

KUNCI SUKSES STRATEGI PEMASARAN

SUSU RASA PISANG BINGGRAE



Febry Octavian Putri Chrisna

NIM: 163450200550005

AKADEMI BAHASA ASING NASIONAL

PROGRAM STUDI BAHASA KOREA

JAKARTA

2019

KUNCI SUKSES STRATEGI PEMASARAN
SUSU RASA PISANG BINGGRAE



Karya Tulis ini Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Kelulusan

Program Diploma Tiga

Akademi Bahasa Asing Nasional

Febry Octavian Putri Chrisna

NIM: 163450200550005

AKADEMI BAHASA ASING NASIONAL
PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
JAKARTA

2019



Akademi Bahasa Asing Nasional

Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN KARYA TULIS

Nama Mahasiswa : Febry Octavian Putri Chrisna
Nomor Pokok Mahasiswa : 163450200550005
Program Studi : Bahasa Korea
Judul Karya Tulis : Kunci Sukses Strategi Pemasaran Susu rasa
Pisang Binggrae
Diajukan Untuk : Melengkapi Persyaratan Kelulusan Program
Diploma III Akademi Bahasa Asing
Nasional

Disetujui Oleh:

Pembimbing

Yayah Cheryah, S.E, M.A.

Direktur



Dra. Rurani Adinda, M.Ed.



Akademi Bahasa Asing Nasional

Jakarta

HALAMAN PENGESAHAN

Karya Tulis Akhir ini telah diujikan pada tanggal 12 Agustus 2019

Dra. Rurani Adinda, M.Ed.

Ketua Penguji

Zaini, S.Sos, M.A.

Sekretaris Penguji

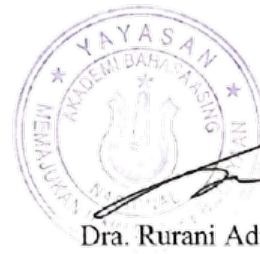
Yayah Cheryah, S.E, M.A.

Pembimbing

Disahkan pada tanggal 26 Agustus 2019

Zaini, S.Sos, M.A.

Ketua Program Studi



Dra. Rurani Adinda, M.Ed.

Direktur Akademi Bahasa Asing Nasional



Akademi Bahasa Asing Nasional

Jakarta

PERNYATAAN TUGAS AKHIR

Dengan ini saya,

Nama Mahasiswa : Febry Octavian Putri Chrisna

Nomor Pokok Mahasiswa : 163450200550005

Program Studi : Bahasa Korea D3

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul “Kunci sukses strategi pemasaran susu rasa pisang Binggrae” yang saya tulis dalam memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan dari sumber lainnya yang telah disertai dengan identitas dari sumbernya dengan cara yang sesuai dalam penulisan karya tulis ilmiah.

Dengan demikian, walaupun tim penguji dan pembimbing Tugas Akhir ini membubuhkan tanda tangan sebagai tanda kesahannya, seluruh isi karya ilmiah ini tetap menjadi tanggung jawab pribadi. Jika kemudian hari ditemukan ketidakbenaran dalam karya ilmiah ini saya bersedia menerima akibatnya.

Demikian pernyataan ini saya buat agar dapat digunakan seperlunya

Jakarta, 30 Agustus 2019

Febry Octavian Putri Chrisna

163450200550005

ABSTRAK

Nama : Febry Octavian Putri Chrisna
Nim : 163450200550005
Fak/Jur : Akademi Bahasa Asing Nasional/Bahasa Korea
Judul Skripsi : Kunci Sukses Strategi Pemasaran Susu Rasa Pisang Binggrae

Susu pisang Binggrae adalah salah satu produk asli Korea yang cukup sukses diterima baik di pasar lokal maupun global. Karya akhir ini bertujuan untuk strategi pemasarannya yang diterapkan oleh Binggrae sehingga produknya bertahan menjadi pemimpin di pasar susu rasa pisang di Korea Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan studi pustaka, baik data *online* maupun *offline*. Keunggulan susu rasa pisang Binggrae dibandingkan produk setipe adalah keunikan kemasannya yang berbentuk guci tradisional Korea serta rasanya yang tidak berubah sejak pertama kali di luncurkan. Keunikan rasa dari susu rasa pisang Binggrae pun membuat munculnya produk setipe di negara lain seperti Jepang dan Indonesia.

Kata kunci Binggrae : Strategi pemasaran produk lokal Korea, susu rasa pisang

ABSTRACT

Name : Febry Octavian Putri Chrisna
Nim : 163450200550005
Fac/Depart : Akademi Bahasa Asing Nasional/Bahasa Korea
Title : Marketing strategy “Binggrae banana flavoured milk”

Binggrae is an original Korean product that has been success in local and global market. By using qualitative descriptive methods, this paper described the key strategy of Binggrae banana flavoured milk that cause it as leader in banana flavoured milk market. Key strategies of Binggrae banana flavoured milk are unique packaging that similar too Korean traditional jar and the product quality that hasn't changed since it was launched. Binggrae also affecting flavoured milk market in other countries; Indonesia and Japan, that launched banana flavour in their milk product.

Keywords : Marketing strategy Korean local product Binggrae Banana Flavoured Milk

KATA PENGANTAR

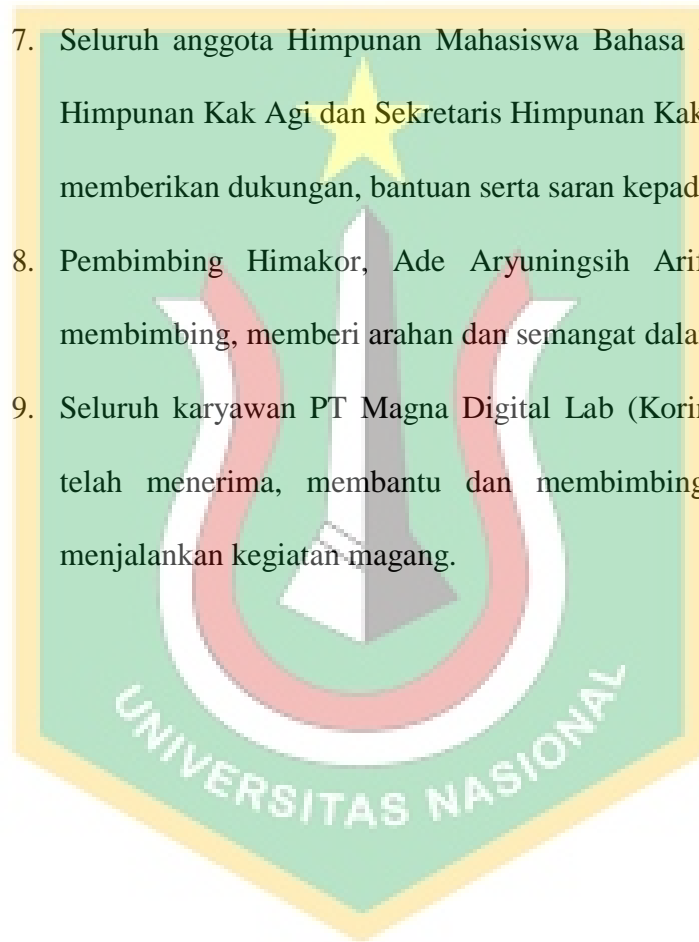
Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Esa, atas segala rahmat, kasih dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Akhir dengan judul KUNCI SUKSES STRATEGI PEMASARAN SUSU RASA PISANG BINGGRAE Ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Diploma 3 pada Program Studi Bahasa Korea di Akademi Bahasa Asing Nasional.

Penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini tentu berkat bantuan serta doa dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ungkapan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dra Rura Ni Adinda, M.Ed., selaku Direktur Akademi Bahasa Asing Nasional, Jakarta.
2. Bapak Zaini, S.Sos, M.A, selaku Wakil Direktur Akademi Bahasa Asing Nasional, Jakarta.
3. Ibu Yayah Cheryah, S.E, M.A., selaku Dosen Pembimbing yang banyak membantu, membimbing dan memonitor penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Kedua orang tua dan adik yang selama ini telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis baik moril maupun material, semangat, inspirasi, dan nasihat untuk penulis.
5. Dosen-dosen dan Staf Program Studi Bahasa Korea ABANAS:
Bapak Fahdi Sachiya, S.S, M.A, Ibu Yayah Cheryah, S.E, M.A,
Heri Suheri, S.S., M.M., Ibu Ndaru Catur Rini, M.I.Kom,

Ibu Go Yu Gyeong, Bapak Park Kyeong Jae, Mas Ari dan para staf administrasi Akademi Bahasa Asing Nasional Program Studi Bahasa Korea.

6. Sahabat – sahabat di ABANAS yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis yaitu: Nadya, Erin, Fanny, Mella, Tania, Dea, Diana, Siyola, Tasya, Dian, Aldi, Faisal, dan Rezi.
7. Seluruh anggota Himpunan Mahasiswa Bahasa Korea D3, Ketua Himpunan Kak Agi dan Sekretaris Himpunan Kak Febbi yang telah memberikan dukungan, bantuan serta saran kepada penulis.
8. Pembimbing Himakor, Ade Aryuningsih Ariffin yang selalu membimbing, memberi arahan dan semangat dalam segala hal.
9. Seluruh karyawan PT Magna Digital Lab (Korindo Group) yang telah menerima, membantu dan membimbing penulis dalam menjalankan kegiatan magang.



Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya tulis ini masih banyak kekurangan sehingga jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menerima masukan dan saran yang berguna untuk pengembangan dan penyempurnaan karya tulis ini selanjutnya. Penulis harap agar karya tulis akhir ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca baik untuk bahan bacaan ataupun sebagai bahan referensi. Terutama bagi, mahasiswa Akademi Bahasa Asing Nasional Program Studi Bahasa Korea.



Jakarta, 30 Agustus 2019

Febry Octavian Putri Chrisna

DAFTAR ISI

JUDUL HALAMAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN SURAT AKHIR

ABSTRAKv

KATA PENGANTAR.....vi

DAFTAR ISI.....ix

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Alasan Pemilihan Judul4

1.3 Tujuan Penulisan5

1.4 Batasan Masalah5

1.5 Metode Penelitian.....5

1.6 Sistematika Penulisan.....6

BAB II PEMBAHASAN7

2.1 Sejarah Perusahaan Bingrae7

2.2 Teori Strategi Pemasaran.....8

Jenis – Jenis Strategi Pemasaran

1. Strategi Permintaan Primer8

2. Strategi Permintaan Selektif8

Unsur – Unsur Strategi Pemasaran

1.	Produk (<i>Product</i>).....	9
2.	Harga (<i>Price</i>).....	9
3.	Tempat (<i>Place</i>).....	9
4.	Promosi (<i>Promotion</i>).....	9
23	Strategi Pemasaran Susu rasa pisang Binggrae	10
2.3.1	Produk	10
1)	Susu Rasa Pisang Rendah Lemak	11
2)	Susu Rasa Pisang Untuk Anak – Anak	12
2.3.1.1	Kualitas	13
2.3.1.2	Kemasan.....	15
2.3.1.3	Merek/Logo.....	16
2.3.2	Harga	17
2.3.3	Tempat.....	18
2.3.3.1	<i>Supermarket, Minimarket dan Online Store</i>	18
2.3.3.2	<i>Speciality Store – Yellow Cafe</i>	19
2.3.4	Promosi	20
2.3.4.1	Iklan.....	20
2.3.4.2	Publikasi Binggrae	21
2.3.4.3	Event	22
2.3.4.4	<i>Sales Promotion – Mainan undian susu rasa pisang</i>	23
2.3.4.5	<i>Koki Baek Jongwon X Binggrae Banana Flavored Milk</i>	24
2.4	Tren susu rasa pisang.....	25
2.4.1	Tren susu rasa pisang di Indonesia.....	30
2.4.2	Tren susu rasa pisang di Jepang.....	32

BAB III Kesimpulan33

31 Kesimpulan dalam Bahasa Indonesia33

32 Kesimpulan dalam Bahasa Korea34

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR GRAFIK

1.1	Konsumsi susu di beberapa negara pada tahun 2015	2
-----	--	---

DAFTAR BAGAN

2.1	Bauran Pemasaran	10
-----	------------------------	----

DAFTAR TABEL

21	Perbandingan harga susu rasa pisang Binggrae	17
22	Merek susu rasa pisang di Korea Selatan	26

DAFTAR GAMBAR

2.1	Susu rasa pisang Binggrae rendah lemak	12
2.2	Susu rasa pisang Binggrae untuk anak-anak	13
2.3	Susu rasa pisang Binggrae menjadi merek susu no 1 di Korea Selatan ...	14
2.4	Sertifikat halal susu rasa pisang Binggrae	15
2.5	Kemasan susu rasa pisang Binggrae	16
2.6	Perubahan logo pada kemasan susu rasa pisang Binggrae	17
2.7	Distribusi penjualan susu rasa pisang Binggrae di Korea Selatan	18
2.8	<i>Yellow Cafe</i>	20
2.9	Iklan susu rasa pisang Binggrae	21
2.10	Susu rasa pisang Binggrae di dalam drama Korea	22
2.11	Mainan undian susu rasa pisang Binggrae	24

2.12 Koki Baek Jongwon – <i>My Taste</i>	25
2.13 Perkembangan export penjualan susu rasa pisang Binggrae	25
2.14 Kemasan antiseptik tetra pack susu rasa pisang Binggrae	30
2.15 Susu rasa pisang Indomilk.....	31
2.16 Sangria Mellow Banana & Milk.....	32



