

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Subjek/ Objek Penelitian

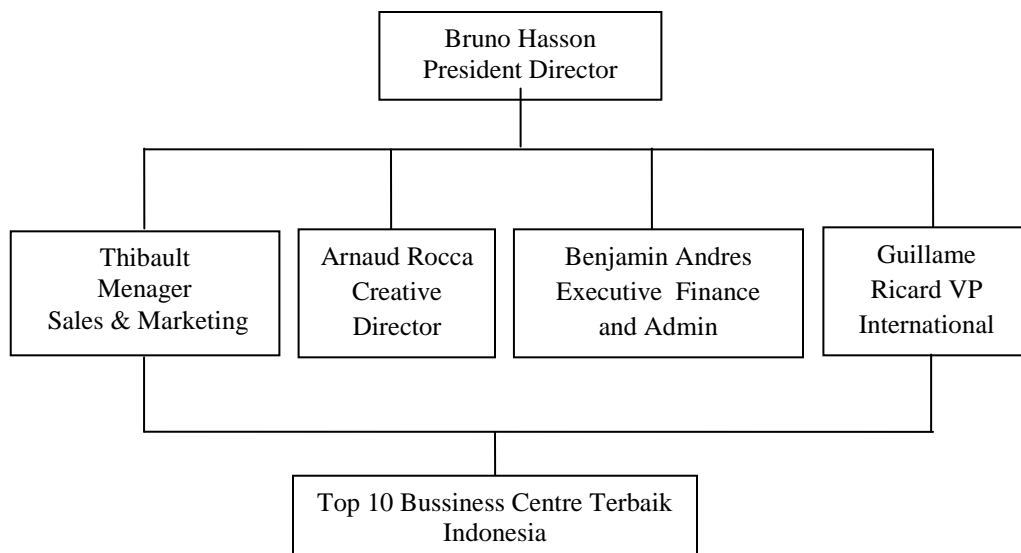
##### 1. Sejarah Sophie Paris

Sophie Paris adalah perusahaan *multi level marketing* (MLM) yang didirikan oleh sepasang suami istri berkebangsaan Perancis yaitu Bruno Hassan dan Sophie Martin. Nama Sophie Martin diambil dari nama pemilik perusahaan ini. Sophie menyelesaikan pendidikannya di Academic Des Beaux Art Paris, Tahun 1995 tak banyak yang tahu, gurita bisnis Sophie Paris diawali dari sebuah industri rumahan dengan tiga orang tukang jahit yang berkerja di loteng rumah dan menghasilkan tas-tas cantik yang mencuri banyak perhatian. Karena penjualan yang makin pesat, Mr Bruno Hasson merekrut karyawan, menyewa gedung dan menerapkan sistem *Direct Selling* yang memanfaatkan tenaga penjual yang diberi insentif untuk menjualkan produk Sophie Martin. Selanjutnya Sophie Martin kemudian dipasarkan melalui system *Multi Level Marketing* dengan merekrut member dan Business Center sebagai mitra / perpanjangan tangan untuk memasarkan produk-produk Sophie hingga ke pelosok nusantara. Sophie Paris menawarkan berbagai desain produk yang terbaik dan paling dicintai dalam dunia fashion dengan meluncurkan katalog baru setiap bulannya.

## 2. Profile PT. Sophie Paris Indonesia

PT. Sophie Paris Indonesia didirikan di Jakarta pada tahun 1995, dan mempunyai cabang di beberapa negara di dunia. Antara lain : Membuka cabang Filipina tahun 2002, cabang Maroko tahun 2008, cabang Vietnam tahun 2010, dan cabang Malaysia dibuka tahun 2012. Saat ini Sophie Paris mempunyai 375 *Business Centres* yang tersebar di seluruh Indonesia. Tahun 2008 bermetafosis meluncurkan konsep branding baru yaitu Sophie Paris. Kantor pusat Sophie Paris Building jalan Adyaksa Raya No.33 Lebak Bulus, Jakarta Selatan 12440. Visi Sophie Paris “ Together We Will Be No.1 In The World”. Misi Sophie Paris adalah; 1. Memberikan produk yang berkualitas, dengan desain terkini dan harga terjangkau, 2. Memberikan pelayanan terbaik bagi member, 3. Menciptakan peluang usaha untuk semua member.

