2.500.000	20.000.000	7	2.000.000	14.000.000	2	4.000.000	8.000.000	17	42.000.000,00
Desember	11	2.500.000	27.500.000	6	2.000.000	12.000.000	5	4.000.000	20.000.000	22	59.500.000,00
Total	88		210.000.000	79		158.000.000	42		168.000.000	205	536.000.000,00

Sumber : SneakMab, 2023

Tabel 4.6 dapat diasumsikan berdasarkan dari rata-rata harga sepatu per merk yang sudah ditetapkan kemudian dikalikan dengan penjualan unit per merk setiap bulannya. Setelah itu menjumlahkan total pendapatan ketiga jenis merk tersebut setiap bulannya, untuk mengetahui total pendapatan setiap bulannya.

Gambar 4. 8

Anggaran Penjualan Toko Sepatu SneakMab Tahun 2024-2028

(Rupiah)

Tahun	Penjualan
2024	536.000.000
2025	651.000.000
2026	792.500.000
2027	965.500.000
2028	1.176.500.000

Sumber : SneakMab, 2023

Pada tabel 4.8 diasumsikan setiap tahunnya per tahun 2024 – 2028, penjualan mengalami kenaikan sebesar 20% setiap tahunnya. Asumsi tersebut karena mengikuti besarnya pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia dan SneakMab akan menambah variasi produk lebih banyak lagi daripada tahun sebelumnya serta SneakMab akan sering mengiklankan

© Hak cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan 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.

produknya melalui sosial media dan memberi promosi kepada pembelinya.

C. Target Pasar yang Dituju

Segmentasi pasar dibagi menjadi 3 kelompok yang terdiri dari, segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi psikografis.

Berikut merupakan segmentasi pasar dari SneakMab:

1. Segmentasi Geografis

Pada segmentasi geografis, membagi pasar menjadi beberapa bagian geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan sekitar.

Segmentasi geografis SneakMab ialah dalam negeri dan luar negeri, namun penjualan luar hanya sebagian kecil saja dan lebih fokus menjual produk tersebut di dalam negeri.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis merupakan pasar yang dikelompokkan berdasarkan variable seperti usia, pendidikan, jenis kelamin, serta pendapatan.

SneakMab melakukan segmentasi demografis berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Usia yang menjadi target pasar SneakMab kisaran usia 17– 35 tahun, kemudian untuk jenis kelamin dapat digunakan oleh pria dan wanita. Serta pekerjaan yang menjadi segmentasi pasar SneakMab yaitu pelajar, karyawan, *entrepreneur*, dan profesi lainnya.

3. Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis, membagi pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan gaya hidup, status sosial, dan ciri psikologis atau kepribadian. SneakMab memilih segmentasi psikografis terhadap masyarakat yang memiliki gaya hidup yang cenderung dan konsumtif dan memiliki ketertarikan terhadap *fashion*. *Sneakers* yang ditawarkan *sneakers limited edition* yang dapat meningkatkan kelas sosial dan menunjukkan status sosial seseorang. Hal tersebut menjadikan Toko SneakMab





memiliki peluang yang besar untuk menjual produk yang disediakan oleh SneakMab.

D. Strategi pemasaran

1. Diferensiasi

Diferensiasi menurut Kotler dan Keller merupakan suatu strategi yang berfungsi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dengan menggunakan strategi yang berbeda dari para pesaingnya. Diferensiasi terdiri dari bentuk, fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, perbaikan, dan gaya. Berikut poin – poin diferensiasi yang terdapat pada SneakMab dalam menjual *sneakers* :

a. Pelayanan

SneakMab memberikan pelayanan yang responsif dan informatif dalam menjelaskan produk yang diminati oleh calon pembeli, serta sering memberikan promo yang menarik bagi pelanggannya.

b. Garansi uang kembali

SneakMab memberikan garansi uang kembali kepada pembeli, apabila produk yang dijual oleh SneakMab *fake* (palsu) atau *defect* (cacat). SneakMab akan mengembalikan 100% uang yang telah dibayarkan oleh pembeli.

2. Positioning

SneakMab berfokus pada penjualan *sneakers limited* dengan harga yang terjangkau dengan kualitas 100% *original*. SneakMab menempatkan diri sebagai toko *online* yang menjual *sneakers limited original* dengan harga yang dapat bersaing.

3. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:309), pelanggan akan memutuskan apakah harga suatu produk tepat atau tidak. Jika pelanggan menilai bahwa harga produk lebih tinggi dibandingkan nilai atau manfaat produknya, pelanggan tidak akan membeli produk tersebut. Dalam menetapkan harga, perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor eksternal



dan internal, termasuk strategi dan harga pesaing, pemasaran keseluruhan, dan sifat pasar dan permintaan.

Berikut terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga :

a. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value-based Pricing*)

Metode penetapan harga berdasarkan nilai merupakan penetapan harga yang didasarkan menurut pendapat pelanggan mengenai berapa nilai yang mereka tentukan untuk sebuah produk, bukan ditentukan dari penjual. Pelanggan akan membeli produk jika produk tersebut memiliki nilai yang tinggi.

b. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-based Pricing*)

Metode penetapan harga berdasarkan biaya adalah penetapan harga yang berdasarkan biaya. Biaya yang termasuk dalam penetapan harga yaitu, biaya produksi, biaya distribusi, serta biaya lainnya.

c. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition-based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang telah ditetapkan oleh para pesaing yang menjual produk yang sama. Dalam menetapkan harga, suatu usaha bisa menetapkan harga lebih tinggi bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya yang bertujuan untuk bersaing.

