



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4.1 Produk yang Dihasilkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Kotler dan Armstrong (2021,234), produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar yang dapat memenuhi kebutuhan maupun kebutuhan. Selain itu menurut Kotler dan Keller (2016,391) produk diklasifikasikan menjadi beberapa kelas, yaitu :

a. Berdasarkan daya tahan dan wujudnya :

1) Barang yang Tidak Tahan Lama (*Non Durable Goods*)

Barang berwujud yang digunakan atau dipakai untuk satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya air kemasan, makanan, dan obat obatan.

2) Barang yang Tahan Lama (*Durable Goods*)

Barang yang tahan lama adalah barang berwujud yang tetap bertahan meskipun telah digunakan berulang kali. Contohnya komputer, sepeda, bor listrik.

3) Jasa (*Services*)

Jasa merupakan produk yang tidak berwujud dan mudah habis. Contohnya adalah kurir pengantar paket, asisten rumah tangga, perbaikan kendaraan.

b. Berdasarkan dengan kegunaannya :

1) Klasifikasi Barang Konsumen

a) Barang Mudah (*Convenience Goods*)

Barang mudah merupakan barang yang sering digunakan pelanggan. Contohnya makanan, minuman, dan rokok.

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- b) **Barang Toko (*Shopping Goods*)**
Barang toko merupakan barang yang dibandingkan sebelum dibeli. Dengan faktor pembandingan seperti harga, kualitas, dan kesesuaian. Contoh barang toko adalah pakaian dan peralatan rumah tangga.
- c) **Barang Khusus (*Specialty Goods*)**
Barang khusus merupakan barang dengan ciri khusus atau merek dagang terkenal yang membuat barang tersebut memiliki cukup banyak pelanggan yang bersedia untuk melakukan pembelian. Contohnya mobil mewah dan perhiasan.
- d) **Barang yang tidak dicari (*Unsought Goods*)**
Barang yang tidak dicari merupakan barang yang tidak terpikirkan oleh konsumen untuk dibeli. Contohnya lahan kuburan dan asuransi jiwa.

2) Klasifikasi Barang Industri

- a) **Bahan Baku dan Suku Cadang (*Material and Parts*)**
Bahan baku dan suku cadang merupakan barang yang digunakan untuk kegiatan produksi. Bahan baku dan suku cadang merupakan barang yang digunakan untuk menjadi bagian dalam produk yang dihasilkan perusahaan. Barang ini dibagi menjadi 2 bagian yaitu bahan mentah dan bahan mentah dan suku cadang.
- b) **Barang Modal (*Capital Items*)**
Barang modal merupakan barang dengan ketahanan yang besar yang gunanya untuk membantu proses produksi perusahaan. Barang modal terbagi menjadi 2 bagian instalasi dan peralatan.
- c) **Pasokan dan Layanan Bisnis (*Supplies and Business Services*)**

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.



Barang atau jasa yang gunanya membantu dalam mengembangkan produk yang dihasilkan perusahaan. Produk atau jasa ini berumur pendek atau tidak tahan lama.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan klasifikasi yang telah dijelaskan di diatas, dapat disimpulkan bahwa produk yang Adelunars pasarkan masuk kedalam kelompok barang yang tahan lama atau *durable goods* karena produk yang ditawarkan Adelunars merupakan pakaian dan aksesoris yang dapat digunakan berulang kali. Selain itu, produk yang dihasilkan Adelunars juga masuk dalam klasifikasi barang toko atau *shopping goods* karena produk yang ditawarkan Adelunars dapat dibandingkan harga, kualitas, dan juga kesesuaiannya.

Produk yang ditawarkan Adelunars berupa pakaian dan aksesoris dengan warna warna cerah dengan gaya eksentrik. Produksi pakaian ini dilakukan dengan memakai jasa jahit dengan desain pakaian yang telah disiapkan Adelunars. Pakaian yang diproduksi berupa kaos, kemeja, celana, dan terusan. Sementara itu, untuk produksi aksesoris memproduksinya sendiri dengan buatan tangan. Berikut merupakan contoh produk yang dijual Adelunars :

Gambar 4.1

Contoh Model Pakaian I (Kaos)



Sumber : Collage Kit

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. 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

Contoh Model Pakaian II (Kemeja)



Sumber : Sanje

Gambar 4.3

Contoh Model Pakaian III (Celana)



Sumber : The Metropolitan Museum of Art

Gambar 4.4

Contoh Model Aksesoris



Sumber : Beadbox Studio

Dalam sebuah bisnis, logo merupakan salah satu hal terpenting. Dengan logo, perusahaan memiliki identitas sehingga dapat lebih mudah dikenali yang membuat



citra merek perusahaan berada dalam tingkatan yang baik. Berikut merupakan logo dari Adelunars :

Gambar 4.5
Logo Adelunars



Sumber : Adelunars

Logo Adelunars dibuat dengan mengangkat tema planet. Planet Adelunars dirancang terisi dengan keceriaan dan kesenangan untuk para penghuninya. Oleh karena itu, produk yang ditawarkan Adelunars merupakan produk dengan warna cerah yang diharapkan dapat membuat para penggunanya terbawa aura positif dari warna yang dikenakan. Warna yang digunakan dalam logo Adelunars merupakan perpaduan 2 warna yaitu oranye dan kuning. Kedua warna ini membawa kesan keceriaan, kegembiraan, serta memberikan energi.