**Gambar 4.1 Tim Sophie Manajemen**



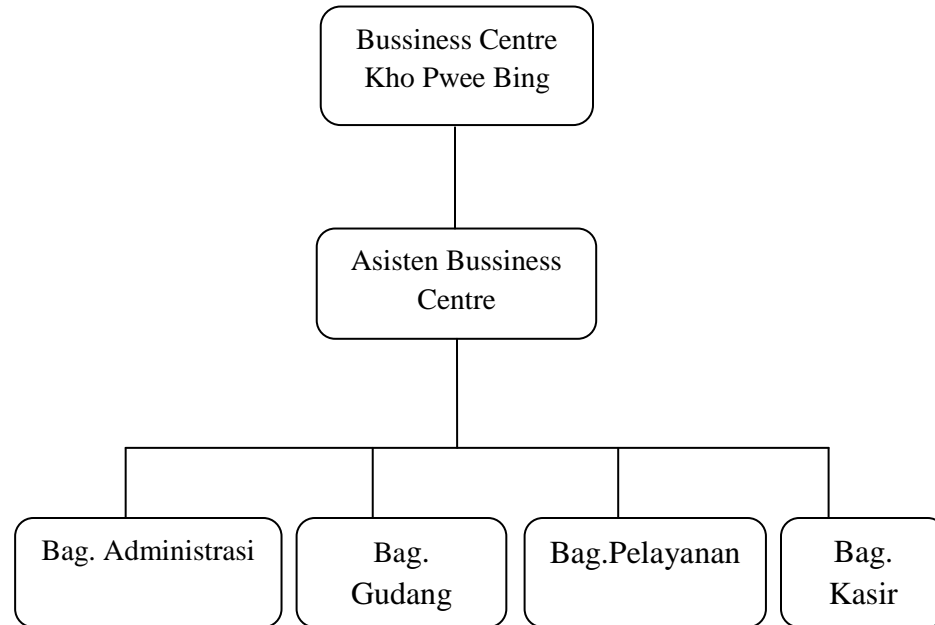
Sumber : Diolah peneliti (2014)

### 3. Profile Singkat Bussiness Centre Kho Pwee Bing

Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian untuk memperoleh datadan informasi yang dibutuhkan. Penelitian dilakukan terhitung mulai bulan januari sampai batas akhir penelitian pada bulan juni.Adapun lokasi atau obyek penelitian yaitu padaSophie Paris *Bussiness Centre*Kho Pwee Bing.Terdapat beberapa *Bussiness Centre* di Surabaya, ada 6 *Bussiness Centre*untuk wilayah Surabaya. Salah satunya *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing.

*Bussiness Centre* Kho Pwee Bing sudah berdiri sejak 16 Juni 2007 dan saat ini berada di peringkat *Bussiness Centre* platinum, store Sophie Paris berada di jalan Ahmad Yani Royal Plasa Lantai G Blok A1 no 39 jam operasional buka mulai dari jam 9.30 WIB sampai jam 21.30 mengikuti jam operasional mall Royal Plasa. Ada outlet terbaru *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing berada di mall BG Junction jalan Bubutan LL B-5. Kho Pwee Bing mulai menjalankan bisnis Sophie Paris dengan modal awal Rp. 700.000.000. Berkat ketekunan serta kerja keras nya dalam menjalankan bisnis Sophie Paris, saat ini *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing mempunyai kurang lebih 9000 member dan memperkerjakan 8 orang karyawan untuk melayani para membernya.

Gambar 4.2 Struktur Organisasi

**Struktur Organisasi Bussiness Centre Kho Pwee Bing**

Sumber : diolah peneliti (2014)

