



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

#### A. Produk/ Jasa yang dihasilkan

Sebuah produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat kita tawarkan ke pasar untuk perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan.

Jasa adalah suatu bentuk produk khusus yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pawfection adalah bisnis berbasis online di mana saya akan menjual berbagai produk - mulai dari perlengkapan hewan peliharaan hingga pakaian untuk pemiliknya juga (sesuai dengan hewan peliharaan mereka). Pawfection berasal dari kata 'perfection', 'paw', dan 'affection'.

Artinya setiap produk kami dibuat dengan cinta untuk pemilik dan hewan peliharaan mereka.

Setiap produk kami dibuat dengan ide untuk membuat hidup kami lebih dipenuhi dengan cinta dan kualitas tinggi.

Pawfection berbasis online dan juga akan menjadi toko online berbasis konveksi.

Artinya saya akan bekerja sama dengan merek dan toko lain dan membantu menjual produk mereka dari Pawfection.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



## B. Logo

*A logo is a symbol, name or trademark of a company. Logos are used by companies*

*because they represent a concise image of the company. A picture, as they say, can tell a thousand words. People generally find it easier to remember a simple image over words alone.*

Logo adalah kombinasi teks dan gambar yang memberi tahu orang-orang tentang nama bisnis kecil Anda dan menciptakan simbol visual yang mewakili visi Anda. Ini adalah bagian besar dari identitas merek Anda (apa yang akan dilihat orang). Logo yang baik mudah diingat, membedakan Anda dari orang lain, dan menumbuhkan loyalitas merek.

Logo Anda penting bagi bisnis Anda karena logo tersebut mengkomunikasikan kepemilikan, kualitas, dan nilai. Itu tercetak di produk Anda, kartu bisnis Anda, situs web, media sosial, dan yang paling penting, di benak klien Anda.

Logo Anda kemungkinan besar menjadi salah satu interaksi pertama yang dilakukan orang-orang dengan perusahaan Anda dan ini adalah peluang Anda untuk membuat kesan pertama yang solid, menunjukkan bahwa Anda memberikan layanan berkualitas, dan mengekspresikan tujuan Anda secara visual.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 IBKKG.

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



*The Pawfection Logo is easy to remember and simple. It has a heart and a paw next to words Pawfection to show that we care about your pets and would only bring you products that are the best for them.*

*The color Blue was chosen to outline the words -the heart and paw symbol because Blue is a soft and simple color. The inspiration derived when I would look in my dog's (Milli's) eyes as she has light blue eyes, and would only see love and comfort from her. This is something I want to enforce in Pawfection, that every pet should be treated with mutual love and care.*

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.



### C. Gambaran Pasar dan Ukuran Pasar

Citra bisnis adalah persepsi orang tentang bisnis Anda ketika mereka mendengar nama bisnis Anda. Citra bisnis terdiri dari berbagai informasi, peristiwa, kisah pribadi, aktivitas promosi, dan tujuan yang tidak terbatas yang bekerja sama untuk memberi kesan pada publik.

Tujuan dari citra bisnis adalah untuk membantu pelanggan membedakan antara bisnis dan bisnis serta produk pesaingnya. Citra bisnis membantu memperkuat keyakinan pelanggan bahwa suatu bisnis memang memiliki sesuatu yang mereka inginkan.

Citra bisnis terdiri dari lima (5) elemen utama

1. kinerja bisnis inti bisnis yang juga mencakup hasil keuangan
2. reputasi mereknya yang juga disebut sebagai "ekuitas merek"
3. statusnya untuk inovasi dan pencapaian teknologi
4. kebijakannya terhadap remunerasi yang dibayarkan kepada staf,
5. hubungannya dengan klien, pemegang saham, dan komunitas pada umumnya.