BAB I

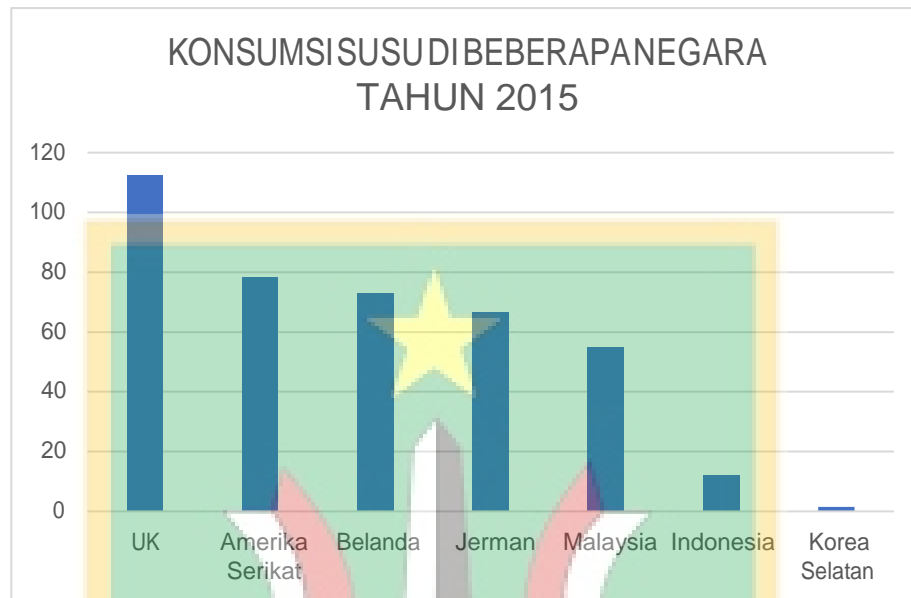
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Susu adalah cairan berwarna putih yang diperoleh dari pemerahan sapi atau hewan menyusui lainnya, yang dapat dimakan atau digunakan sebagai bahan pangan yang sehat serta tidak mengurangi komponen – komponen atau menambahkan bahan – bahan yang lain. Susu digunakan sebagai bahan pokok pangan manusia. Manusia mengambil susu dari hewan yang memiliki kelenjar susu, seperti sapi, kuda dan domba. Sapi dan domba mulai dijinakkan sejak 8000 SM untuk diambil daging, bulu dan susunya. Di Timur Tengah, susu bahkan terfermentasi menjadi keju oleh para pengembara gurun. Susu diperkirakan mulai masuk ke Eropa pada abad 5000 SM melewati daerah Anatolia. Penggunaan keju dan susu dari Timur Tengah mulai dikenal oleh bangsa Eropa pada zaman Pertengahan. Kemudian, pada abad ke-15, para pelaut mulai membawa sapi perah untuk dipelihara dan diternakkan di dataran Eropa untuk konsumsi susu. (Malaka, Ratmawati. 2010:10)

Susu memiliki banyak sekali manfaat bagi kesehatan tubuh manusia, yaitu baik untuk kesehatan otot, menjaga kesehatan tulang, menguatkan gigi, melancarkan peredaran darah, baik untuk pencernaan dan mengatasi diare. Susu memiliki kandungan gizi yang cukup lengkap seperti protein, lemak, vitamin dan mineral yang mampu melengkapi kebutuhan gizi harian tubuh serta dapat melihara kesehatan jantung .

(<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/11/15/151552620/seberapa-besar-manfaat-susu-bagi-kesehatan?page=all>)



Grafik 1.1: KONSUMSI SUSU DI BEBERAPA NEGARA PADA TAHUN 2015 (dalam satuan liter)
Sumber: Compass Research 2015, Lifestyle.kompas, 2018, Korean Dairy Industries Association, 2018 dan Harnas, 2015

Berdasarkan *data milk consumption* dari *Compass Research 2015*, negara dengan jumlah konsumsi susu terbanyak pada tahun 2015 adalah United Kingdom (Inggris) dengan 112,55 liter per kapita setiap tahunnya. Kemudian di posisi kedua adalah Amerika Serikat dengan konsumsi susu sebanyak 78,16 liter per kapita setiap tahunnya, Belanda mengkonsumsi susu sebanyak 72,98 liter per kapita per tahun. Disusul kemudian oleh Jerman mengkonsumsi susu sebanyak 66,60 liter per kapita per tahun. Malaysia 55,08 liter per kapita per tahun. (<https://mymilk.com/milkeveryday/fun-fact/rasa-susu-apa-yang-paling-banyak-disukai>) Konsumsi susu baik di Indonesia maupun di Korea Selatan masih tergolong rendah hanya sekitar 1,529 liter per tahun. (Korean Dairy

Industries Association, 2018) Sedangkan konsumsi susu masyarakat di Indonesia pada tahun 2015 kisaran 12,00 liter per tahun. (<http://www.harnas.co/2015/05/31/konsumsi-susu-indonesia-paling-rendah>) Hingga saat ini sekitar 11 merek susu yang ada di Korea Selatan antara lain *Seoul Milk, Binggrae, Maeil Dairy, Sangha Farm, See's Cafe, Purmil, Namyang Dairy, Yonsei Milk, MakeMake, Denmark Milk, Lotte Food (Pasteur)*. (Korean Dairy, 2017)

Susu mempunyai berbagai *varian* rasa yang membuat susu menjadi menarik dan nikmat, ialah rasa coklat, kopi, moka, vanilla, rendah lemak dan berbagai rasa buah – buahan seperti jeruk, stroberi dan melon. (<https://mymilk.com/milkeveryday/fun-fact/rasa-susu-apa-yang-paling-banyak-disukai>) Varian rasa susu yang paling di gemari oleh banyak orang adalah rasa coklat, tetapi di Korea Selatan perusahaan yang mengeluarkan produk susu dengan varian rasa pisang yang sangat populer adalah susu rasa pisang Binggrae. Susu rasa pisang ini merupakan susu rasa pisang pertama di Korea Selatan. Susu rasa pisang ini mempunyai komposisi 80% susu murni dan 20% *varian* rasa pisang dengan ukuran 240ml dan 208kcal. (<http://eng.bing.co.kr/brand/>)

Binggrae menciptakan rasa susu pisang untuk mendorong konsumsi susu di Korea Selatan. Korea Selatan dulu pernah mengalami kekurangan gizi pada tahun 1960 sehingga perusahaan Binggrae membuat minuman susu sebagai respon atas hal tersebut. Buah pisang dipilih karena memiliki kandungan gizi yang lebih tinggi dari jenis buah lainnya dan mudah didapatkan. (<https://www.his-travel.co.id/blog/article/detail/banana-milk-korea>)

Susu rasa pisang ini sangat terkenal hingga ke beberapa negara, dan berbagai kalangan masyarakat, karena perkembangan dan kepopuleran susu rasa pisang Binggrae ini penulis ingin membahas lebih detail mengenai susu rasa pisang Binggrae serta kesuksesan Binggrae dan Susu rasa pisang ini tidak lepas dari strategi pemasaran yang bagus dan menarik.

1.2 Alasan Pemilihan Judul

Dalam karya tulis ini, penulis memilih judul “Kunci Sukses Strategi Pemasaran Susu rasa pisang Binggrae”. Penulis memilih judul ini karena ingin mengetahui lebih lengkap tentang perkembangan susu rasa pisang ini yang mempunyai strategi pemasaran dengan menggunakan kemasan yang unik dan rasa yang berbeda dari rasa susu pisang lain serta susu rasa pisang Binggrae juga disebut sebagai simbol minuman di Korea Selatan. Oleh karena itu dalam penulisan ini penulis ingin membahas lebih dalam lagi mengenai Susu rasa pisang Binggrae.