4.2 Gambaran Pasar

Ramalan penjualan dapat membantu perusahaan untuk mengambil langkah guna terus meningkatkan penjualan. Berikut merupakan ramalan penjualan Adelunars di tahun 2023 :

Tabel 4.1
Ramalan Penjualan (Dalam Unit)

Bulan	Atasan	Bawahan	Aksesoris	Total per Bulan
Januari	100	50	75	225
Februari	105	53	79	236
Maret	116	58	87	260
April	127	64	95	286
Juni	133	67	100	300
Juli	140	70	105	315

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Agustus	147	74	110	331
September	154	77	116	347
Oktober	162	81	122	365
November	170	85	128	383
Desember	196	98	147	441
TOTAL	1551	775	1163	3489

Tabel 4.2

Anggaran Penjualan (Dalam Rupiah)

Produk	Unit	Harga	Total
Atasan	1551	Rp165,000	Rp255,872,133
Bawahan	775	Rp200,000	Rp155,074,020
Aksesoris	1163	Rp65,000	Rp75,598,585
Total			Rp486,544,737

Berikut penjelasan berdasarkan data ramalan penjualan Adelunars pada kedua

tabel diatas :

- Pada Bulan Januari Adelunars sebagai perusahaan baru belum mendapatkan penjualan yang cukup tinggi, perbulannya Adelunars akan meningkatkan penjualan sebanyak 5% dari bulan sebelumnya.
- Beberapa tahun terakhir salah satu bisnis penyedia layanan toko online, Shopee mengadakan fashion sale yang diadakan tiap Bulan Maret. Sebagai salah satu bisnis yang memasarkan produknya di Shopee, Adelunars akan ikut serta dalam fashion sale ini, sehingga penjualan Adelunars diperkirakan akan meningkat sebanyak 10% dari bulan sebelumnya.
- Pada Bulan April di tahun 2023 akan ada Hari Raya Idul Fitri, penjualan diperkirakan akan meningkat sebanyak 10% karena pembelian baju lebaran dan banyaknya calon pelanggan yang mendapatkan tunjangan hari raya.

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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.

- d. Bulan Desember diperkirakan penjualan akan meningkat sebesar 15% karena Adelunars akan memberikan promo pada Hari Belanja Online Nasional. Selain itu juga, pada akhir tahun Adelunars akan memberikan promo akhir tahun.

Setiap tahunnya Adelunars diasumsikan akan mengalami kenaikan penjualan sebanyak 10% dari tahun sebelumnya. Berikut merupakan tabel proyeksi penjualan selama 5 tahun dari tahun 2023 sampai dengan tahun 2027 :

Tabel 4.3
Proyeksi Penjualan Tahun 2023 – 2027 (Dalam Rupiah)

Tahun	2023	2024	2025	2026	2027
Penjualan	Rp486,544,737	Rp535,199,211	Rp588,719,132	Rp647,591,045	Rp712,350,150

4.3 Target Pasar yang Dituju

Dalam sebuah bisnis, penentuan segmentasi pasar menjadi salah satu hal penting karena dengan begitu perusahaan karena dengan begitu cara pemasaran produk akan lebih tepat mengarah kepada orang orang yang membutuhkan produk/jasa terkait. Menurut Lee dan Kotler (2019:142), *“The groups you end up with should have something in common (needs, wants, barriers, desired benefits, motivation, values, behavior, lifestyles, etc.)—something that makes them likely to respond similarly to your offer.”*

Berikut merupakan bagian penting dari segmentasi pasar :

- a. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis merupakan segmentasi yang membagi pasar ke dalam area geografis seperti wilayah, negara, dan cuaca. Adelunars memiliki toko offline yang berada di Bekasi, Jawa Barat yang dapat diakses dengan mudah oleh pelanggannya yang berada di wilayah Kota Bekasi dan sekitarnya. Namun, Adelunars tetap membuka luas pasarnya dengan juga membuka toko daring sehingga produk dapat dijangkau dari seluruh wilayah di Indonesia. Selain itu,



dalam beberapa tahun kedepan Adelunars juga memiliki rencana untuk mengembangkan pasarnya hingga ke beberapa negara di wilayah Asia Tenggara dengan melakukan penjualan secara daring.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis membagi pasarnya berdasarkan beberapa faktor seperti umur, pendapatan, jenis kelamin, dan pekerjaan. Adelunars menetapkan sasaran usia 15 sampai dengan usia 25 tahun. Namun, produk Adelunars dapat juga digunakan oleh konsumen dengan usia diatas 25 tahun. Selain itu, produk yang Adelunars pasarkan juga dapat dinikmati oleh pria dan wanita.