*Market size is defined as the number of individuals in a certain market segment who are potential buyers. It's helpful to know the potential market size before launching a new product line or line of business, since that can help you understand if it's a worthwhile investment of your time and money. Mass market is a general public market consisting of consumers belonging to various age groups, lifestyles and preferences.*

*Perfection sells to the international mass market in order to connect with as many people as possible. The application of the internet and social media in our marketing method;*

Hak Cipta Ditundun Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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



also helps makes this possible and to operate on a global scale. However Pawfection will also cater to the Niche section of people who are obsessed with their pets.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

**Tabel 4.1**

**Ramalan Penjualan Tahun 2022 dalam Unit**

Bulan	Baju	Mainan/Aksesoris	Makanan	Total
Jan	50	45	55	150
Feb	49	50	49	148
Maret	48	52	50	150
April	50	45	55	150
Mei	52	50	48	150
juni	50	50	50	150
Juli	49	50	49	148
Aug	47	47	48	142
Sep	55	49	52	156
Okt	50	55	44	149
Nov	49	56	49	154
Des	55	50	51	156
Total	604	599	600	1803

**Tabel 4.2**

**Ramalan Penjualan Tahun 2023 dalam Unit**

Bulan	Baju	Mainan/Aksesoris	Makanan	Total
Jan	48	61	52	161
Feb	49	50	49	148
Maret	48	52	50	150
April	55	50	55	160
Mei	52	50	48	150
juni	50	50	50	150
Juli	49	50	49	148
Aug	47	47	48	142
Sep	55	49	52	156
Okt	50	55	45	150
Nov	49	53	49	151
Des	55	50	51	156
Total	607	617	598	1822

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 4.3**

**Ramalan Penjualan Tahun 2024 dalam Unit**

Bulan	Baju	Mainan/Aksesoris	Makanan	Total
Jan	52	61	52	165
Feb	50	50	49	149
Maret	49	52	50	151
April	56	50	55	161
Mei	53	50	48	151
juni	51	50	50	151
Juli	50	51	49	150
Aug	47	48	48	143
Sep	55	50	52	157
Okt	53	56	46	155
Nov	49	53	50	152
Des	55	50	52	157
Total	620	621	601	1842

**Tabel 4.4**

**Ramalan Penjualan Tahun 2025 dalam Unit**

Bulan	Baju	Mainan/Aksesoris	Makanan	Total
Jan	52	63	52	167
Feb	50	52	49	151
Maret	49	53	50	152
April	56	51	55	162
Mei	53	51	48	152
juni	51	52	50	153
Juli	52	51	50	153
Aug	47	48	49	144
Sep	55	50	53	158
Okt	54	56	47	157
Nov	55	53	50	158
Des	53	50	52	155
Total	627	630	605	1862



**© 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.

**Tabel 5.5**

**Ramalam Penjualan Tahun 2026 dalam Unit**

Bulan	Baju	Mainan/Aksesoris	Makanan	Total
Jan	55	63	52	170
Feb	51	52	52	155
Maret	50	53	50	153
April	56	51	55	162
Mei	53	51	50	154
juni	51	52	50	153
Juli	52	51	50	153
Aug	50	50	50	150
Sep	55	51	53	159
Okt	54	56	48	158
Nov	55	53	51	159
Des	53	51	52	156
Total	635	634	613	1882

*If we tak into consideration that Pawfection makes Rp 500,000 /day. Which make a sale of Rp 182,500,000 /year .*

*If we assume each year the sale would go up by 1.1% - then as listed below:*



**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 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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**Tabel 5.6**  
**Proyeksi Penjualan**  
**(dalam Rupiah)**

Tahun	Penjualan
2022	182,500,000
2023	184,507,500
2024	186,537,083
2025	188,588,991
2026	190,663,470

**D Target Pasar yang dituju**

Pemasaran target melibatkan pemecahan pasar menjadi beberapa segmen dan kemudian memusatkan upaya pemasaran Anda pada satu atau beberapa segmen utama yang terdiri dari pelanggan yang kebutuhan dan keinginannya paling sesuai dengan penawaran produk atau layanan Anda. Ini bisa menjadi kunci untuk menarik bisnis baru, meningkatkan penjualan, dan membuat bisnis Anda sukses.

Pawfection menargetkan produknya kepada para pecinta hewan peliharaan yang sedang mencari aksesoris untuk sahabat tercinta.