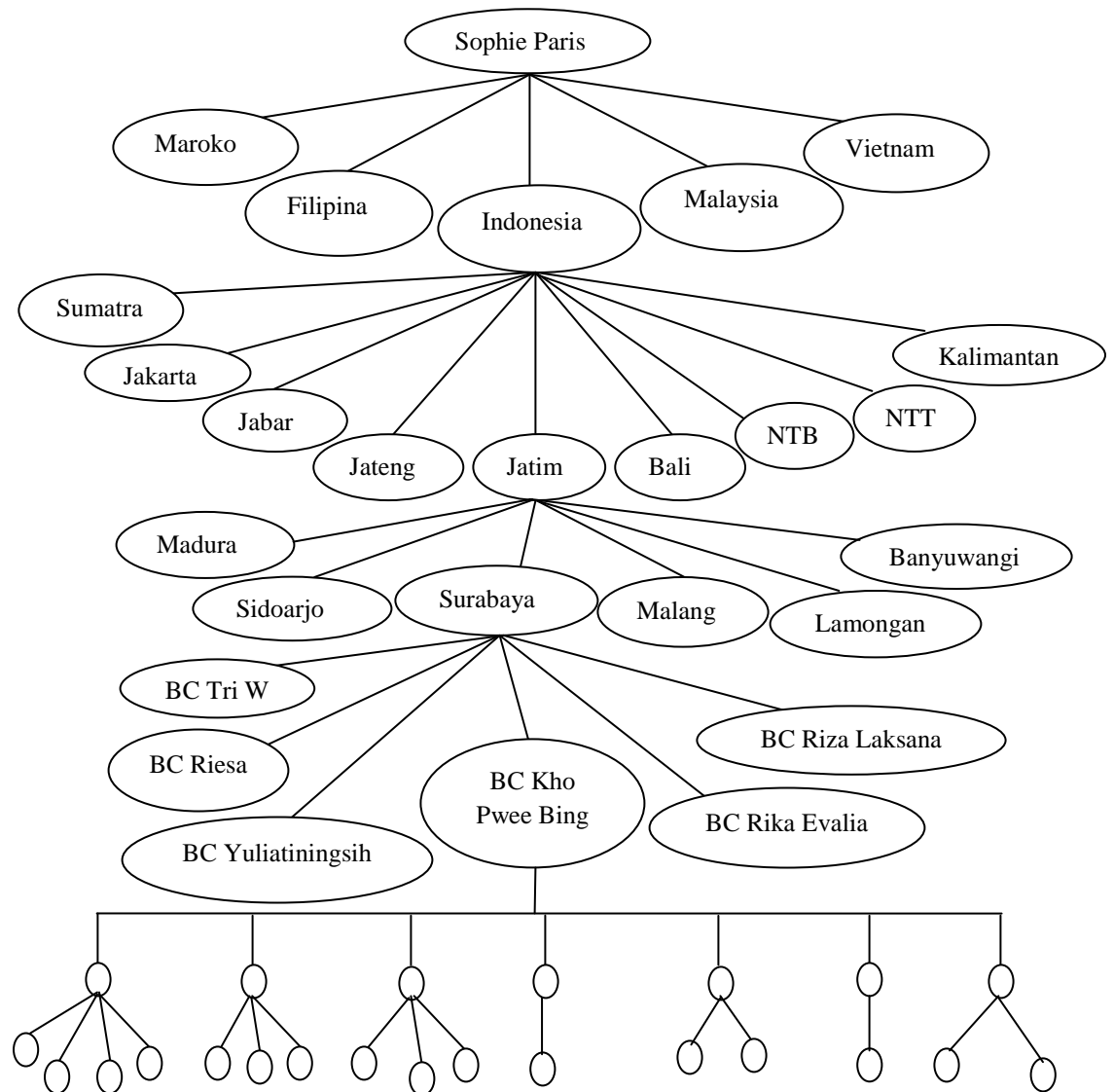
Kepemimpinan outlet Sophie Paris ditangani langsung oleh sang pemilik bisnis yaitu Ibu Kho Pwee Bing. Apabila Kho Pwee Bing sedang tidak berada ditempat maka yang mengurus segala pekerjaan akan dilimpahkan kepada asisten *Bussiness Centre*. Setiap bagian karyawan sudah mempunyai tugas dan kewajibannya masing-masing diharapkan semua karyawan memberikan pelayanan yang terbaik untuk para member *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing mulai dari menyiapkan barang pesanan member, menyiapkan hadiah bulanan, serta menjaga hubungan baik dengan para member. Hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan omzet penjualan produk Sophie Paris.

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi hasil penelitian membahas jaringan multi level marketing, jenjang karir dan pembahasan *marketing mix* Sophie Paris *Business Centre* Kho Pwee Bing. Penjelasan selengkapnya sebagai berikut.

### 1. Jaringan Marketing Multi Level Marketing (MLM) di Sophie Paris

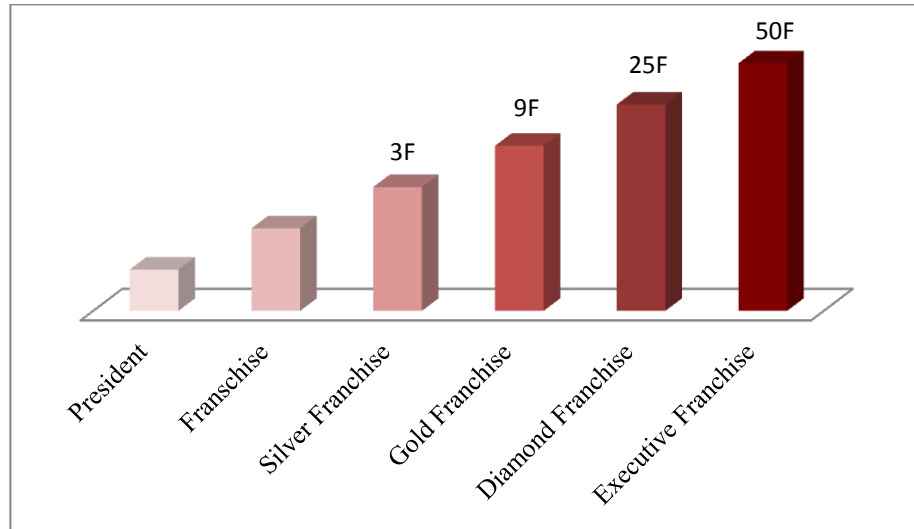
Gambar 4.3 Flowchat MLM Sophie Paris



Sumber : Diolah Peneliti (2014)

## 2. Jenjang Karir di Sophie Paris

Gambar 4.4 Flowchart peringkat MLM member Sophie Paris



Sumber : Buku Panduan Member 2 (2013)

Peringkat pertama di Sophie Paris adalah Presiden, setelah itu naik peringkat menjadi franchise, naik peringkat silver franchise, gold franchise, diamond franchise, sampai ke level yang paling tinggi yaitu executive franchise. Franchise merupakan duplikasi bisnis yang telah sukses, sehingga tidak perlu lagi bersusah payah menjalankan bisnis dari awal.