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi ini membagi pasar berdasarkan kelas sosial, kepribadian, dan gaya hidup seseorang. Produk Adelunars merupakan produk yang dirancang dengan warna warna eksentrik sehingga pasar Adelunars tentu adalah konsumen yang menyukai penampilan eksentrik atau menggunakan pakaian dengan warna warna terang. Produk Adelunars dipasarkan dengan kisaran harga Rp30.000,00 sampai dengan Rp100.000,00 untuk aksesoris dan Rp100.000,00 sampai dengan Rp250.000,00 untuk pakaian. Oleh karena itu, Adelunars menetapkan sasaran orang orang dengan kelas sosial menengah hingga menengah keatas.

4.4 Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:27), pemasaran berbicara tentang mengenali dan memenuhi kebutuhan manusia. Strategi pemasaran dibutuhkan dalam sebuah bisnis karena strategi pemasaran dapat membantu jalannya bisni untuk mencapai tujuannya. Beberapa unsur strategi pemasaran yaitu :

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.



a. Diferensiasi

Strategi diferensiasi digunakan agar perusahaan tidak terperangkap sehingga perusahaan harus mampu melakukan pengembangan untuk produk maupun citranya. Selain itu, melakukan strategi diferensiasi dapat membantu perusahaan untuk dapat menguasai pasar. Adelnars melakukan strategi diferensiasi dengan memberikan lebih banyak variasi produk sehingga konsumen memiliki banyak pilihan. Selain itu, Adelnars juga menggunakan konsep menjadikan konsumen sebagai teman dalam melayani sehingga konsumen merasa nyaman dan dekat dan meningkatkan loyalitas konsumen.

b. Positioning

Kotler dan Keller (2016:297) dalam bukunya menulis, “*Positioning is the act of designing a company’s offering and image to occupy a distinctive lace in the minds of the target market.*” Dengan kata lain positioning merupakan perancangan penawaran dan citra perusahaan untuk menempati posisi di benak konsumen. Adelnars merupakan perusahaan yang memiliki konsep dunia dengan penuh keceriaan dan warna. Oleh karena itu, strategi yang dilakukan Adelnars adalah dengan menghidupkan citra tersebut di media sosial yang dimiliki sehingga nantinya diharapkan masyarakat mengingat Adelnars sebagai perusahaan yang menjual pakaian berwarna warni.

c. Penetapan harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2021:296), “*Price is the amount of money charged for a product or a service, more broadly, price is the sum of all the values that customers give up to gain benefits of having or using a product or service.*” Harga merupakan sejumlah nilai yang dibebankan untuk sebuah produk

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



atau jasa yang diberikan ke pelanggan. Dalam menetapkan harga terdapat beberapa metode menurut Kotler dan Armstrong (2021:297) :

1) Berdasarkan Nilai Pelanggan (Customer Value-Based Pricing)

Penetapan harga berdasarkan nilai pelanggan menggunakan sudut pandang pelanggan sebagai kunci dari menetapkan harga. Penetapan harga ini membuat konsumen memegang kendali dengan begitu perusahaan tidak dapat mendesain program pemasaran dan menetapkan harga.

2) Berdasarkan Biaya (Cost Based Pricing)

Penetapan harga berdasarkan biaya merupakan metode penetapan harga yang paling sederhana. Metode ini didasari oleh menetapkan harga berdasarkan biaya dari produksi, pemasaran, dan penjualan produk ditambahkan dengan tingkat pengembalian untuk perusahaan. Metode ini dapat membuat perusahaan mendapatkan keuntungan lebih besar apabila biaya produksi perusahaan rendah.

3) Berdasarkan Pesaing (Competition Based Pricing)

Metode ini merupakan metode penetapan harga berdasarkan pesaing. Metode ini bukan hanya menentukan berdasarkan harga pesaing terhadap produk serupa, namun juga mempertimbangkan dari strategi pesaing, biaya, dan penawaran pasarnya.

Adelunars menggunakan metode cost based pricing dalam penetapan harganya. Tiap harga pada produk yang ditawarkan Adelunars merupakan produk dengan harga yang ditetapkan dari biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut dan ditambah dengan laba. Harga yang ditawarkan Adelunars berkisar dari Rp30.000,- sampai dengan Rp250.000,00

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan penyaluran dan kegiatan distribusi yang dilakukan agar

barang dapat sampai ke konsumen. Terdapat beberapa saluran distribusi, yaitu :

1) Saluran Distribusi Langsung

Saluran distribusi langsung merupakan proses distribusi yang dilakukan secara langsung dari produsen ke konsumennya atau tidak adanya perantara. Contoh saluran distribusi langsung ialah peternak ayam yang menjual langsung ayamnya ke para konsumen.

