**BAB IV**

**ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan tetang analisis pasar dan pemasaran yang akan digunakan oleh *Amazing Eye Studio* nantinya dalam bersaing dipasar. Menganalisa pasar adalah salah satu metode yang harus dilakukan ketika kita akan memulai sebuah bisnis. Menganalisa adalah membuat simulasi dan pengukuran perbandingan, bagaimana prospek dan hambatan yang akan terjadi sebelum berbisnis. Menganalisa pasar sangat bermanfaat guna meminimalisir resiko yang akan dihadapi oleh para pengusaha. Sehingga akan semakin lebih mudah untuk mendapatkan kesuksesan nantinya .

Menganalisa pasar sendiri juga bermanfaat untuk memberikan gambaran dari para pesaing – pesaing kita, dengan memperhitungakan modal dan strategi dari pesaing pasar secara menyeluruh. Untuk itu terkadang kita harus memberikan gambaran yang konkret dalam menganalisa sebuah peluang bisnis, dengan menganalisa pesaing bisnis kita dapat menentukan metode – metode yang harus kita lakukan guna menyalip atau mendahului langkah pesaing bisnis. Hal ini sangat penting untuk dilakukan, guna membuat bisnis anda semakin maju dan berkembang.

Analisis pasar dan pemasaran dalam hal ini mencakup produk / jasa yang dihasilkan, gambaran pasar, target pasar yang dituju, strategi pemasaran, dan strategi promosi.

1. **Produk / Jasa Yang Dihasilkan**

*Amazing Eye Studio* merupakan usaha jasa yang bergerak di bidang kecantikan yang berfokus pada area mata, yaitu *eyelash extension* atau sering disebut pemasangan bulumata palsu. *Eyelash extension* adalah proses penyambungan (extension) bulu mata buatan pada bulu mata asli satu persatu dengan bantuan lem khusus *extension* agar bulu mata tampak lebih panjang, tebal, dan lentik. Perusahaan ini berfokus pada kualitas dari hasil pemasangan *eyelash extension* karena hal ini merupakan kunci kesuksesan perusahaan. Produk bulumata palsu yang digunakan merupakan produk yang berasal dari Korea, Jepang, dan Amerika dimana produk tersebut memiliki kualitas tertinggi dan memiliki beragam jenis dan ukuran. Teknik pemasangan *eyelash extension* yang digunakan sesuai dengan prosedur internasional sehingga tidak menyebabkan bulumata asli rontok, mata sayu, tidak menusuk, maupun gatal.

Untuk mencapai hasil yang maksimal dan sesuai dengan keinginan pelanggan kami mempekerjakan sumber daya yang memiliki kemauan bekerja serta memiliki sertifikat dibidang *eyelash extension* serta dibekali training selama kurang lebih 1 bulan sebelum mengerjakan *treatment* agar tidak merugikan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan ini mempunya citra yang baik dimata pelanggan karena kinerja para pegawai yang memuaskan dan sesuai standar. Adapun pekerja yang nantinya direkrut adalah wanita dengan usia 20 – 25 tahun, karena usia tersebut merupakan usia yang produktif dan memiiki semangat kerja yang tinggi.

Selain itu ruangan studio akan didesain dengan interior yang *simple*, *modern,* dan *feminime* dengan tema *Modern Natural* yaitu dengan interior yang berkesan hangat dan nyaman, *homey* serta stylish sekaligus. Konsep ini merupakan hasil perkawinan dari gaya modern yang sederhana dimana penggunaan *furniture*-nya tidak berlebihan. Selain terkesan simpel, ciri lain dari gaya modern ini adalah penggunaan garis-garis lurus serta penggunaan warna netral yang cenderung terang serta banyak unsur kayu.

Berikut adalah jasa yang ditawarkan *Amazing Eye Studio* :

1. Jenis / *Desain Natural*

*Natural eyelash extension* adalah bentuk bulumata yang cenderung hanya menambahkan volume dan panjang bulu mata. Untuk tipe ini, bulu mata dipasang dengan perbandingan 1:1, yaitu satu helai bulu mata palsu ditempel pada sehelai bulu mata asli. Biasanya menggunakan tiga ukuran bulu, campuran panjang 11,10, dan 9. Jarak menempelkan helaian bulu mata palsu juga perlu diperhatikan, karena harus 1mm dari folikel rambut, sehingga tidak menempel di permukaan kulit.

1. Jenis / *Desain Open Eye*

*Open Eye eyelash extension* merupakan bulumata yang panjang ditempatkan di bagian tengah mata agar mata terlihat lebih besar, lebih bulat dan terlihat lebih baik. Dalam pengerjaannya gaya ini akan menggunakan bulu mata sekitar 8mm untuk sudut, naik antara 12mm dan 14mm untuk pusat kelopak mata.

1. Jenis / *Desain Cat Eyes*

*Cat Eye eyelash extension* adalah bentuk bulumata yang dipasang dengan rambut yang memanjang pada bagian ekornya. *Cat eyes* memberi ilusi tampilan mata yang lebih lebar dan lentik seperti mata kucing. Bulu mata dipasang satu per satu, mulai dari yang terpendek di bagian dalam mata hingga memanjang menuju ekor mata.