**1. Segmentasi Geografis**





*Geographic segmentation, splitting up your market based on their location, is a basic but highly useful segmentation strategy. A customer's location can help you better understand their needs and enable you to send out location-specific ads.*

*Dividing a market according to location is critical if you need to target an ad to people in a specific area, such as if you're advertising a small local business. It can also be useful if you're targeting a broad area because it enables you to tailor your messaging according to regional differences in language, interests, norms and other attributes as well as the differing needs of people in different regions.*

## 2. Segmentasi Demografis

*Demographic segmentation is one of the most common forms. It refers to splitting up audiences based on observable, people-based differences. These qualities include things like age, gender, marital status, family size, occupation, education level, income, race, nationality and religion.*

*There are numerous ways to gather demographic data. One way is to ask your customers directly. This can be time-consuming, but getting the information directly from customers will help ensure its accuracy. If you go this route, be careful to be respectful in how you ask and give customers sufficient response options so you get accurate results. You may also be able to obtain demographic data directly from customers by looking at social media and other online profiles where they may provide information about themselves.*

*You can also get demographic from second-party and third-party data providers including marketing service providers and credit bureaus.*

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



### 3. Segmentasi Psikografis

*Psychographic segmentation is defined as a market segmentation technique where groups are formed according to psychological traits that influence consumption habits drawn from people's lifestyle and preferences. It is mainly conducted on the basis of—how people think and—what they aspire their life to be. Any organization which intends to understand their consumers' thought process can divide their target market according to this segmentation method.*

### 4. Segmentasi Perilaku

*Behavioral segmentation is a form of marketing segmentation that divides people into different groups who have a specific behavioral pattern in common. Users may share the same lifecycle stage, previously purchased particular products, or have similar reactions to your messages.*

*Behavioral data is useful because it relates directly to how someone interacts with your brand or products. Because of this, it can help you market more effectively to them.*

*Perfection will include all this data when targeting the audience involved. Since it is an online based business – social media apps such as Instagram already have specific algorithms to directly target an audience who are interested in specific fields. This can be used as leverage.*

*Perfection can directly market the products and influence more people to join the hype of showering your pets with love. Therefore there is no specific demographic or geographic within our Audience group aside from simply targeting an audience who love to pamper their pets. This would come under a behavioral segmentation.*

1. Ditanggungjawabkan oleh penulis atau sepihak yang bersangkutan.  
 a. Pengumpulan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## E. Strategi Pemasaran

*Marketing strategy is a planned and systematic approach to develop a recall value in the mind of the potential customers for the product and increase its sale. It deals with building up of brand image in the market and enhance the sales of the product along with maintaining a long term relationship with the customers.*

Dalam menjalani sebuah bisnis, setiap pebisnis memerlukan strategi dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2016:27), pemasaran sendiri memiliki arti sebagai aktivitas, sekumpulan peraturan, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar sesuatu yang memiliki nilai untuk pelanggan, klien, partner dan masyarakat luas.

*A Marketing Strategy is the long term planning of business objectives that the company wants to achieve. A marketing strategy helps an organization to concentrate it's scarce resources on the best possible opportunities so as to increase the sales.*

*It is important to define how you want to position the product/service in the market in order to achieve positioning among customers and fulfil customer and organization relationship loyalty.*

*Mark-up pricing is where a business comes up with prices by multiplying its cost of goods sold by the desired markup percentage.*

*Typically, the markup is expressed as a fixed percentage, and is determined by applying that percentage to the actual cost of the item. When calculating mark up pricing in international trade you have to take into account the specific costs of exporting products such as transportation, customs tariffs or intermediary margins.*

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



*Pawfection uses mark up-pricing to obtain(+/-) 10% of revenue from every product*

*sold. This is based on the cost of marketing, internet connection and other related services. By*

*operating at home, expenses are limited and makes it easier to set a price for the products we*

*sell.*

*A commission agent's fee for carrying out responsibilities specific to the product or*

*service is a percentage of a its sale.*

*Pawfection depends on commission as a source of income from the services provided to*

*promote animal accessories. We keep relationship with partners this way and help generate*

*sales of their products.*

*Pawfection supplies obtains (+/-)10% commission from the sale of products. Our focus*

*is to promote quality products for our partners to consumers looking for their suited needs.*

*Below are some strategies that Pawfection will use:*

### **1. Diferensiasi**

*Product differentiation is a marketing strategy that strives to distinguish a company's*

*products or services from the competition. Successful product differentiation involves identifying*

*and communicating the unique qualities of a company's offerings while highlighting the distinct*

*differences between those offerings and others on the market. Product differentiation goes hand-*

*in-hand with developing a strong value proposition to make a product or service attractive to a*

*target market or audience.*

### **2. Positioning**



According to TCii Startegic and Management Consultants, Business positioning is the means by which you develop a product and brand image in customers' minds, and improve their

perception about the experience they will have if they choose to buy your product or service.