2) Saluran Distribusi Tidak Langsung

Saluran distribusi tidak langsung merupakan proses distribusi yang dilakukan melalui perantara. Perantara berupa distributor atau pedagang eceran. Tahapan ini membuat harga sebuah produk menjadi lebih mahal karena melalui perantara atau distributor. Contohnya adalah mie instan yang diproduksi dibeli oleh konsumen lewat pedagang eceran.

Adelunars menggunakan saluran distribusi langsung karena produk yang di produksi Adelunars langsung dijual ke pelanggan tanpa melalui perantara. Namun, kedepannya Adelunars mungkin juga akan menggunakan saluran distribusi tidak langsung untuk menjangkau pasar yang lebih luas agar pelanggan lebih mudah untuk mendapatkan produk dari Adelunars dengan lebih mudah tanpa terbatas jarak.

4.5 Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan atau membujuk pelanggan untuk produk atau jasa. Hal ini bertujuan untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk atau jasa yang dipromosikan. Promosi dilakukan guna untuk



meningkatkan angka penjualan produk maupun mengenalkan produk atau jasa yang dihasilkan sebuah perusahaan. Selain itu, promosi juga dapat meningkatkan citra merek di pasar. Berikut merupakan strategi promosi yang dilakukan Adelunars :

a. Periklanan (Advertising)

Periklanan merupakan kegiatan promosi dalam bentuk pesan persuasif yang disampaikan dalam bentuk gambar, kata - kata maupun video yang dibuat secara kreatif untuk menarik perhatian pelanggan. Adelunars menggunakan *Instagram Ads* dan *Tiktok Ads* untuk mengiklankan produk yang dibuat dalam bentuk gambar dan video dengan target pasar yang dapat ditentukan sesuai dengan target pasar Adelunars.

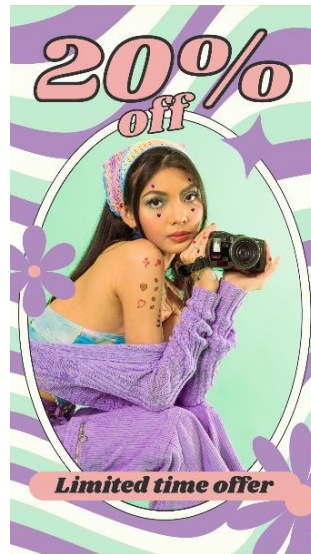
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 4.6

Contoh Iklan Adelunars



Sumber : Canva Kreative Studio

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Gambar 4.7

Contoh Iklan Adelunars



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Promosi penjualan merupakan promosi yang dilakukan guna untuk mengenalkan menarik pelanggan pada produk baru. Contohnya dengan memberikan kupon diskon, memberikan *sample* gratis, ataupun memajang produk di tempat yang dapat terlihat oleh orang banyak. Adelunars memberikan promo pembelian produk untuk pembelian secara daring maupun langsung di beberapa waktu. Selain itu, Adelunars juga akan mengadakan *giveaway* untuk para pengikut media sosialnya.

c. Penjualan Perseorangan (Personal Selling)

Penjualan perseorangan merupakan penjualan yang dilakukan dengan mempresentasikan produk ke pelanggan. Penjualan perseorangan ini dilakukan guna untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan menarik pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Adelunars akan mengikuti kegiatan *bazar* fashion, di kesempatan itulah Adelunars akan melakukan *personal selling* atau penjualan perseorangan

d. Hubungan Masyarakat (Public Relations)

Hubungan masyarakat dilakukan guna untuk membangun hubungan atau mempererat hubungan. Alat ini dapat membantu perusahaan untuk menyebarkan informasi terkait perusahaan, serta menangani isu atau rumor yang beredar. Selain

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.



membangun hubungan baik dengan pelanggan, Adelunars yang juga bekerja sama dengan *influencer* juga menjalin hubungan baik. Hal ini diperlukan agar apabila suatu hari Adelunars tersangkut dalam masalah, para pelanggan dan *influencer* yang memiliki hubungan baik dengan Adelunars dapat membantu untuk keluar dari situasi tersebut.

e. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Pemasaran langsung adalah pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan media sosial, email, SMS, atau saluran langsung lainnya. Strategi ini dapat memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuan dan dapat membantu perusahaan dalam mengejar target. Produk Adelunars dipasarkan melalui *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, Adelunars juga aktif dalam media sosial seperti Instagram dan tiktok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.