1. Jenis / *Desain Baby Doll*

*Baby Doll eyelash extension* merupakan bulu mata dengan volume paling ekstra ketimbang model lainnya. Tipe *baby doll* dipasang dengan bulu mata yang sama panjang di segala sisi. *Eyelash extension* yang satu ini menciptakan ilusi bentuk mata yang lebih besar dan dalam. Semakin tebal dan rapat rambut yang dipasang, maka semakin 'cetar' pula bentuk matanya. Bentuk *baby doll* ini cocok untuk kaum wanita yang menyukai riasan mata yang *bold dan glamour*.

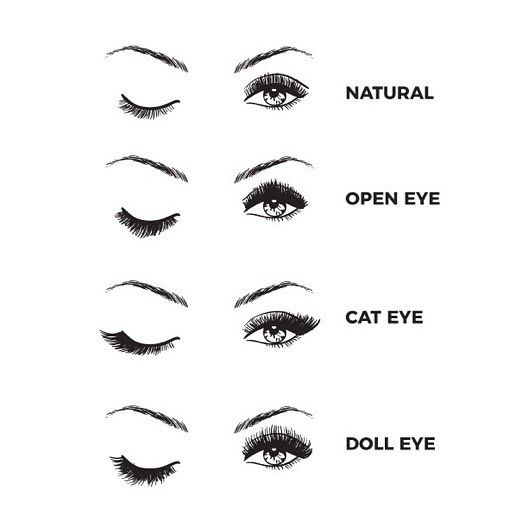
1. Jenis / *Desain Volume*

*Russian Volume eyelash extention* dilakukan menggunakan bulu mata yang lebih ringan dan lembut, serta dilakukan satu per satu ditempelkan ke bulu mata asli sehingga terlihat lebih natural. Kelebihan *Russian Volume eyelash* adalah lebih ringan, lebih halus, dan lebih awet. *Russian Volume eyelash* memiliki dua tipe, yaitu *soft* dan *rich*. untuk *soft* bisa 2D sampai 3D, dan untuk rich bisa 4D sampai 6D, disesuaikan pengguna *eyelash.* Untuk yang *soft* bisa menggunakan 50 helai, dan yang *rich* bisa 70–80 helai. “Perbedaannya dengan yang lain adalah, volume eyelash biasanya dimulai dari 2D–7D, jadi, dalam satu helai bulu mata asli bisa digunakan dua sampai tujuh *eyelash extension*.

Yang patut diketahui, setiap studio eyelash *extension* punya pengembangan model *eyelash extension* yang berbeda-beda. Namanya pun beragam, disesuaikan dengan gaya atau kiblat masing-masing *extension expert*. Ada yang mengadopsi gaya Korea yang natural, gaya Jepang yang lebih premium, hingga gaya Amerika yang lebih *bold* dan terkesan seperti diva.

**Gambar 4.1**

**Jenis-jenis Eyelash Extension**



 **VOLUME EYE**

Logo perusahaan adalah sesuatu yang harus dimiliki perusahaan, karena tujuan dari logo perusahaan adalah untuk membedakan produk yang dimiliki dengan perusahaan lain, walaupun produk yang ditawarkan sama. Fungsi utama dari logo adalah untuk mengidentifikasi produk, jasa atau perusahaan yang ingin ditawarkan sebuah perusahaan lewat tulisan atau gambar yang ada dalam logo. Penulis menciptakan logo *Amazing Eye Studio* sebagai berikut:

**Gambar 4.2**

**Logo *Amazing Eye Studio***

****

Sumber : *Amazing Eye Studio*

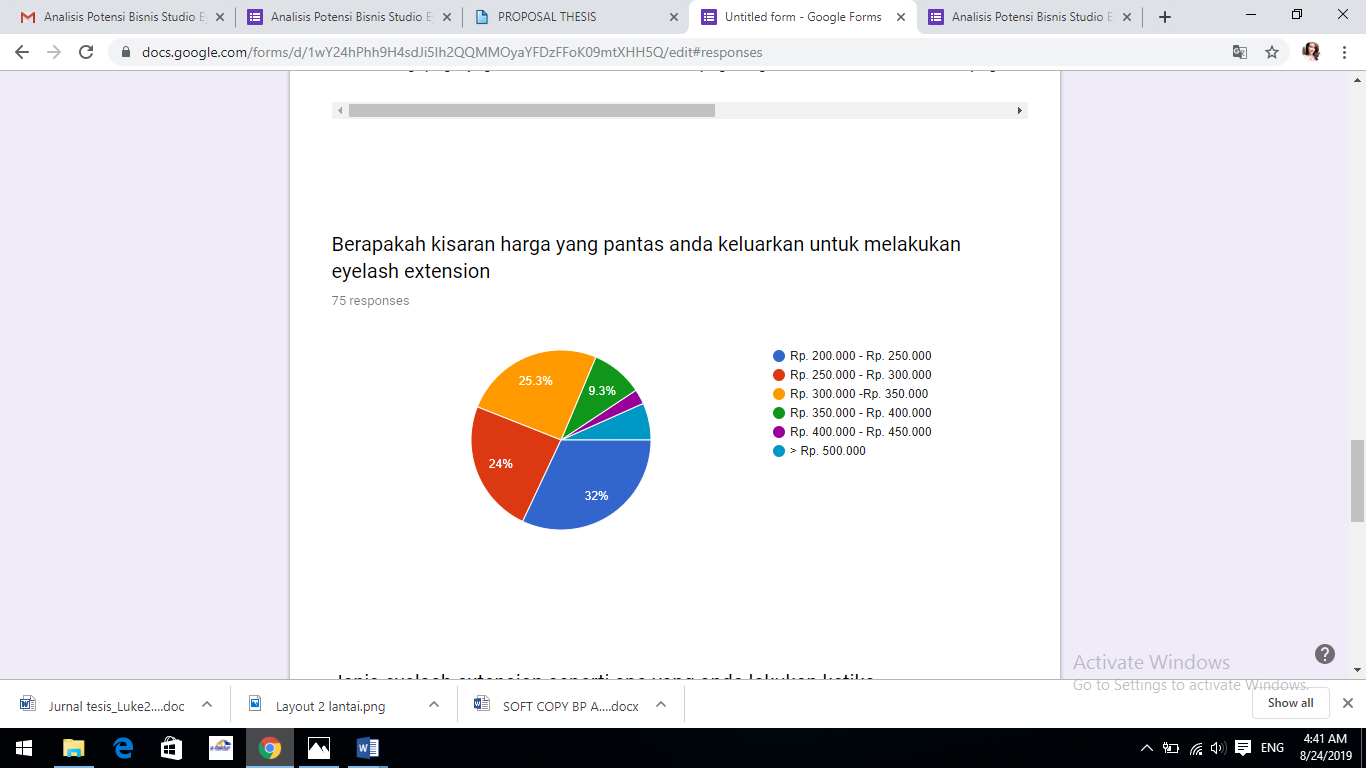
Gambar 4.1 adalah logo dari *Amazing Eye Studoi,* adapun arti dari *Amazing Eye* *Studio* itu sendiri ialah tempat bagi kaum wanita yang ingin mempunyai mata menakjubkan dengan bulu mata yang lentik, tebal dan kelihatan lebih tegas. Sehingga para wanita yang melakukan treatment *eyelash extension* di studio ini merasa percaya diri dengan penampilan baru mereka, selain itu penampilan akan terlihat lebih menarik dan juga cantik

1. **Gambaran Pasar**

Seperti yang kita ketahui bahwa perusahaan yang memiliki jasa serupa di daerah Jakarta Pusat cukup banyak, seperti di daerah Cempaka Putih ada *Pavilion Beauty Salon* dan *Seiketsu Dental Facial Brow & Eyelash*. Menurut *survey* yang dilakukan oleh penulis kepada responden dengan usia 20-30 tahun di dapatkan data sebagai berikut :

**Gambar 4.3**

**Hasil Survey Harga**



Sumber : [https://docs.google.com](https://docs.google.com/forms/d/1wY24hPhh9H4sdJi5Ih2QQMMOyaYFDzFFoK09mtXHH5Q/edit#responses)

Dari hasil kuisione*r* yang telah diisi oleh 75 orang yang merespon kuisioner ini, menyatakan bahwa 32% memilih harga yang pantas untuk melakukan *treatment*  *eyelash extension* adalah sebesar Rp. 200.000,- hingga Rp. 250.000,- dan sekitar 25,3% memilih harga sebesar Rp. 300.000,- hingga Rp. 350.000,-. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar para wanita setuju untuk melakukan pemasangan *eyelash extension* dengan harga berkisar Rp. 250.000,- hingga Rp. 300.000,- . Tentu biaya tersebut tidaklah besar jika dilihat dari data kuisioner bahwa pendapatan para responden dengan usia produktif memperlihatkan sebanyak 46,7 % mempunya pendapatan diatas Rp. 5.000.000,-.

**Gambar 4.4**

**Hasil Survey Pendapatan para Responden**



Sumber: https://docs.google.com

Untuk mendukung data peminat pasar, perusahaan *Amazing Eye Studio* telah membuat tabel proyeksi penjualan selama lima tahun kedepan. Berikut data proyeksi penjualan *Amazing Eye Studio* selama satu bulan pada tahun 2020.