Positioning helps establish your product's or service's identity within the eyes of the

purchaser. A company's positioning strategy is affected by a number of variables related to customers' motivations and requirements, as well as by its competitors' actions.

### 3. Penetapan Harga

Price is the value that is put to a product or service and is the result of a complex set of calculations, research and understanding and risk taking ability. A pricing strategy takes into account segments, ability to pay, market conditions, competitor actions, trade margins and input costs, amongst others. It is targeted at the defined customers and against competitors.

### 4. Saluran Distribusi

A distribution channel is the path or route decided by the company to deliver its good or service to the customers. The route can be as short as a direct interaction between the company and the customer or can include several interconnected intermediaries like wholesalers, distributors, retailers, etc.

### 5. People (Orang)

Human capital is the economic value of the abilities and qualities of labor that influence productivity, such as education. Investing in these qualities produces greater economic output.



*Human capital recognizes the intangible assets and qualities that improve worker performance and benefit the economy. These qualities cannot be separated from the people who receive or possess them.*

**6. Process (Proses)**

*Business process refers to a wide range of structured, often chained, activities or tasks conducted by people or equipment to produce a specific service or product for a particular user or consumer. Business processes are implemented to accomplish a predetermined organizational goal. Business processes occur at all organizational levels; some are visible to customers, while others are not. Everyday productivity of employees and long term growth of the business is determined by how well you have managed your business processes.*

**7. Physical Evidence (Bukti Fisik)**

*Physical evidence is the location and environment where the customer purchases and/or consumes the product. It is the environment where the company and customer interact in the exchange of the product.*

**F Strategi Promosi**

*Promotional strategy is a method used by companies to advertise, promote & sell their goods. A company chooses its promotional strategy based on factors like product type, marketing budget, target audience etc. It is a critical activity to increase product awareness & thereby increase sales.*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



*Their purpose is concerned with the planning, implementation, and control of persuasive communication with customers. Promotion includes advertising, personal selling, sales*

*promotion, and publicity of goods and services.*

### 1. Advertising

*Advertising consists of all activities involved in presenting to a group a non-personal, oral or visual, openly sponsored identified message regarding a product, service, or idea. The message, called an advertisement, is disseminated through one or more media and is paid for by the identified sponsor.* -William Stanton.

### 2. Sales Promotion

*According to Philip Kotler – —Sales promotion consists of a diverse collection of incentive tools, mostly short-term, designed to stimulate quicker and/or greater purchase of particular product/services by consumers or the trade.”*

### 3. Personal Selling

*Personal selling is when a salesperson meets a potential buyer or buyers face-to-face with the aim of selling a product or service.*

*The personal selling objectives of the company influence the personal selling strategy and the sales policies. In ordinary circumstances, personal selling strategies are designed on the basis of sales policies. Personal selling strategy determines the two important questions e.g., the nature of sales job and the size of the sales force.*

### 4. Public Relations

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



Public relations (PR) refer to the variety of activities conducted by a company to promote and protect the image of the company, its products and policies in the eyes of the public.

It is used to distribute and communicate all the necessary information to build up good reputation in the mind of the public. An efficient and good public relation department use to adopt positive programs for this purpose and always emphasize to eliminate negative publicity arises due to questionable practices.

### 5. Direct Marketing

Direct marketing involves communicating with members of the public who have shown intent to buy from you, through a direct form of communication, like email, post, or telephone.

This is not like advertising which targets a broader audience with high-level information. More importantly, this form of marketing targets and customizes campaigns to the recipient

From the information listed above, Pawfection will use an Integration of Online Marketing Advertising (Advertising through social media and email) and Direct Marketing.

Menurut sebuah studi dari Mars Petcare, perusahaan perawatan hewan terbesar di dunia, 65% pemilik memposting tentang hewan peliharaan mereka di media sosial rata-rata 2X per minggu. Memanfaatkan pemasaran influencer dalam upaya pemasaran digital menawarkan titik masuk yang kuat ke dalam fenomena hewan peliharaan sosial.

—Through a pet influencer program, says Taylor Lagace of Influencer Marketing Agency, Kynship, —brands within the space would (1) maintain an ongoing organic social conversation, (2) build out a highly-converting content library, and (3) expand their audience pool within the exact niche they're targeting.‡

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Hak Cipta dimiliki oleh 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.

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