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan karya tulis ini adalah untuk memberikan penjelasan tentang strategi pemasaran susu rasa pisang Binggrae. Selain itu karya tulis akhir ini juga ditulis untuk memenuhi syarat kelulusan jenjang Pendidikan Diploma III Akademik Bahasa Asing Nasional Bahasa Korea.

1.4 Batasan Masalah

Dalam menyusun karya tulis ini penulis hanya akan menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan Binggrae, perkembangan susu rasa pisang Binggrae serta strategi pemasaran susu rasa pisang Binggrae.

1.5 Metode Penulisan

Dalam penulisan karya tulis ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pencarian data melalui sumber – sumber terkait baik dari buku jurnal ilmiah, berita dari media *online* maupun *offline*. Objek dalam penelitian ini dilihat dari perkembangan dan strategi pemasaran susu rasa pisang Binggrae.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisannya dibagi menjadi tiga bab, yaitu :

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, alasan pemilihan judul, tujuan penulisan, batasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Kunci Sukses Strategi Pemasaran Susu rasa pisang
Binggrae

Berisi tentang sejarah singkat susu rasa pisang dan perusahaan Binggrae, perkembanganya serta strategi pemasaran susu rasa pisang Binggrae.

BAB III : Penutup
Berisi kesimpulan materi secara menyeluruh yang terdapat pada tiap bab dari penulisan Karya Tulis Akhir yaitu tentang perkembangan susu rasa pisang Binggrae.



BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Sejarah Perusahaan Binggrae

Daeil Dairies dibentuk awalnya bekerja sama dengan *Foremost McKesson* di Amerika hingga bulan Juni 1973 pabrik Binggrae didirikan di Donong, Namyangju. Pada tahun 2008 Binggrae di pimpin oleh Lee Geon Yeong dan sekarang di pimpin oleh Chang Won Jeon, jumlah karyawan Binggrae mencapai 5000 orang. Binggrae mempunyai 6 pabrik yang berada di Donong Namyangju, Kwangju, NonSan, KimHae, Binggrae juga mempunyai 41 kantor cabang dan 979 distributor. (Invest-Export, 2014)

Pada bulan September tahun 1967 Daeil Mall Co., Ltd. didirikan. Sampai pada awal tahun 1982 bulan Februari Daeil Mall atau Daeil Dairies mengganti nama menjadi Binggrae, Daeil Dairies memilih kata “Binggrae” yang mempunyai makna senyum teinspirasi oleh kutipan Ahn Chang-ho yang berharap dapat membawa kebahagiaan kepada orang lain.

Perusahaan Binggrae berlokasi di 45, Dasansunhwan-ro, Namyangju-si, Gyeonggi-do, Korea Selatan. Logo Binggrae terdiri dari 2 tipe Bahasa Korea dan Bahasa Inggris. Logo “B” pada Binggrae melambangkan “*Best Effort for Customers*” dan bentuk “B” pada kata Binggrae dalam Bahasa Inggris melambangkan bentuk hati yang besar.

Produk pertama Binggrae adalah es krim dengan merek “투게더 Together” pada bulan Januari 1974 dan susu dengan varian rasa pisang “바나나 맛 우유 Banana Flavored Milk” pada bulan Juni 1974. Hingga saat ini Binggrae sudah memiliki lebih dari 93 produk turunan susu dan produk makanan hewan

2.2 Teori Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan atas dampak berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasaran. (Tjiptono Fandy & Gregorius Chandra, 2017:269)

Jenis – Jenis Strategi Pemasaran

1. Strategi Permintaan Primer

Strategi permintaan primer dirancang untuk menaikkan tinggi permintaan terhadap bentuk produk atau kelas produk.

2. Strategi Permintaan Selektif

Strategi permintaan selektif berupa tiga alternatif:

- 1) Memperluas pasar yang dilayani (dengan cara memperluas distribusi dan melakukan perluasan lini produk)
- 2) Merebut pelanggan dari pesaing (melalui *head-to-head positioning* dan *differentiated positioning*)
- 3) Mempertahankan atau meningkatkan permintaan dari basis pelanggan saat ini (mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, menjalin *relationship marketing* dan menawarkan

produk komplementer dalam *bundling products* maupun *systems selling*).

Unsur – Unsur Strategi Pemasaran

Pemasaran terbagi menjadi 4P menurut Kotler dan Keller (2012:25)

yaitu terdiri dari:

1. Produk (*Product*)

Sesuatu yang ditawarkan kepada orang lain untuk mendapatkan perhatian agar produk yang tersebut dapat dibeli, digunakan, dikonsumsi dan sesuai keinginan serta kebutuhan konsumen yang menggunakannya.

2. Harga (*Price*)

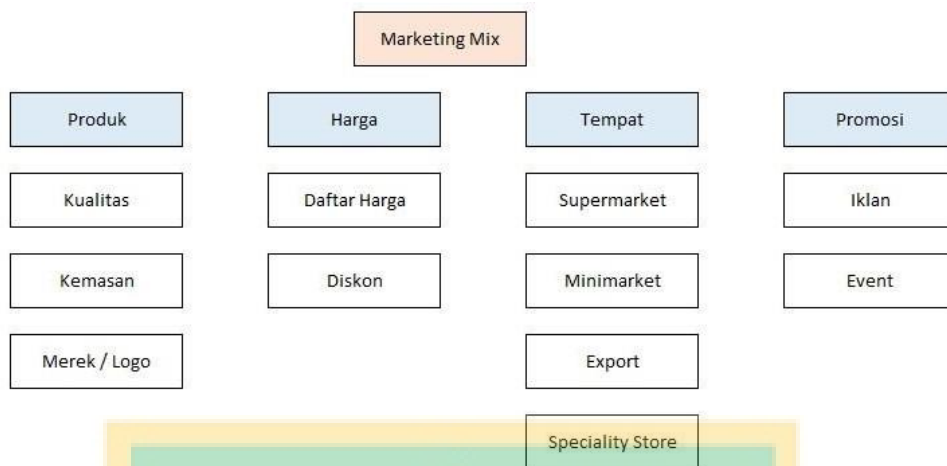
Sejumlah nilai yang dapat ditukarkan dengan produk atau jasa yang nilainya telah ditetapkan oleh penjual dan pembeli melalui proses tawar menawar, atau nilai barang tersebut telah ditetapkan oleh penjual.

3. Tempat (*Place*)

Tempat yang digunakan sebagai saluran distribusi yang bertujuan untuk mencapai target konsumen.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan manfaat produk, keunggulan dan cara untuk mengajak pelanggan membeli produk yang ditawarkan.



Bagan 2.1: Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
Sumber: Kotler dan Keller, 2015

2.3 Strategi Pemasaran Susu rasa Pisang Binggrae

Sesuai yang telah dijabarkan sebelumnya mengenai bauran pemasaran, berikut adalah strategi bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh susu rasa pisang Binggrae.