**Tabel 4.1**

**Ramalan Penjualan *Amazing Eye Studio* dalam sebulan**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bulan Januari** | **Hari** | **Jenis /Desain Eyelash Extension** | | | | | |
|
| **Natural Eyelash** | **Open Eyelash** | **Cat Eyelash** | **BabyDoll Eyelash** | **Volume Eyelash** | **Total/hari** |
| Senin |  |  |  |  |  |  |
| Selasa | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 6 |
| Rabu | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 7 |
| Kamis | 1 | 0 | 2 | 2 | 1 | 6 |
| Jumat | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 8 |
| Sabtu | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9 |
| Minggu | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 11 |
| **Total per minggu** | | **11** | **9** | **11** | **11** | **5** | **47** |
| **Total per bulan** | | **44** | **36** | **44** | **44** | **20** | **188** |

Sumber: *Amazing Eye Studio*

Diasumsikan dalam sehari *Amazing Eye Studio* akan melayani maksimal 12 konsumen dengan tiga orang *stylist*, dimana setiap *stylist* dapat mengerjakan pemasangan *eyelash extesnion* sebanyak 4 oranng. Dimana dalam satu minggu studio ini diperkirakan mampu melayanin 47 pelanggan, dengan jam operasional selama 8 jam, dan studio ini akan tutup setiap hari senin. Tentu dengan waktu operasional tersebuut studio *eyelash* ini akan mampu melayanin para pelanggan dengan sangat baik dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

**Tabel 4.2**

**Ramalan Penjualan Jasa *Eyelash Extension* per tahun**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Bulan** | **Jenis /Desain Eyelash Extension** | | | | | **Total** |
| **Tahun 2020** | **Natural Eyelash** | **Open Eyelash** | **Cat Eyelash** | **Doll Eyelash** | **Volume Eyelash** |
| Januari | 44 | 36 | 44 | 44 | 20 | **188** |
| Februari | 50 | 47 | 50 | 47 | 31 | **225** |
| Maret | 55 | 41 | 52 | 49 | 29 | **226** |
| April | 52 | 42 | 55 | 51 | 32 | **232** |
| Mei | 80 | 57 | 67 | 66 | 40 | **310** |
| Juni | 53 | 50 | 55 | 45 | 29 | **232** |
| Juli | 50 | 43 | 52 | 50 | 33 | **228** |
| Agustus | 55 | 38 | 54 | 50 | 35 | **232** |
| September | 58 | 48 | 51 | 44 | 30 | **231** |
| Oktober | 57 | 46 | 50 | 45 | 29 | **227** |
| November | 59 | 47 | 49 | 50 | 32 | **237** |
| Desember | 75 | 55 | 50 | 65 | 35 | **280** |
| **Total** | **688** | **550** | **629** | **606** | **375** | **2848** |

Sumber: Tabel 4.1

Pada tabel 4.2 di atas menunjukan penjualan terbanyak ada pada bulan Mei, dibulan tersebut adalah bulan dimana umat muslim merayakan hari besar Idul Fitri. Karena pada bulan tersebut banyak wanita yang melakukan perawatan kecantikan agar terlihat cantik dihari raya.

**Tabel 4.3**

**Ramalan Penjualan *Amazing Eye Studio* Tahun 2020**

****

Sumber: Tabel 4.2

Pada tabel tersebut penjualan dengan jenis Natural *eyelash extension* merupakan yang tertinggi karena jenis tersebut paling dinikmatin oleh kaum wanita pada umumnya, jenis ini sangat simpel dan cocok digunakan untuk sehari-hari. Setelah itu jenis Cat Eye juga menjadi favorit para wanita karena terkesan lebih *feminime* dan bentuk ini disebut Cat Eye karena menyerupai mata kucing. Untuk jenis Volume Eyelash memiliki penjualan yang terendah karena hanya kaum wanita yang suka bergaya *glamour* saja memakai jenis tersebut. Pada tahun- tahun berikutnya terhitung dari tahun 2021-2024 diasumsikan penjualan naik 5% dan harga naik sebesar Rp. 10.000,-.

**Tabel 4.4**

**Ramalan Penjualan *Amazing Eye Studio* Tahun 2021**

****

Sumber: Tabel 4.3

**Tabel 4.5**

**Ramalan Penjualan *Amazing Eye Studio* Tahun 2022**

****

Sumber: Tabel 4.4

**Tabel 4.6**

**Ramalan Penjualan *Amazing Eye Studio* Tahun 2023**

****

Sumber: Tabel 4.5

**Tabel 4.7**

**Ramalan Penjualan *Amazing Eye Studio* Tahun 2024**

****

Sumber: Tabel 4.6

Berdasarkan asumsi ramalan penjualan di atas *Amazing Eye Studio* akan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 1.180.074.243,- pada tahun kelima dengan total penjualan sebanyak 3.506 dengan 5 jenis jasa *eyelash extension.*

1. **Segmentasi Pasar**

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:212), segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku tertentu yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran pemasaran yang terpisah. Perusahaan mengidentifikasi cara yang berbeda untuk segmen pasar. Segmen pasar merupakan sebuah kelompok konsumen yang ketika diberi cara pemasaran yang sama, respon yang muncul akan mirip. Beberapa pembagian segmen pasar konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2017:213) sebagai berikut.

