



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

#### 4.1. Produk/Jasa yang Dihasilkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Jasa yang ditawarkan oleh *SPARKLY BEAUTY BAR* adalah sebagai berikut:

*Pedicure-Manicure* : *Pedicure* adalah perawatan untuk kuku kaki dan kulit di sekitarnya. Sedangkan, *Manicure* adalah perawatan untuk kuku tangan dan kulit di sekitarnya. Jasa yang diberikan untuk kedua perawatan ini mulai dari membersihkan hingga mewarnai kuku guna mempercantik tampilan. Beberapa perawatan yang dilakukan pada *SPARKLY BEAUTY BAR* adalah membersihkan kuku dari kutek, mengoleskan pelembab pada kuku dan merendamnya untuk pelepasan pada kuku, memotong kuku, mengikir kuku, mendorong serta membersihkan kutikula, hingga mewarnai dengan berbagai desain juga teknik. Untuk pewarnaan kuku sendiri terdapat jenis dan *pricelist*, sebagai berikut :

Gambar 4. 1

Contoh *Matte Nail*



Sumber: Google.com

- *Matte* (membuat warna kuku menjadi tidak berkilau)

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.



Gambar 4. 2

Contoh *Flash Gel Nails*



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber: Pinterest

- *Flash Gel* (kutek dengan serbuk glitter yang bila di foto menggunakan cahaya akan terlihat mengkilap)

Gambar 4. 3

Contoh *Cat Eye Nails*



Sumber: Pinterest

- *Cat Eyes* (kutek yang nampak mengkilap tetapi bentuk kilapnya seperti mata kucing yang menggunakan magnet batu permata)

Gambar 4.4

Contoh *Marble Nails*



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber: Pinterest

- *Marble* (membuat warna kuku dengan gambar seperti batu marmer yang berongga)

Gambar 4.5

Contoh *French Nails*



Sumber : <https://i.redd.it/x4c4r10wxg141.jpg>

- *French* (warna kutek seperti kuku natural yang dimana kuku dicat bening atau pink seperti kuku asli kita, lalu diujung kuku di beri warna putih)



**Gambar 4. 6**

**Contoh Shell Nails**



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber: Pinterest

- Shell (tambahan aksesoris pecahan kerang sea shell)

**Gambar 4. 7**

**Contoh Nail Art**



Sumber: Pinterest

- Nail Art (membuat ragam gambar di kuku menggunakan kutek sesuai dengan gambar yang diinginkan)



**Gambar 4. 8**

**Contoh *Foil Nails***



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber : Pinterest

- *Foil* (tambahan aksesoris seperti *aluminium foil*)

**Gambar 4. 9**

**Contoh *Hologram Nails***



Sumber: Pinterest

- *Hologram* (cat kuku yang warnanya berubah ketika terkena cahaya)



**Gambar 4. 10**

**Contoh Swarovski Nails**



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber: Pinterest

- Swarovski (tambahan aksesoris seperti emas putih)

**Gambar 4. 11**

**Contoh 3D Flower Nails**



Sumber: Pinterest

- 3D Flower (tambahan gel putih dan di bentuk seperti bunga pada kuku)

Gambar 4. 12

Contoh *Remove Gel Polish*



Sumber: <https://gabledash.com/wp-content/uploads/2020/12/gel-polish-soak-off-1200.jpg>

- *Remove Gel* (menghapus kutek gel)

Gambar 4. 13

Contoh *Extention dan Remove Extention*



Sumber: <https://th.bing.com/th/id/OIP.V4NvRFdND5NpueRHHe7BtwHaEK?pid=ImgDet>

&rs=1

- *Extention dan Remove Extention* (memasang dan memotong atau menghilangkan kuku sambung)

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

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



Gambar 4. 14

Jasa Spa *Pedicure - Manicure*



©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber: [https://res.cloudinary.com/dk0z4ums3/image/upload/v1531484316/attached\\_image/manfaat-pijat-refleksi-tangan-bagi-kesehatan.jpg](https://res.cloudinary.com/dk0z4ums3/image/upload/v1531484316/attached_image/manfaat-pijat-refleksi-tangan-bagi-kesehatan.jpg)