2.3.1 Produk

Susu rasa pisang Binggrae di Korea lebih dikenal dengan sebutan *Grenade Milk* atau ada juga yang menyebutnya sebagai *Fat Banana*. *Grenade Milk* karena susu ini membawa kenangan masa kecil yang tidak akan pernah terlupakan, sedangkan disebut *Fat Banana* karena rasa pisang dari susu ini mempunyai rasa yang kuat dan pisang memiliki kandungan lemak. Turis asing yang datang ke Korea Selatan tidak akan pernah melewatkan untuk menikmati susu rasa pisang ini, bahkan orang-orang

yang tidak suka minum susu menyukai susu rasa pisang Binggrae.

(<https://www.his-travel.co.id/blog/article/detail/banana-milk>)

Perusahaan Binggrae setiap hari memproduksi 500.000 botol susu rasa pisang atau sama dengan 15.000 Box dan sekitar 6 miliar botol telah terjual di seluruh Korea Selatan, pada tahun 2014 hasil penjualan susu rasa pisang ini sekitar 150 milyar won. (Arirang News, 2014).

Selain rasa original, Binggrae juga mengeluarkan varian rendah lemak dan produk khusus untuk anak – anak.

1) Susu Rasa Pisang Rendah Lemak

Susu rasa pisang rendah lemak diluncurkan pada tahun 2014 dengan nama *Binggrae Flavored Milk Light*. Susu rasa pisang ini mempunyai kemasan yang serupa dengan susu rasa pisang yang biasa, menggunakan design guci tradisional Korea serta menggunakan botol plastik. Susu rasa pisang rendah lemak ini mempunyai ukuran 240ml dan 142kcal. (<https://blog.naver.com/umook20/221292869790>)

Perbedaan lain pada susu ini selain rendah lemak adalah warna kemasan, logonya serta warna susu yang lebih pudar (tidak pekat). Logo dan kemasan susu ini berwarna biru dan memiliki tulisan *Light* pada kemasannya. Susu rasa pisang rendah lemak ini dapat ditemukan di seluruh supermarket, minimarket dan online store di Korea selatan dengan harga 795won untuk online store dan 1000won untuk harga di supermarket dan minimarket.



Gambar 2.1: Susu rasa pisang Binggrae rendah lemak
Sumber: Binggrae Brand Milk, 2017

2) Susu Rasa Pisang Untuk Anak – Anak

Pada bulan Juni 2019, Binggrae meluncurkan varian susu rasa pisang khusus untuk anak – anak. Dengan nama *Banana Flavored Milk Kids*, menggunakan kemasan antiseptik Tetra, mempunyai ukuran 120ml (5 x 7,2cm) dan 190kcal yang sangat cocok untuk ukuran anak – anak. Gambar susu rasa pisang pada kemasan yang unik membuat anak – anak menjadi tertarik untuk meminum susu rasa pisang Binggrae. Susu ini di jual dengan harga 700won dan dapat dibeli pada toko *online* serta *supermarket*, *minimarket* di Korea. Susu rasa pisang untuk anak – anak ini dapat dibeli dalam satuan, dan isi 24 susu .
(http://health.chosun.com/news/dailynews_view.jsp?mn_idx=310357).

Susu rasa pisang untuk anak – anak ini dilengkapi dengan vitamin D dan kalsium, dan zat besi. Untuk promosi awal peluncuran susu rasa pisang Binggrae anak – anak ini, Binggrae mengadakan event untuk 100 orang pertama yang membeli susu rasa pisang ini selama 1 minggu akan mendapatkan sticker dan gantungan kunci bergambar susu rasa pisang Binggrae. (<https://www.instagram.com/binggraekorea/?hl=id>)



Gambar 2.2: Susu rasa pisang Binggrae untuk anak – anak
Sumber: Enewstoday, 2019

2.3.1.1 Kualitas

Susu rasa pisang Binggrae mempunyai rasa susu pisang yang berbeda dibandingkan rasa susu pisang lain, bahkan banyak orang yang berpendapat bahwa susu rasa pisang Binggrae adalah susu rasa pisang paling enak di Korea dikarenakan mempunyai rasa yang tidak terlalu manis jadi sangat nikmat diminum kapanpun. (Kunang Claudia, 2014:131) Susu rasa pisang Binggrae ini mempunyai komposisi 80% susu murni, 20% varian rasa pisang dan 208kcal. (Arirang Issue, 2014)

Susu rasa pisang Binggrae telah mendapatkan berbagai penghargaan. Penghargaan pertama pada bulan November tahun 1999 di kategori produk yang paling bersinar di Korea Selatan. Lalu pada awal tahun 2013, susu rasa pisang Binggrae juga mendapatkan penghargaan sebagai merek susu rasa pisang no. 1 di Korea berdasarkan KBPI (*Korean Brand Power Index*) dan posisi ini bertahan selama 6 tahun berturut – turut. (<http://eng.bing.co.kr/story/history>)



Gambar 2.3: Susu rasa pisang Binggrae menjadi merek susu no. 1 di Korea Selatan selama 6 tahun berturut – turut
Sumber: Binggrae History, 2017

Binggrae juga telah memiliki sertifikat HACCP untuk kategori semua produk olahan susu dan koleksi susunya, serta sertifikat dari FSSC 22000 untuk kategori es krim. Susu rasa pisang Binggrae juga telah mengantongi sertifikat halal dari *Korea Muslim Federation Halal*

Committee untuk kategori Kimha Plant (Melona dan *Banana Flavored Milk*). (Fitriana, 2016:143)



Gambar 2.4: Sertifikat halal susu rasa pisang Binggrae
Sumber: Korea Muslim Federation, 2014

2.3.1.2 Kemasan

Susu rasa pisang Binggrae memiliki kemasan yang menyerupai guci tradisional korea dan penggunaan botol plastik yang membedakannya kemasan susu lainnya yang menggunakan botol kaca yang umum digunakan pada tahun 1970an. Bentuk botol susu ini dirancang agar mempermudah konsumen minum susu dan mencegah produk tumpah saat diminum.

Untuk varian kemasannya terdiri dari 2 (dua) yaitu botol plastik berukuran 240ml dan 200ml untuk tetra pack. Kemasan dan rasa susu rasa pisang Binggrae tidak pernah berubah sejak awal diluncurkan, perubahan hanya terjadi pada logonya saja.



Gambar 2.5: Kemasan susu rasa pisang Binggrae
Sumber: Binggrae Brand Milk, 2017

2.3.1.3 Merek/Logo

Merek susu rasa pisang Binggrae adalah 바나나 맛 우유 (*banana mat uyu*) yang mengalami perubahan logo dari tahun 1974 sampai tahun 2016 dan perubahan logo hanya ada pada bentuk tulisan 바나나 맛 우유. (<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3567970&cid=58795&categoryId=58795>)



Gambar 2.6: Perubahan logo pada kemasan susu rasa pisang Binggrae
 Sumber: Naver (하나나맛 우유, 1974), 2009

2.3.2 Harga

Harga susu rasa pisang Binggrae memiliki harga yang terjangkau antara 1.200 – 1.300won per satu botol susu. Susu rasa pisang Binggrae juga bisa didapatkan di toko *online* Korea seperti (Naver Shopping, Coupang, TMON, dll) dan negara asing lainnya seperti Indonesia (Tokopedia, Shopee, Lazada, dll), harga di toko *online* lebih murah daripada harga di toko yaitu 990 – 1.160won per satu botol susu dan juga susu rasa pisang Binggrae dapat di beli dalam kemasan 1 botol, 4 botol, 6 botol dan 32 botol.