### 1. Bonus Sophie Paris

#### 1) Peringkat Presiden

Mendaftar sebagai member Sophie Paris, maka peringkat pertama adalah presiden. Akan mendapatkan satu buah kartu eksklusif (Member Card Sophie) yang masa berlakunya seumur hidup, sehingga kartu keanggotaan tidak ada perpanjangan atau bayar administrasi tahunan dan berlaku di seluruh counter BC resmi (*Bussiness Centre*) atau proxy Sophie Paris di seluruh Indonesia.

Menggunakan kartu keanggotaan ini, akan mendapatkan banyak sekali keuntungan.

a) Diskon Langsung 30%

Dengan menunjukkan kartu member ketika berbelanja Sophie Paris maka akan mendapatkan diskon langsung sebesar 30% untuk semua produk yang ada di katalog

Contoh Kasus :

Belanja sebesar Rp 1.000.000 ( Harga Katalog )

Harga yang dibayar = Rp 1.000.000 – 30%

$$= \text{Rp } 700.000$$

Maka keuntungan langsung yang di peroleh adalah :

$$= \text{Rp } 1.000.000 - \text{Rp } 700.000$$

$$= \text{Rp } 300.000$$

b) Bonus Belanja Sendiri (BBS)

Sebagai member, bisa mendapatkan banyak keuntungan. Semakin banyak berbelanja, semakin besar BBS yang akan di terima.

**Tabel 4.1 Persentase Perolehan BBS**

Total Pembelanjaan Sendiri dalam 1 Bulan (HK)	Persentase BBS dari HB *
Rp 200.000 **~ Rp 2.999.999	3%
Rp 3.000.000 – ke atas	5%

Sumber : Buku Panduan member 2 (2013)

\*HB (Harga Bonus) = HK (Harga Katalog) X 60%

\*\*Efektif Bulan

Setelah mendapatkan diskon 30% dari total belanja sebesar Rp 1.000.000 harga katalog (HK), masih mendapatkan BBS sebesar 3% dari HB

$$\begin{aligned}\text{Besarnya BBS} &= 3\% \times (\text{Rp } 1.000.000 \times 60\%) \\ &= 3\% \times \text{Rp } 600.000\end{aligned}$$

Maka total keuntungan jika belanja Rp. 1.000.000 adalah :

$$\begin{aligned}&= \text{Rp } 300.000 \text{ (diskon 30\%)} + \text{Rp } 18.000 \text{ (BBS)} \\ &= \mathbf{\text{Rp } 318.000}\end{aligned}$$

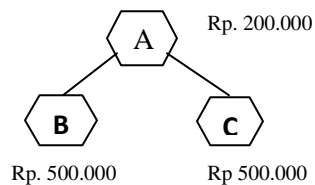
c) Bonus Bulan Madu (BBM) : Rp 25.000 / orang

Bila mengajak teman bergabung menjadi member di Sophie Paris, maka akan mendapatkan Bonus Bulan Madu sebesar Rp 25.000/orang. Bonus akan di dapatkan bila member baru tersebut berbelanja Rp. 500.000 (HK) dalam bulan pertama sejak terdaftar sebagai member.

Merekrut 1 orang dapat bonus = Rp 25.000

Merekrut 2 orang dapat bonus  $2 \times \text{Rp } 25.000 = \text{Rp } 50.000$ , dan seterusnya.

**Gambar 4.5 Perhitungan Perolehan BBM**



Semakin banyak mengajak teman, kerabat, keluarga ataupun orang lain bergabung menjadi member Sophie Paris, semakin besar bonus bulan madu yang akan didapatkan.



## d) Bonus Pendekatan ( PDKT )

Dengan bergabung menjadi member di Sophie Paris, maka langsung berperingkat Presiden serta mendapatkan semua keuntungan di atas. Di Sophie Paris, bias berkarir lebih tinggi dan akan mudah mendapatkan keuntungan yang jauh lebih besar lagi dengan syarat yang sangat mudah, apabila bias membina dan bekerja sama dengan member di bawah langsung.