1. **Segmentasi Geografi**

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Pemilihan lokasi usaha sangatlah penting karena hal itu menunjang keberhasilan suatu usaha. Lokasi harus strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. *Amazing Eye Studio* berlokasi di Jl. Cempaka Putih Raya No. 20, Cempaka putih Jakarta Pusat. Lokasi ini dipilih karena tergolong strategis dengan adanya beberapa kantor, kampus dan juga tempat nongkrong anak-anak muda, dan lokasi tersebut dekat dengan jalan raya utama dan dekat dengan perumahan serta *Apartement.*

1. **Segmentasi Demografi**

Segmentasi demografi berarti membagi pasar berdasarkan variabel-variabel demografik yaitu umur dan tahap daur hidup. Pada kelompok usia pasar yang dituju oleh *Amazing Eye Studio* ialah pengguna jasa dengan kisaran usia 20 tahun hingga 30 tahun. Pada kelompok jenis kelamin, *Amazing Eye Studio* berfokus pada kaum wanita yang ingin tampil cantik. Berdasarkan pendapatan ekonomis, fokus *Amazing Eye Studio* adalah para wanita karir yang mempunyai pendapatan lebih dari Rp 5.000.000,- per bulan, para remaja serta para Ibu rumah tangga yang modern.

**3. Segmentasi Psikografis**

Segmentasi psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. Berdasarkan segmentasi ini *Amazing Eye Studio* menargetkan para konsumen yang sangat memperhatikan penampilan mereka, di mana mereka memiliki pandangan bahwa tampil cantik harus pada setiap kesempatan, baik acara formal maupun informal bahkan dalam kegiatan sehari-hari.

1. **Segmentasi Tingkah Laku**

Segmentasi tingkah laku berarti mengelompokkan pelanggan pada pengetahuan, sikap, penggunaan dan reaksinya terhadap suatu produk atau jasa. Pada segmentasi ini *Amazing Eye Studio* berfokus pada pelayanan dengan memperkerjakan *stylist* yang berpengalaman dan juga memiliki sertifikat, serta berfokus pada hasil pemasangan *eyelash extension* yang rapi dan juga bagus, agar para pelanggan merasa puas.

1. **Strategi Pemasaran**
2. **Diferensiasi**

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:230), “*Through product differentiation, brands can be differentiated on features, performance, or style and design*”. Dalam menjalankan suatu bisnis, diperlukan hal yang menjadi pembeda dengan pesaing sehingga menjadikan perusahaan tersebut unik. Keuntungan lainnya, keunikan perusahaan dapat menjadi poin penting dalam strategi pemasaran perusahaan sehingga baik perusahaan maupun produk dapat diingat oleh targer pasar.

*Amazing Eye Studio* menyadari pentingnya memiliki diferensiasi dalam menjalankan usahanya, maka *Amazing Eye Studio* memiliki perbedaan dalam hal produk, dimana para pelanggan bisa mendapatkan produk yang berkualitas, yaitu bulu mata buatam Jepang, Korea dan Amerika. Dimana para pelanggan bisa mendapatkan hasi pemasangan *eyelash extension* yang rapi, bagus dan memuaskan serta sesuai dengan keinginan pelanggan.

Para pelanggan yang melakukan treatment di *Amazing Eye Studio* akan mendapatkan hasil yang memuaskan, karena sebelum melakukan *treatment stylist* akan memberi kesempatan bagi pelanggan untuk berkonsultasi mengenai *eyelash* *extension* seperti jenis *extension* yang cocok dengan bentuk mata pelanggan ataupun mengenai kesehatan bulumata, seperti dampak atau resiko bila memakai *eyelash extension*. Pemberian konsultasi ini akan memberi nilai tambah bagi studio ini, karena tidak semua studio kecantikan menyediakan layanan seperti ini untuk melakukan *treatment eyelash extension*. Selain itu *Amazing Eye Studio* memiliki fasilitas tempat ibadah dimana para pelanggan muslim bisa beribadah ketika sedang berada di *Amazing Eye Studio*.

1. **Positioning**

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:230), “  *A product position is the way a product is defined by consumers on important attributes--the place the product occupies in consumers minds relative to competing products*”. Yang artinya posisi produk merupakan cara produk didefinisikan oleh konsumen pada atribut-atribut penting, dimana konsumen menghubungkan produk tersebut dengan produk pesaing.

Ketika perusahaan mendefinisikan persaingan, perusahaan harus menentukan bagaimana persepsi konsumen terhadap persaingan dan harus memikirkan atribut apa saja yang dinilai penting oleh konsumen ketika konsumen mengevaluasi produk/jasa.

Berdasarkan konsep *positioning* tersebut. *Amazing Eye Studio* menempatkan *brand* sebagai penyedia jasa kecantikan yang berfokus pada hasil akhir dari pemasangan *eyelash extension,* agarpelanggan yang melakukan treatment merasa puas dengan jasa yang mereka gunakan. Slogan *Amazing Eye Studio* yaitu *“Hello Gorgeous”* yang mempunyai arti “hai cantik”. Dimana setaip konsumen yang melakukan pemasangan *eyelash extension* di studio tersebut akan terlihat cantik.

1. **Penetapan Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:309), “ *Customers value based pricing uses buyers preceptions of value as the key to pricing. Value based pricing means that the marketer cannot design a product marketing program and then set the price. Price is considered along with all other marketing mix variables before the marketing program is set”.* Yang artinya Harga berdasarkan nilai pelanggan menggunakan prinsip nilai pembeli sebagai kunci penetapan harga. Penetapan harga berbasis nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat merancang program pemasaran produk dan kemudian menetapkan harganya.