Tabel 2.1: Perbandingan harga susu rasa pisang Binggrae

Perbandingan harga susu rasa pisang Binggrae di Korea dan Indonesia		
Negara	Harga Toko <i>Offline</i>	Harga Toko <i>Online</i>
Korea	1.400won	1.160won
Indonesia	-	Rp 26000

Sumber: Naver Shopping, Tokopedia

2.3.3 Tempat

2.3.3.1 Supermarket, Minimarket dan Online Store

Susu rasa pisang Binggrae dapat ditemukan di seluruh *supermarket* dan *minimarket* di Korea Selatan seperti GS 25 dan SevenEleven, selain toko *offline* di *online* store Korea seperti Naver Shopping, Coupang dan TMON juga menyediakan susu rasa pisang Binggrae.

(<https://www.befreetour.com/id/read/7-rekomendasi-oleh-oleh-korea-yang-bisa-kamu-bawa-pulang>)

Distribusi penjualan susu rasa pisang Binggrae didominasi di supermarket sebanyak 62% dan *convenient store* (toko kelontong) sebanyak 15%, detail seperti gambar di bawah ini.

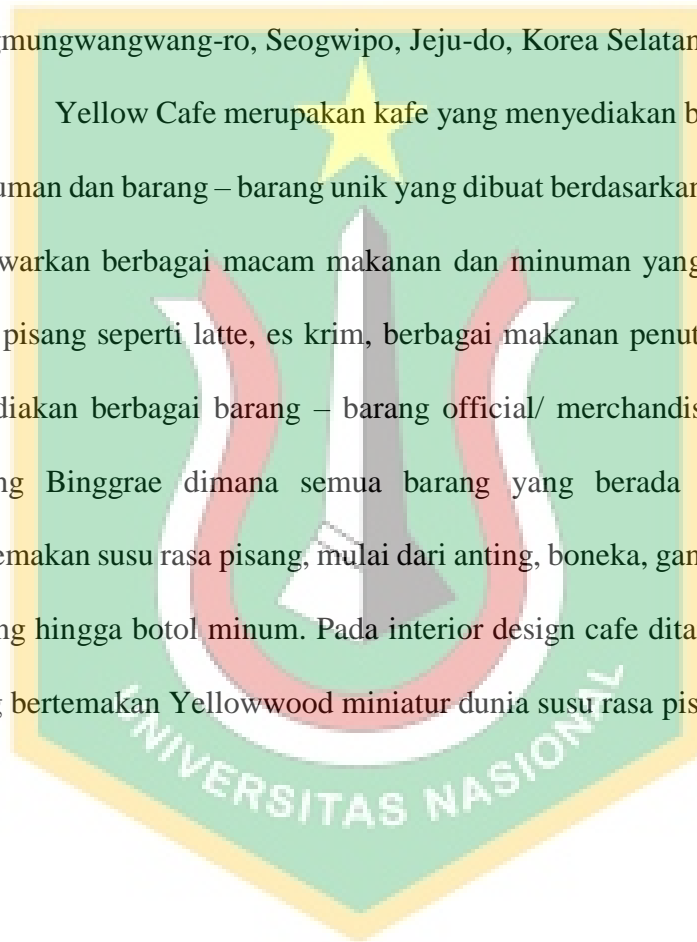


Gambar 2.7: Distribusi penjualan susu pisang Binggrae di Korea Selatan
Sumber: Korea Supermarket, Cooperative 2014

2.3.1.2 Speciality Store – Yellow Café

Dalam merespon animo masyarakat terhadap susu rasa pisang Binggrae, maka dibukalah *Flagship Store* susu rasa pisang dengan nama Yellow Cafe pada bulan Maret 2016 yang berada di Gwanghui-dong, Jung-gu, Seoul, Korea Selatan (sekarang sudah di tutup), lalu pada bulan Maret tahun 2017 Binggrae kembali membuka Yellow Cafe yang berada di 90 Jungmungwangwang-ro, Seogwipo, Jeju-do, Korea Selatan.

Yellow Cafe merupakan kafe yang menyediakan berbagai makanan, minuman dan barang – barang unik yang dibuat berdasarkan susu rasa pisang. Ditawarkan berbagai macam makanan dan minuman yang diolah dari susu rasa pisang seperti latte, es krim, berbagai makanan penutup. Kafe ini juga disediakan berbagai barang – barang official/ merchandise khas susu rasa pisang Binggrae dimana semua barang yang berada di Yellow Cafe bertemakan susu rasa pisang, mulai dari anting, boneka, gantungan kunci, tas, gelang hingga botol minum. Pada interior design cafe ditampilkan artworks yang bertemakan Yellowwood miniatur dunia susu rasa pisang.





Gambar 2.8: Yellow Cafe
Sumber: Bingrae Flagship Yellow Cafe, 2017

2.3.4 Promosi

2.3.4.1 Iklan

Sejak pertama diluncurkan hingga tahun 2017, Bingrae telah mengeluarkan kurang lebih ada 25 iklan dengan durasi 1 video iklan sekitar 16 detik sampai 2 menit. Beberapa artis pun menjadi bintang iklannya seperti Lee Minho, Lee UiJeong, Kim Raewon, Song Jihyo, dan beberapa artis lainnya.



Gambar 2.9: Iklan susu rasa pisang Binggrae
 Sumber: Binggrae Clip, 2017

2.3.4.2 Publikasi Binggrae

Susu rasa pisang Binggrae sering sekali muncul di berbagai drama dan variety show Korea, seperti drama *Cheer up*, *Goblin*, *Rooftop Prince*, *Reply 1988* dan beberapa drama lainnya.

Dengan promosi secara tidak langsung ini membuat semakin banyak orang yang tidak mengetahui susu rasa pisang Binggrae akan mengetahui dan akan mencoba susu rasa pisang Binggrae. (<https://inikpop.com/susu-legendaris-korea-banana-milk/2/>)



Gambar 2.10: Susu rasa pisang Binggrae di dalam drama Korea
Sumber: Drama Reply 1988, 2015

2.3.4.3 Event

Pada bulan Mei tahun 2016, Binggrae melakukan pemasaran online dengan menggunakan tema “ㄸ ㄸ ㄸ (AAA)” yang berada pada kemasan susu rasa pisang dan menggunakan hastag #채워바나나 (#chaewobanana), #바나나맛우유 (#bananamatuyu). Bulan September tahun 2018, Binggrae melakukan kampanye dengan tema *Binggrae Banana Flavored Milk - My Straw* pada event ini Binggrae menciptakan 5 bentuk sedotan yang unik yaitu: *Ringer Straw* (Sedotan alat infus), *Love Straw* (Sedotan cinta), *The Giant Straw* (Sedotan besi besar), *One Shot Staw* (Sedotan yang bisa digunakan untuk minum 4 susu sekaligus) dan *SOS Straw* (Sedotan yang mirip dengan

alat pemadam kebarakan).