**Tabel 4.2 Presentase Perolehan Bonus PDKT**

Total Pembelanjaan Sendiri dalam 1 bulan (HK)	Presentase PDKT dari HB
Rp 200.000 * ~ Rp 2.999.999	3 %
Rp 3.000.000 ke atas	5 %

Sumber : Buku Panduan Member 2 (2013)

\*Efektif bulan

**Contoh Kasus :**

Apabila memiliki 4 orang downline langsung yang berperingkat Presiden dan masing masing berbelanja Rp 1.000.000 maka akan mendapatkan bonus pendekatan sebesar 5% dari Harga Bonus.

$$\text{Besarnya Pendekatan} = 4 \times \text{Rp } 1.000.000 = \text{Rp } 4.000.000$$

$$= 5\% \times (\text{Rp } 4.000.000 \times 60\%)$$

$$= 5\% \times \text{Rp } 2.400.000$$

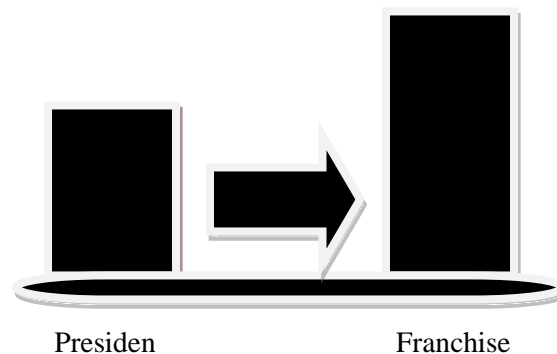
$$= \text{Rp } 120.000$$

## 2) Peringkat Franchise

Syarat naik peringkat menjadi Franchise adalah sebagai berikut :

1. Total Pembelanjaan Sendiri (TPS) dalam 1 bulan sebesar Rp 4.000.000 harga katalog (HK).
2. Total Pembelanjaan Group (TPG) 1 bulan sebesar Rp 6.000.000 harga katalog (HK)
3. Total Pembelanjaan Group Akumulasi (TPGA) dalam 3 bulan berturut turut sebesar Rp. 8.000.000 harga katalog (HK)
4. Apabila posisi Presiden dan salah satu downline nya naik peringkat menjadi Franchise, maka secara otomatis juga akan menjadi Franchise. Hal ini terjadi karena penjualan downline bagian dari Total Pembelanjaan Group.

**Gambar 4.6 Peringkat Level Member**



Sumber : Buku Panduan Member 2 (2013)

Menjadi peringkat Franchise, maka bisa mendapatkan bonus paling besar di Sophie Paris, yaitu Bonus Royalti.

## e) Bonus Royalti

Bonus ini akan didapatkan apabila sudah berada di peringkat Franchise sampai Executive Franchise. Untuk mendapatkan bonus ini, terlebih dahulu harus naik ke peringkat Franchise.

## 3) Bonus Royalti Generasi

Kesempatan memperoleh bonus akan semakin besar, berikut disajikan dalam tabel perolehan bonus yang bisa didapatkan apabila berbelanja produk Sophie Paris.

**Tabel 4.3 Tabel Presentase Bonus Royalti Generasi**

		PERINGKAT				
		Franchise	Silver Franchise	Gold Franchise	Diamond Franchise	Executive Franchise
SYARAT	Jumlah Franchise Level 1		3 Franchise	9 Franchise	25 Franchise	50 Franchise
	NBF	750.000	1.000.000	2.000.000	3.000.000	6.000.000
KEUNTUNGAN	Royalti G-1	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
	Royalti G-2	-	4 %	4 %	4 %	4 %
	Royalti G-3	-	-	3 %	3 %	3 %
	Royalti G-4	-	-	-	2 %	2 %
	RoyaltiG-5	-	-	-	-	1 %

\*Royalti G-1 = Royalti Generasi Pertama

Sumber : Buku Panduan Member 2 (2013)

Masing-masing akan mendapatkan bonus yang disesuaikan dengan total jumlah belanja dan disesuaikan dengan peringkat yang diperoleh.

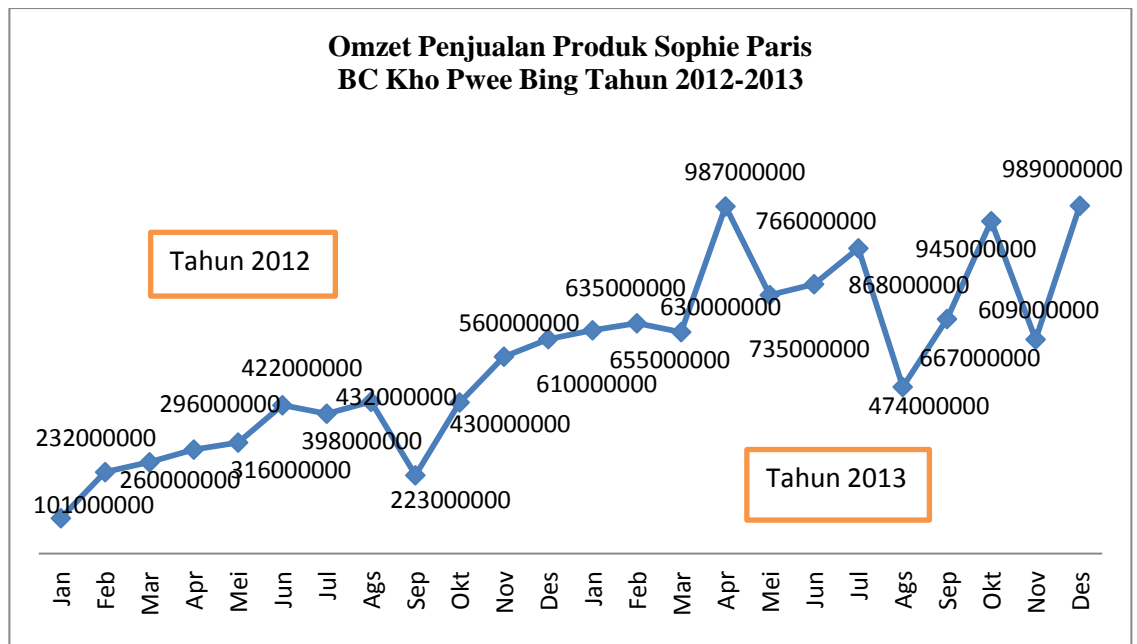
Untuk memperoleh Bonus Royalti, perlu memenuhi 3 syarat di bawah ini :