Harga dipertimbangkan bersama dengan semua variabel bauran pemasaran lainnya sebelum program pemasaran ditetapkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:310) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk atau jasa, yaitu**:**

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value* *–* *based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan nilai maksudnya adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan yang menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran kompetitif yang berbeda-beda. Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu:

1. Penetapan harga dengan nilai yang baik

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.

1. Penetapan harga dengan nilai tambah

Melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi

1. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost* *–* *Based Pricing*)

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko. Terdapat dua pendekatan yaitu *cost plus pricing* dengan menambah *markup standard* untuk biaya produk.

Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan *markup*, berikut adalah rumus untuk menentukan harga:

* + 1. Biaya Unit = Biaya Variabel + (Biaya Tetap / Jumlah Penjualan)
    2. Harga *Mark-Up* = Biaya Unit / (1 - Laba Penjualan yang Diinginkan)

1. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition* *–* *Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan. Berdasarkan teori yang ada diatas, maka *Amazing Eye Studio* menggunakan strategi harga berdasarkan persaingan. Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat konsumen, sehingga harga yang ditentukan sebaiknya tidak lebih mahal dibandingkan pesaing, artinya adalah minimal sama atau lebih murah.

Berikut adalah informasi mengenai harga jasa pemasangan *eyelash extension* dari *Amazing Eye Studio* :

**Tabel 4.8**

**Harga Jasa Amazing Eye Studio**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama Jasa** | **Harga (Rp)** |
| **1** | Natural Eyelash | **275.000** |
| **2** | Open Eyelash | **250.000** |
| **3** | Cat Eyelash | **300.000** |
| **4** | Doll Eyelash | **300.000** |
| **5** | Volume Eyelash | **350.000** |

Sumber : Tabel 1.2

1. **Saluran Distribusi**

Menurut Sudaryono (2016:220), produk yang teelah dibuat perlu didistribusikan untuk sampai ke tangan konsumen, baik memlalui saluran distribusi, perantara maupun dikirim langsung ke pengguna. Proses distribusi biasanya melibatkan: perantara, pengecer, pedagang grosir (wholesaler), agen penjualan, dan pedagang perantara (broker).

Menurut Sudaryono (2016:220, pilihan saluran distribusi yang dapat digunakan produsen untuk mencapai konsumen adalah sebagai berikut :

a. Distribusi Langsung,

b. Distribusi melalui Pengecer

c. Distribusi melalui Grosir

d. Distribusi memlalui agen atau broker

e. Distribusi langsung produk bisnis

f. Distribusi grosir produk industri

Berdasarkan saluran distribusi tersebut, maka dapat dilihat bahwa *Amazing Eye Studio* menggunakan saluran distribusi langsung, karena sebagai studio kecantikan, *Amazing Eye Studio* secara langsung menjual jasanya kepada konsumen yang datang tanpa melalui perantara.

1. **People**

Pelayanan Jasa sangat bergantung pada sumber daya manusia yang melakukan proses pemberian jasa, karena mereka berkomunikasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan calon konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa akan terbentuk dengan baik ketika pengalaman berinteraksi yang mereka peroleh dengan sumber daya manusia dalam perusahaan tergolong baik.

*Stylist* yang direkrut adalah mereka yang memiliki sertifikat lulusan sekolah *eyelash extension* dan memiliki pengalaman kerja minimal 1 tahun, lalu untuk karyawan *cashier* cukup hanya memiliki pengalaman serta kemauan bekerja. Adapaun tahapan perekrutan untuk *stylist* yaitu dengan wawancara atau *interview dan* ujian praktek sedangkan untuk karyawan cukup hanya wawancara saja. *Amazing Eye Studio* juga memberi pengetahuan mengenai *eyelash extension* dan budaya perusahaan agar para pekerja dapat bekerja dengan baik dan saling mengahargai karakter satu sama lain.

1. **Process**

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang di gunakan untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan akan sering melakukan proses pemasangan *eyelash extension.*

Proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran jasa di koordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada pelanggan. Berikut adalah rencana proses atau alur jasa pada studio *eyelash extesnion* “*Amazing Eye Studio”* :

**Tampilan 4.1**

**Proses Pemasangan Eyelash Extension di studio Kecantikan**

***Amazing Eye Studio***

Karyawan mencatat pelanggan yang sudah mendaftar

Pelanggan mendaftar melalui WhatsApp atau telepon, 3 jam sebelumnya atau sehari sebelumnya

*Stylist* mengarahkan pelanggan memasuki ruangan treatment dan berbaring di tempat tidur treatment

Pelanggan datang untuk mendaftar ulang

Pelanggan selesai melakukan *treatment*

*Stylist* melakukan proses pemasangan eyelash *extension*

Pelanggan melakukan pembayaran

Sumber : *Amazing Eye Studio*

Terdapat tujuh proses dalam pemberian jasa pemasangan *eyelash extension* di *Amazing Eye Studio*, yaitu :