(<http://creativecriminals.com/ambient/binggrae/my-straw>)

2.3.4.4 *Sales Promotion* - Mainan Undian Susu Rasa Pisang Binggrae

(빙그래 바나나맛 우유 뽑기)

Mainan undian ini adalah mainan yang di luncurkan oleh Binggrae pada tahun 2018 menggunakan kemasan bentuk susu rasa pisang Binggrae. Mainan ini terdiri dari 6 macam (gundu, bekel/biji, karet, kertas origami, benang yang akan di kaitkan pada jari dan gasing). Setiap kita membeli mainan ini kita tidak akan bisa mengetahui mainan apa yang akan kita dapatkan. Kemasan dari mainan ini mempunyai bentuk susu rasa pisang Binggrae dengan ukuran besar yang terbuat dari plastik.

Harga 1 kotak mainan ini 2.500 – 3.000won, di dalam mainan ini juga di sediakan buku petunjuk beserta gambarnya yang dapat memudahkan pembeli untuk memahami mainan tersebut. Mainan undian ini bisa di dapatkan di Yellow Cafe dan online store di Korea Selatan.



Gambar 2.11: Mainan undian susu rasa pisang Binggrae
Sumber: Naver Blog (Nori), 2018

2.3.4.5 Koki Baek Jongwon X Binggrae *Banana Flavored Milk*

Pada tanggal 3 Juni 2019, Binggrae mengadakan kampanye yang bertemakan *My Taste*. Kampanye kali ini Binggrae bekerja sama dengan Koki terkenal di Korea Selatan yaitu Baek Jongwon. Kampanye *My Taste* ini memberikan berbagai resep – resep yang menarik, mudah dan beragam dengan berbahan dasar susu rasa pisang Binggrae. Tidak hanya membuat resep minuman, Koki Baek Jongwon juga memberikan resep membuat makan pentup. Resepnya yaitu *pancake*, *latte*, *milk shake* dan *pudding*.

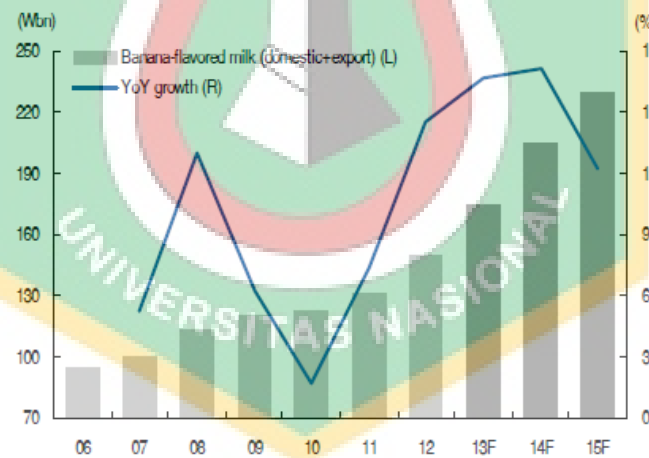
Berbagai resep tersebut dapat kita lihat di youtube [바나나맛 우유 안녕단지](#) (*bananamat uyu anyeongdanji*).



Gambar 2.12: Koki Baek Jongwon – My Taste
 Sumber: enewstoday, 2019

2.4 Trend Susu Rasa Pisang

Figure 3. Banana-flavored milk is growing both domestically and globally



Source: Company data, KDB Daewoo Securities Research

Gambar 2.13: Perkembangan export penjualan susu rasa pisang
 Binggrae tahun 2013

Sumber: KDB Daewoo Securities Research



Menurut *KBD Daewoo Securities Research* pada tahun 2013, permintaan susu rasa pisang Binggrae meningkat baik di pasar lokal maupun internasional. Dimana penjualan lokal dan export tertinggi mencapai nilai 220 milyar won.

Binggrae adalah pelopor susu rasa pisang di Korea Selatan dan hingga saat ini sudah ada kurang lebih 10 merek susu yang turut mengeluarkan varian rasa pisang. Berikut adalah tabel beberapa merek susu yang mempunyai varian rasa pisang.

No	Merek	Gambar Kemasan	Ukuran	Harga
1.	Binggrae		240ml	1.300won

2.	Seoul Milk		220ml	890won
3.	Maeil Dairy		235ml	590won
5.	Purmil		200ml	1.100won

6.	Namyang Dairy		120ml	705won
7.	Yonsei Milk		200ml	540won
8.	MakeMake		190ml	475won

9.	Lotte Food (Pasteur)		190ml	435won
10.	Sangha Organic Farm		125ml	656won

Tabel 2.2: Merek susu rasa pisang di Korea Selatan
Sumber: Naver Shopping, 2017

Susu rasa pisang Binggrae tetap menjadi *market leader* di pasar susu rasa pisang, dikarenakan rasanya yang tidak pernah berubah sejak 45 tahun yang lalu. Tidak hanya di Korea, kepopuleran susu rasa pisang Binggrae melesat hingga ke beberapa negara.

Produk ini pertama kali diekspor Amerika pada tahun 1993, Binggrae pertama kali melakukan ekspor ke Amerika karena pada tahun 1972 Binggrae bekerjasama dibagian teknologi dengan *Foremost McKesson* di US (Amerika). Setelah itu Binggrae melakukan ekspor ke negara – negara lain

seperti Cina, Taiwan, Hong Kong, Kanada, Selandia Baru, Thailand, Malaysia dan Kamboja. Di Cina, produk ini sangat terkenal bahkan sempat menimbulkan kehebohan karena kelangkaan produk ini di Cina karena produk susu rasa pisang ini belum resmi diexport ke Cina.

Pada akhirnya tahun 2008 Binggrae melakukan export susu rasa pisang ini ke Cina dan penjualannya meningkat sebesar \$7 miliar di tahun 2010 dan \$15 milyar pada tahun 2013. Khusus untuk export susu rasa pisang Binggrae dikemas menggunakan kemasan antiseptik *tetra pack*, karena alasan keamanan dan higienis.



Gambar 2.14: Kemasan antiseptik tetra pack susu rasa pisang Binggrae
Sumber: Binggrae Brand, 2017

2.4.1 Tren Susu Pisang di Indonesia

Kepopuleran susu rasa pisang Binggrae juga terjadi di Indonesia bahkan salah satu perusahaan besar susu di Indonesia PT Indomilk, mengeluarkan produk susu rasa pisang. Pada tahun 2016, Indomilk

menciptakan varian susu rasa pisang dengan tema #EPIC Banana Milk.

(<http://www.indomilk.com>)

Susu rasa pisang Indomilk mempunyai ukuran 190ml dengan kemasan Tetra yang dapat di temukan di berbagai supermarket, minimarket, online store hingga toko kecil lainnya. Harga susu rasa pisang ini adalah Rp 5.000 (supermarket dan minimarket) dan Rp 3.900 (online store).

Respon masyarakat terhadap susu rasa pisang Indomilk adalah rasa manisnya terlalu kuat jika dibandingkan dengan susu rasa pisang Binggrae yang memiliki rasa manis yang lebih natural.