- a. Tutup TPS sebesar Rp 200.000 (Efektif bulan)
- b. Jumlah Franchise sesuai table diatas
- c. Tutup NBF sesuai table di atas

## 2. Omzet Penjualan Sophie Paris Business Centre Kho Pwee Bing

Dari hasil penelitian, pada tahun 2013 omzet penjualan produk Sophie Paris Business Centre Kho Pwee Bing secara real dapat dijelaskan sebagai berikut

:Gambar 4.6 Grafik Omzet Penjualan



Sumber : Diolah Peneliti (2014)

Dari grafik omzet penjualan tersebut, menunjukkan penjualan produk Sophie Paris *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing Surabaya secara umum mengalami peningkatan, tidak mengalami penurunan omzet yang sangat drastis atau pun yang dapat merugikan pihak *Bussiness Centre*, sudah cukup baik melakukan *marketing mix* “empat P”. selalu meningkatkan kualitas pada produk Sophie Paris disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan member karena kualitas produk merupakan perhatian utama bagi para member.

### C. Pembahasan

#### 1. Strategi *Marketing Mix* *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing

Untuk bisa bersaing dengan *Bussiness Centre* lain yang ada di Kota Surabaya dalam meraih omzet penjualannya, ada strategi *marketing mix* yang diterapkan oleh pihak *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing yang biasa dikenal dengan “empat P”, Strategi *Produk, Price, Promotion*, dan *Place*. Penjelasan sebagai berikut :

- 1) **Produk (*Product*) Sophie Paris**, ada beberapa *brand* yang ada di Sophie Paris antara lain :
  - a) SAS (*San Altesse Sophie*), diperuntukkan bagi wanita muda yang modern dan *cosmopolitan*. SAS mengusung desain yang *edgy* dan berani dengan rangkaian produknya seperti busana, tas, dan aksesoris. Bermain dengan rangkaian warna netral, namun SAS lebih berani dalam material yang dipilih.

- b) Sophie Martin, Mengedepankan desain yang *chic, simplicity*, dan klasik. Variasi warna yang dipilih adalah warna netral sehingga sangat cocok untuk wanita dewasa yang ingin tampil *fashionable* tanpa terkesan berlebihan. *Brand* ini terbagi menjadi dalam 3 lini, yaitu :
- Signature** mengedepankan desain yang sederhana namun dengan detail yang luar biasa. Merupakan lini favorit dari *brand* Sophie Martin.
- Classic** menghadirkan koleksi busana *wearable* untuk kesempatan formal. Selain memiliki desain yang simple, busananya hadir dalam warna yang netral.
- Casual** koleksi yang lebih berani dengan warna permen yang dipadu dengan desain yang feminin untuk menciptakan wanita terlihat lebih cantik dan menarik.
- c) B&G(Boys & Girls and More), Label *unisex* yang diciptakan khusus bagi remaja mengusung desain kontemporer bergaya *high street*. Produknya sangat cocok dikenakan sehari-hari, diantaranya ; kaos bergambar, dress, jeans, blouse, tas, sepatu dan aksesoris. Sangat cocok bagi generasi muda yang ingin tampil beda.
- d) A.L.I.V.E (Alternative Living In Violent Environment), satu lagi *brand unisex* terbaru dari Sophie Paris untuk pria dan wanita yang mengusung gaya casual. Koleksi busana jeanswear yang terdiri dari jaket, kemeja, polo shirt serta hooded jacket menggunakan warna-warna seperti merah, biru dan biru donker ini sangat cocok dikenakan

untuk kesempatan informal, selain itu koleksi tas yang dihadirkan pun tampil lebih gaya.