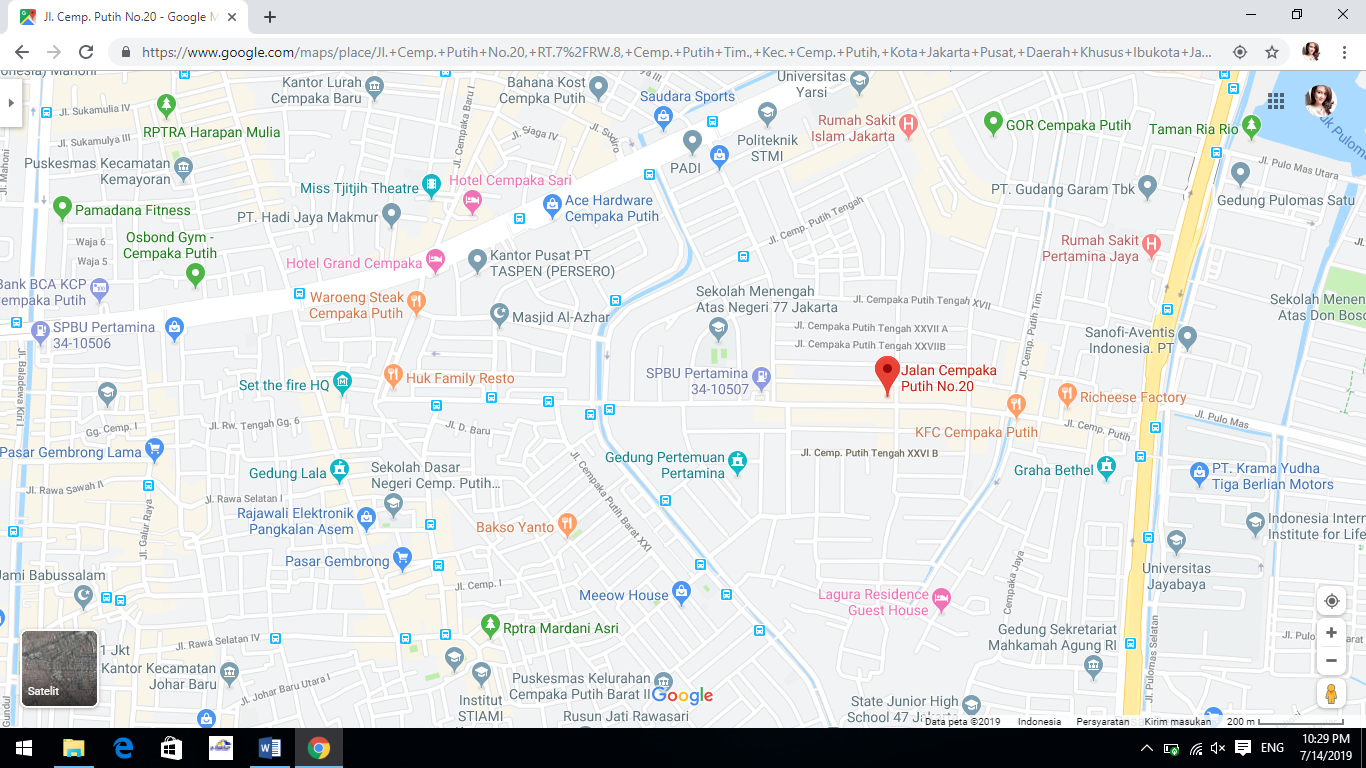
1. Pelanggan mendaftar melalui WhatsApp atau telepon, 3 jam sebelumnya atau sehari sebelumnya. Hal ini dilakukan agar pelanggan ketika datang ke studio langsung ditangani oleh terapis tanpa harus menunggu antrian. Ketika mendaftar pelanggan juga bisa langsung memilih jenis desain *extension* yang diingginkan.
2. Karyawan mencatat pelanggan yang sudah mendaftar di laptop, lalu menginformasikannya kepada *stylist,* agar mempersiapkan segala perlengkapan *eyelash extension*.
3. Pelanggan datang ke *Amazing Eye Studio*, lalu memberitahu *cashier* untuk mendaftar ulang.
4. *Stylist* mengarahkan pelanggan untuk memasuki ruangan *treatment* dan menyuruh pelanggan berbaring di tempat tidur *treatment*, lalu stylist akan mendekatkan peralatan ke tempat tidur *treatment.*
5. *Stylist*  melakukan treatment *eyelash extension* selama kurang lebih 1 hingga 2 jam.
6. Pelanggan selesai di *treatment*
7. Pelanggan melakukan pembayaran
8. **Physical Evidence**

Bentuk bangunan fisik tempat studio kecantikan *eyelash extension Amazing Eye Stuido* adalah rumah toko yang bisa disingkatruko. Ruko tempat terjadinya aktivitas usaha dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi calon konsumen. Ruko tempat usaha yang dipergunakan untuk kegiatan operasional *Amazing Eye Studio* terletak di Jalan Cempaka Putih Raya No. 20, Cempaka Putih Jakarta Pusat yang berada pada wilayah padat penduduk.