Gambar 2.15: Susu rasa pisang Indomilk
Sumber: Indomilk, 2016

2.4.2 Tren Susu Pisang di Jepang

Pada tanggal 26 Maret 2018, Sangaria Beverage, Co. Ltd - Osaka, Japan menciptakan susu dengan varian rasa pisang dengan merek *Sangaria Mellow Banana & Milk*. Susu rasa pisang ini mempunyai ukuran 500ml dengan menggunakan kemasan *Polyethylene Terephthalate (PET)*.

Susu rasa pisang Sangaria ini memiliki rasa susu yang sangat manis, dibuat dengan 1% ekstrak buah pisang asli dan mengandung 0,13% alkohol. Produk ini di jual dengan harga 2.500yen atau 28.500 rupiah. Susu rasa pisang Sangaria ini dapat kita beli di toko *online* Indonesia seperti Tokopedia dan Bukalapak.



Gambar 2.16: Sangaria Mellow Banana & Milk
Sumber: Sangaria Milk, 2018

BAB III

KESIMPULAN

3.1 Kesimpulan Bahasa Indonesia

Binggrae adalah perusahaan pengolahan susu yang didirikan sejak 1967, Binggrae adalah pioneer minuman susu dengan varian rasa pisang. Dimana susu ini dikemas dalam kemasan botol plastik berbentuk guci tradisional Korea. Selama 45 tahun susu rasa pisang Binggrae tetap menjadi minuman kesukaan masyarakat Korea dari berbagai kalangan dan usia.

Strategi susu rasa pisang Binggrae dalam mempertahankan konsumennya adalah meliputi kualitas rasa yang terjaga sejak pertama kali produk ini diluncurkan. Susu rasa pisang Binggrae ini mempunyai komposisi 80% susu murni, 20% varian rasa pisang. Dimana Binggrae mendapatkan penghargaan sebagai merek susu rasa pisang no. 1 di Korea berdasarkan KBPI (Korean Brand Power Index) selama 6 tahun pada tahun 2013. Binggrae dapat ditemukan dimanapun, mulai dari supermarket hingga toko kecil di pedesaan. Sejak pertama muncul Binggrae tidak banyak berpromosi melalui iklan. Hanya ada 25 iklan dengan durasi sekitar 16 detik sampai 2 menit.

Setiap hari Binggrae memproduksi hampir 500.000 botol. Popularitas Binggrae sudah merambah ke Amerika, Cina, Taiwan, Hong Kong, Kanada, Selandia Baru, Thailand, Malaysia dan Kamboja. Bahkan Indonesia dan Jepang mengeluarkan susu rasa pisang yang terinspirasi dari Binggrae.

3.2 Kesimpulan Bahasa Korea

1967년 9월에 빙그레가 설립되었습니다. 빙그레는 유제품 공장이고 한국에서 첫 번째로 바나나맛 우유를 생산해서 판매해 온 회사입니다. 빙그레 바나나맛 우유는 대한민국을 대표하는 NO. 1

가공우유입니다. 이 제품은 플라스틱 병을 사용하는데 그 모양이 한국의 전통 항아리와 같습니다. 45년 동안 빙그레 바나나맛 우유는 독특한 모양과 맛있는 바나나맛으로 전 국민의 사랑을

받았습니다. 처음 출시된 날부터 지금까지 빙그레 바나나맛 우유는 그 맛을

잘 유지하고 있습니다. 빙그레 바나나맛 우유 영양분은 80% 생우유, 20% 바나나맛으로 이루어져 있고 열량은 208 칼로리 (kcal)입니다.

2013년에 빙그레 바나나맛 우유는 KBPI 6년 연속 브랜드 파워 1위를 차지해 한국 경영대상 마케팅부문에서 대상을 (한국능률협회 컨설팅

주관) 받았습니다. 빙그레 바나나맛 우유는 한국 온라인 마트, 백화점

그리고 가게에서 살 수 있습니다. 한 개 가격은 1.200 - 1.300 원입니다.

처음에는 이 제품은 광고 판촉을 많이 안 했습니다 그래서 지금까지 바나나맛 우유 광고는 25개만 있고 길이는 16초 - 2분입니다.

빙그레는 매일 500.000 병의 바나나맛 우유를 생산했습니다. 빙그레는 미국, 중국, 홍콩, 캐나다, 뉴질랜드, 태국, 말레이시아 그리고 캄보디아 등 여러 나라에 수출했습니다. 또한 인도네시아와 일본은 빙그레 바나나맛 우유에서 영감을 받고 바나나맛 우유를 만들었습니다

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Fitriana. 2016. *“Moslem Traveler Korea Selatan”*. Jakarta: PT Elex Media Komputerindo

Kunang, Claudia. 2014. *“101 Travel Tips&Stories”*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Kunang, Claudia. 2016. *“Keliling Korea Selatan Mulai dari Rp 2 Jutaan”*. Yogyakarta: Penerbit B First

Malaka, Ratmawati. 2010. *“Pengantar Teknologi Susu”*. Makasar: Masagena Press

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2017. *“Pemasaran Strategik”*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Sumber Daring:

Befreetour (2019, 29 Mei) *7 Rekomendasi Oleh – Oleh Korea Yang Bisa Kamu Bawa Pulang*. Dikutip pada 13 Juni 2019 dari <https://www.befreetour.com/id/read/7-rekomendasi-oleh-oleh-korea-yang-bisa-kamu-bawa-pulang>

Binggrae (2017). *Binggrae Brand Milk Drink*. Dikutip 20 Mei 2019 dari <http://eng.bing.co.kr>

CreativeCriminals (2017, 14 Agustus) *Binggrae: My Straw*. Dikutip pada 14 Juni 2019 dari <http://creativecriminals.com/ambient/binggrae/my-straw>

His Travel (2018, 28 Mei) *Yuk Rasakan Segarnya Banana Milk Korea*. Dikutip pada 12 Juni 2019 dari

Indomilk (2016) *Company Profile*. Dikutip pada 2 Juli 2019 dari <http://www.indomilk.com>

IniKpop (2016, 15 Juni) *Susu Legendaris Korea, Banana Milk*. Dikutip pada 13 Juni 2019 dari <https://inikpop.com/susu-legendaris-korea-banana-milk/2/>

New World Encyclopedia (2016, 27 Oktober). *Ahn Chang Ho*. Dikutip pada 10 Juni 2019 dari http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Ahn_Chang_Ho
<https://www.histtravel.co.id/blog/article/detail/banana-milk-korea>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Febry Octavian Putri Chrisna
Tempat & Tanggal Lahir : Jakarta, 22 Oktober 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Katolik
No. Hp : 087882226036
Hobi : Mendengarkan Musik, Makan, dan Jalan-jalan
Alamat : Jl. Kasuari Blok A2 No. 28, Graha Cinere Limo,
Kota Depok
Email : febrychrisna@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2004 – 2010 : SD Charitas
2010 – 2013 : SMP Widuri
2013 – 2016 : SMK Tarkanita
2016 – 2019 : ABANAS Bahasa Korea, Universitas Nasional