- e) Sophie Kids, didesain dengan warna yang cerah dan ceria untuk cewek dan cowok. Gambar kaos yang lucu, menarik, sesuai dengan selera anak-anak dan juga dilengkapi beberapa asesoris sebagai pelengkap.
- f) Kosmetik, *Hair, Skin and Body Care*, Rangkaian kosmetik Sophie terbilang lengkap mulai dari *foundation*, bedak padat, *loose powder*, *lipstick*, *lip gloss*, *mascara*, *eye shadow*, hingga produk *haircare* dan *skincare* tidak hanya untuk wanita namun juga untuk pria. Inovasi terbaru perawatan tubuh dihadirkan dalam *smart slim slimming series* dengan rangkaian produk minum yaitu *smart slim tea* dengan dua pilihan rasa jasmine dan passion fruit dan *smart slim coffee*. Selain itu dilengkapi dengan produk *smart slim slimming cream* dan *smart slim cellulite* untuk memelihara bentuk tubuh ideal.

Selain rangkaian beberapa produk dari Sophie Paris tersebut, Sophie Paris sangat memperhatikan kualitas dari produk, karena kualitas produk adalah perhatian utama untuk para member Sophie Paris. Apabila barang yang dibeli tersebut mengalami cacat produksi dan rusakada garansi untuk produk Sophie Paris dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Produk garansi yang dapat diproses penggantiannya adalah produk yang belum pernah digunakan (masih baru).

- b) Garansi untuk produk Sophie Paris berlaku selama jangka waktu 1 bulan atau 30 hari, terhitung dari tanggal pembelian *Bussiness Centre* ke kantor pusat (melampirkan bukti pembelian), kecuali jam tangan berlaku selama 3 bulan.
  - c) Member hanya bias melakukan claim garansi produk Sophie Paris melalui *Bussiness Centre* tempat dimana produk tersebut dibeli.
  - d) Untuk produk yang dijual dengan hadiah, garansi harus dikirim lengkap 1 set.
  - e) Garansi tidak berlaku untuk produk promo.
- 2) **Harga (*Price*) produk Sophie Paris**, untuk harga produk Sophie Paris sudah jelas tertera pada kataloq Sophie Paris yang diterbitkan setiap 40 hari sekali. Harga yang dicantumkan sudah disesuaikan dengan *brand* Sophie Paris masing-masing *brand* mempunyai klasifikasi harga yang sesuai dengan orientasi produk Sophie Paris. Untuk member Sophie Paris akan mendapatkan potongan sebesar 30% dari harga kataloq dan juga akan banyak bonus lain yang bisa didapatkan member. Ketika ada cuci gudang produk Sophie Paris potongan yang diberikan akan semakin besar 50% sampai dengan 70% untuk member dan non member.
- 3) **Distribusi (*Place*) Sophie Paris**, untuk kemudahan member belanja produk Sophie Paris *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing membuka outlet Sophie Paris di Royal Plasa Surabaya jalan Ahmad Yani Royal Plasa lantai G Blok A1 no 39. Dari hasil wawancara peneliti dengan pihak *Bussiness Centre* alasan memilih Royal Plasa sebagai outlet Sophie Paris



karena lokasi nya yang strategis, banyak transportasi umum yang bisa digunakan menuju kesana, untuk member yang diluar kota pun bisa dengan mudah untuk menuju kesana, selain itu juga mall royal plasa dapat dijangkau untuk semua kalangan yang ingin berbelanja. Selain di Royal Plasa, *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing juga telah membuka outlet terbaru Sophie Paris di mall BG Junction jalan Bubutan LL B-5, hal ini untuk bisa menunjang *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing untuk bisa melebarkan sayap dan juga mengembangkan bisnis Sophie Paris lebih baik dan lebih maju lagi.

4) **Promosi (*Promotion*) Sophie Paris**, banyak cara yang dilakukan oleh Bussiness Centre Kho Pwee Bing untuk tetap bias meraih omzet dan juga menambah daftar member baru. Promosi gencar dilaksanakan melalui personal selling, promosi penjualan, periklanan, antara lain sebagai berikut:

- a) Mendaftar member baru Sophie Paris, dan mencari jaringan untuk di bawahnya, semakin banyak jaringan, akan semakin banyak kesempatan mendapatkan bonus dan hadiah menarik Sophie Paris. Setiap launching katalog baru pasti akan ada hadiah menarik dan cantik bagi member baru.
- b) Selalu menggunakan produk Sophie Paris disetiap kesempatan dan acara penting mulai dari tas, baju, dompet, sepatu, kosmetik, dan produk smartslim. Menggunakan produk Sophie Paris akan lebih mudah untuk menjelaskan kualitas kepada member dan calon member,

dengan begitu, konsumen akan jauh lebih tertarik untuk membeli dan menggunakan produk Sophie Paris.

- c) Mengadakan *event Business Centre* launching katalog, mengundang para member untuk datang dalam acara yang diadakan oleh pihak *Business Centre* Kho Pwee Bing. Acara yang diadakan beragam mulai dari pengenalan produk Sophie Paris terbaru, demo make up, pemberian hadiah belanja 3 bulanan, 6 bulanan, serta *doorprise* untuk para undangan.
- d) Selalu menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan para member, salah satu bauran promosi yang dilakukan oleh *Business Centre* Kho Pwee Bing. Beberapa kali mengajak para membernya liburan dan jalan jalan bareng dengan *Business Centre* Kho Pwee Bing agar supaya hubungan baik antara pemilik *Business Centre* dengan member tetap terjaga dengan baik sehingga akan lebih sukses menjalani bisnis Sophie Paris.