Ruangan *treatment* akan dicat dengan warna *dusty pink* dan dibuat dengan nuansa kayu agar terlihat natural tetapi juga modern, serta ditata dengan baik untuk menciptakan suasana yang nyaman dan tenang. Hal tersebut untuk membuat pelanggan betah berlama-lama berbaring. Sehingga tidak merasa bosa mengingat pemasangan *eyelash extension* membutuhkan waktu yang tidak sebentar yaitu 1 hingga 2 jam. Selain itu, di ruangan akan diputarkan musik yang membuat tenang.

**Gambar 4.5**

**Peta Lokasi Studio Kecantikan *Amazing Eye Studio***



Sumber: <https://www.google.com/maps/place/Jl.+Cemp.+Putih+No.20,+RT.7%2FRW.8,+Cemp.+Putih+Tim.,+Kec.+Cemp.+Putih,+Kota+Jakarta+Pusat,+Daerah+Khusus+Ibukota+Jakarta+10510/@-6.1761217,106.86604,16z/data=!4m5!3m4!1s0x2e69f4fe0ce76b57:0x7754359a51465d3b!8m2!3d-6.176127!4d106.8704174?hl=id>

1. **Strategi Promosi**

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:28), *Marketing is engaging customers and managing profitable customers relationship.* Pemasaan melibatkan pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Tujuan pemasaran adalah untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Agar promosi berjalan efektif dan efisien, *Amazing Eye Studio* melakukan beberapa cara promosi sebagai berikut:

1. **Media Sosial**

Pada langkah ini, *Amazing Eye Studio* akan melakukan promosi penjualan melalui facebook, twitter, dan instagram. Media sosial Instagram merupakan media sosial terbesar dan digunakan hampir seluruh masyarakat Indonesia khususnya di Jakarta. Langkah ini dipilih karena tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk memperkenalkan bisnis kecantikan ini, selain itu dengan media sosial akan banyak target pasar yang didapat karena besarnya jumlah penggunainternet di Indonesia.

Saat ini memakai jasa *beauty vlogger* sedang tren. Dimana *beauty vlogger* adalah orang yang membuat konten kecantikan yang berupa video melalui media sosial seperti instagram ataupun youtube. Cara promosi seperti itu juga akan dilakukan oleh penulis dalam mempromosikan bisnis kecantikan ini.

1. **Diskon**

Cara ini merupakan salah satu dari promosi penjualan yang dilakukan , *Amazing Eye Studio* akan memberikan diskon sebesar 10% bagi pelanggan yang pertama kali mendaftar. Selain itu di hari – hari tertentu akan dibuat promo potongan harga selama 1 minguu di bulan tertentu, misalnya potongan harga sebesar Rp. 50.000,- khusus tanggal 20-27 di bulan Maret.

1. **Kartu Member**

Setiap pelanggan yang melakukan *treatment* dengan minimal biaya Rp. 250.000,- akan mendapat 1 poin, dimana poin ini nantinya jika sudah terkumpul sebanyak sepuluh kali akan dapat gratis *treatment* bentuk natural *eyelash extension*. Lalu bagi pelanggan yang sudah menjadi member akan mendapat diskon sebesar 15% di hari ulang tahun pelanggan tersebut.

1. ***Website***

Untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan memudahkan pelanggan memperoleh informasi mengenai *Amazing Eye Studio* maka pembuatan *website* sangat diperlukan. Pada *website* ini akan berisikan informasi mengenai perusahaan, mengenai jasa yang ditawarkan, harga, jam operasional, alamat, dan lainnya.

1. ***Neon Sign***

*Neon Sign* merupakan salah satu bentuk reklame yang tepat untuk memulai usaha karena benda ini merupakan papan reklame yang memiliki lampu neon serta berfungsi sebagai penerang. Sehingga dapat menarik perhatian masyarakat yang melihatnya khususnya pada malam hari. Selain dapat menarik perhatian *Neon Sign* juga berfungsi sebagai ciri khas dari *Amazing Eye Studio* karena memiliki desain neon yang unik. Diharapakan dengan menempatkan *Neon Sign* di depan tempat usaha sebagai alat promosi mampu memikiat konsumen untuk mengenal dan mengingat studio *eyelash* ini.

1. ***Standing Banner***

Sebagai bisnis baru yang akan mulai *Satanding Banner* adalah salah satu alat promosi yang dibutuhkan, karena *banner* ini berfungsi untuk memberi informasi mengenai jasa yang ditawarkan pada konsumen atau masyarakat. Selain itu banner juga dapat diletakan di dalam atau luar ruangan dan dapat digunakan berulang kali sehingga hemat dalam segi biaya.

1. ***Flyer***

Strategi pemasaran menggunakan flyer adalah salah satu cara yang akan dipakai oleh *Amazing Eye Studio*, walaupun cara ini termasuk yang agak tua tetapi *flyer* terbukti efektif membantu para pelaku usaha dalam memasarkan suatu produk/jasa. Seperti strategi promosi lainnya, *flyer* ini berisi informasi mengenai jasa yang ditawarkan *Amazing Eye Studio*. *Flyer* ini nantinya akan disebarkan di sekitar kampus, perkantoran dan di sekitar tempat usaha termasuk bagi pengunjung *Amazing Eye Studio*.