Dalam melakukan penetapan harga, SneakMab menggunakan strategi *Competition- Based Pricing*. *Competition-Based Pricing* (penetapan harga berdasarkan persaingan) adalah menetapkan harga yang telah ditetapkan oleh para pesaing yang menjual produk yang sama.

Dalam hal ini Sneakmab menetapkan harga lebih rendah dibandingkan dengan pesaing yang bertujuan untuk bersaing.

4. Saluran Distribusi

Saluran distribusi berfungsi untuk menyalurkan produk dari produsen hingga ke konsumen akhir. Ada beberapa tipe tingkatan saluran distribusi, yaitu :



a. Zero level Channel

Saluran distribusi langsung yang tidak memiliki perantara. Produsen menjual barang dagangannya langsung ke konsumen tanpa melalui perantara sama sekali.

b. One Level Channel

Saluran distribusi ini memiliki satu perantara yaitu pihak pengecer. Pengecer membeli produk yang berasal dari produsen kemudian dijual lagi kepada pelanggan.

c. Two Level Channel

Saluran distribusi ini memiliki dua perantara yaitu pihak pedagang besar atau grosir dan pengecer kemudian dijual lagi kepada konsumen.

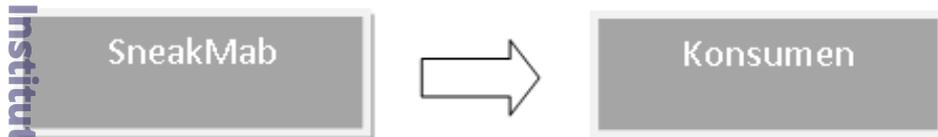
d. Three Level Channel

Saluran distribusi ini memiliki tiga perantara yaitu pihak pedagang besar, pemborong, dan pengecer kemudian baru kepada konsumen.

SneakMab memiliki 1 jalur distribusi, yaitu *zero level channel*. Berikut merupakan alur distribusi SneakMab:

Gambar 4.9

Alur Distribusi Zero Level Channel SneakMab



Sumber : SneakMab, 2023

Pada gambar 4.9, SneakMab menjual produknya secara langsung kepada konsumen melalui *e-commerce*, kemudian produk langsung dikirimkan melalui kurir yang telah dipilih oleh pembeli berdasarkan pilihan kurir yang telah disediakan oleh pihak *e-commerce*

E. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan langkah yang digunakan oleh seorang pemilik bisnis dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan yang bertujuan untuk mengembangkan usahanya. Promosi yang disediakan harus menarik agar dapat menciptakan minat pada



pembeli untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan guna meningkatkan penjualan.

Menurut Kotler dan Armstrong, promosi merupakan aktivitas menyampaikan manfaat

produk dan menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Berikut merupakan strategi yang digunakan oleh SneakMab :

1. Advertising

SneakMab mengiklankan produknya dengan Tokopedia Ads karena Tokopedia merupakan *e-commerce* yang tepat untuk mengiklankan produk yang disediakan oleh SneakMab, yang dimana Tokopedia menjadi *platform* utama yang dimiliki oleh SneakMab untuk menjual produknya langsung kepada konsumen.

2. Sales Promotion

SneakMab menggunakan strategi *sales promotion* dengan menjual produk kepada *reseller* lain dengan harga khusus yang diberikan SneakMab yang tentunya lebih murah dibandingkan dengan harga jual kepada konsumen. Hal tersebut bertujuan menjangkau target pasar yang lebih luas. Kemudian SneakMab mengadakan promo pada hari tertentu, misalnya Hari Raya Imlek, Natal, dan Idul Fitri yang dimana pada hari itu banyak orang yang ingin mencari sepatu baru. Hal ini juga pasti akan berpengaruh dan meningkatkan penjualan.

3. Personal Selling

SneakMab menggunakan berbagai *platform* sosial media seperti *Whatsapp*, *Line*, dan *Instagram* untuk berkomunikasi dengan konsumen serta *reseller*. Kemudian diharapkan pada masa mendatang SneakMab dapat mengikuti berbagai *event sneakers* untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi dari sebelumnya.

4. Public Relation

Strategi promosi *public relation* ini dilakukan dengan membangun hubungan yang baik dengan *reseller* dan konsumen, serta membangun citra perusahaan yang baik. Diharapkan

Hak cipta dimiliki IBI IKKG (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.

pada masa mendatang Sneakmab dapat menerapkan strategi ini dengan membuat *website* untuk melakukan transaksi penjualan *sneakers*.

5. Direct Marketing

Hubungan yang baik dengan konsumen serta *reseller* yang sudah ditargetkan guna untuk dapat membangun hubungan jangka Panjang dengan kedua pihak tersebut. Seperti menggunakan *broadcast message* dan *private chat* melalui Tokopedia atau *Whatsapp* untuk mempromosikan produknya.



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.