## **2. Omzet Penjualan Business Centre Kho Pwee Bing**

Sesuai dengan kerangka konsep strategi *marketing mix Business Centre* Kho Pwee Bing diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan produk Sophie Paris. Dari hasil penelitian, pihak *Business Centre* Kho Pwee Bing sudah menerapkan strategi pemasaran dengan baik dengan menerapkan bauran pemasaran / *marketing mix* yang biasa disebut dengan “empat P”. mungkin masih perlu ada sedikit perbaikan lagi untuk lebih bisa menyempurnakan strategi yang sudah dilaksanakan selama ini. Karna

merupakan hal yang tidak mudah untuk bisa meningkatkan omzet penjualan dengan adanya 5 pesaing *Bussiness Centre* di Surabaya.

### 3. Meningkatkan omzet penjualan produk Sophie Paris

Untuk tetap bisa meraih omzet penjualan produk Sophie Paris *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing melakukan berbagai macam cara melalui kegiatan-kegiatan yang berhubungan langsung dengan para memernya. Mulai dari bazar, *eventBussiness Centre*, dan menggerakkan SLC (Sophie Leader Club) untuk melakukan revitalisasi (promosi ala *sophie*), penjelasan sebagai berikut :

- a) *Rendez-vous*, merupakan pertemuan program yang sangat menarik dan menyenangkan bila ingin sukses di Sophie Paris, dengan mengadakan *rendez-vous* atau mini demo ini dapat menjual produk Sophie Paris serta merekrut member baru lebih mudah. Demo produk dapat dilakukan pada saat kumpul dengan teman-teman, reuni, arisan,dll. Pada saat acara tersebut cukup membawa kataloq, beberapa buah tas dari kataloq terbaru, kosmetik, BSK(*Bienvenue Kataloq Sophie*), dan *easy sell*. Kemudian menjelaskan keunggualan dan cara pemakaian kosmetik Sophie Paris. Dengan demikian diharap kan semua yang hadir tertarik dan ingin berbelanja. Menjelaskan keuntungan apa saja yang didapat selama menjadi member.
- b) *Fashion Coaching*, merupakan layanan gratis yang diberikan oleh member kepada pelanggan. Layanan ini merupakan konsultasi *fashion* dimana seorang *fashion coach* dapat mengarahkan para pelanggan setia Sophie

Paris untuk dapat memilih busana dan aksesoris sesuai kebutuhan serta bentuk tubuhnya agar dapat menutupi kekurangan dan menonjolkan kelebihanannya.

- c) Bazar dan event *Bussiness Centre* juga merupakan salah satu kegiatan yang rutin dilakukan oleh *Bussiness Centre Kho Pwee Bing* untuk bisa meningkatkan omzet penjualannya. Bazar di gelar ketika ada event *Bussiness Centre launching* katalog baru, demo *make up*, pembagian hadiah belanja bulanan dll. Produk Sophie Paris stok lama, ditawarkan kembali kepada member yang hadir diacara *Bussiness Centre* dan dijual dengan harga murah.

Rangkaian kegiatan diatas merupakan berbagai macam cara yang dilakukan oleh pihak *Bussiness Centre Kho Pwee Bing Surabaya* dalam rangka untuk dapat meningkatkan omzet penjualannya. Banyak keuntungan yang bisa didapat kan dari kegiatan-kegiatan tersebut, merekrut member-member baru selain itu juga, kegiatan dan acara *Bussiness Centre Kho Pwee Bing* dapat pula dimannfaatkan untuk tetap menjalin komunikasi dan hubungan yang baik dengan para member-member Sophie Paris. Dengan begitu member akan merasa senang, membuat hubungan menjadi semakin dekat, sehingga member menjadi loyal dan tetap memilih berbelanja produk Sophie Paris di *Bussiness Centre Kho Pwee Bing Surabaya*.

#### **D. Proposisi**

Dalam penelitian ini membahas dan menjelaskan bagaimana strategi *marketing mix* dari *Bussiness Centre* kho pwee bing Surabaya terhadap peningkatan omzet penjualan produk Sophie Paris. Jika dalam *marketing mix* “empat p” sudah diterapkan dan dilaksanakan dengan maksimal mulai dari desain produk, orientasi produk sudah tertata baik, harga yang ditawarkan juga sesuai dengan masing- masing *brand* yang dibawa oleh Sophie Paris, desain tempat yang identik dengan warna *pink magenta* menjadi ciri khas dari Sophie Paris. Seluruh rangkaian kegiatan bauran pemasaran apabila dilaksanakan dengan baik dan juga sesuai dengan target pasar sasaran, maka hasilnya juga akan maksimal terhadap omzet penjualan produk.