Tidak hanya melakukan perawatan untuk kuku kaki dan tangan saja, *SPARKLY BEAUTY BAR* juga menyediakan pemijatan, pembersihan, dan pelembaban pada tangan dan kaki. Pemijatan akan dilakukan secara manual oleh para pekerja sehingga pelanggan mampu menyesuaikan tekanan yang diberikan dalam pemijatan. Pembersihan yang dimaksud adalah pembersihan pada sel kulit mati yang menumpuk di kaki dan tangan sehingga terasa lebih bersih. Setelah dibersihkan, kaki dan tangan akan diberikan gel pelembab sehingga tangan dan kaki tidak kering. Pembatasan pemijatan pada tangan dari bahu hingga ke ujung jari, sedangkan untuk tangan mulai dari lutut hingga ujung

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.



Gambar 4. 15

Daftar *Pricelist Sparkly Bar*



Sparkly Beautybar PRICELIST	
Manicure + Gel	120.000
Pedicure + Gel	150.000
Massage/ Reflexy	90.000
<b>EXTRA</b>	<b>Per Nail</b>
Marbel, Glitter	5.000
Sea Shell	5.000
Cat eye, Hologram	5.000
Nail art/ decoration	10.000
3D Flower/ Swarovski	15.000
Nail Extention	35.000
Remove Gel	5.000

@sparkybeautybar

© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4.2. Gambaran Pasar

Gambaran pasar ini merupakan gambaran atas prediksi penjualan yang akan terjadi pada 4 tahun ke depan.



Tabel 4. 1

**Ramalan Penjualan SPARKLY BEAUTY BAR**

Weekdays : 12 Jam		
Menu	Penjualan/hari	
Manicure + Gel	12	
Pedicure + Gel	6	
Massage/Refley	5	
<b>Total person</b>	<b>23</b>	<b>115</b>
Extra		
Marbel, Glitter	20	
Sea Shell	15	
Cat eye	30	
nail art	10	
3D	20	
Nail Extention	10	
Remove	10	
<b>Total unit per nail</b>	<b>115</b>	<b>575</b>

Weekend : 12 jam		
Menu	Penjualan/hari	
Manicure + Gel	18	
Pedicure + Gel	10	
Massage/Reflexy	8	
<b>Total person</b>	<b>36</b>	<b>72</b>
Extra		
Marbel, Glitter	30	
Sea Shell	20	
Cat eye	35	
nail art	15	
3D	25	
Nail Extention	30	
Remove	20	
<b>Total unit per nail</b>	<b>175</b>	<b>350</b>

Total weekdays 690 x 4minggu = 2760  
 Total weekend 422 x 4minggu = 1688  
 Total 1 bulan 4448 unit.  
 Sumber : SPARKLY BEAUTY BAR

Tabel 4. 2

**Ramalan Penjualan Sparkly Beauty Bar 2023**

Bulan	2023
	Januari
Februari	4537
Maret	4310
April	4095
Mei	4176
Juni	4260
Juli	4345
Agustus	4432
September	4521
Oktober	4611
November	4703
Desember	4797
<b>Total</b>	<b>53236</b>

Sumber : SPARKLY BEAUTY BAR

1. Ditaring 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 4. 3

**Ramalan Penjualan *Sparkly Beauty Bar* 2023-2027**

Tahun	Jumlah
2023	53236
2024	35571
2025	39129
2026	43045
2027	47352

Sumber : *SPARKLY BEAUTY BAR*

Tabel 4. 4

**Anggaran Penjualan *Sparkly Beauty Bar* 2023-2027**

Bulan	Tahun				
	2023	2024	2025	2026	2027
Januari	Rp 127.137.184	Rp 84.948.676	Rp 94.523.981	Rp 103.984.954	Rp 114.389.166
Februari	Rp 129.679.928	Rp 86.647.650	Rp 89.797.782	Rp 98.785.706	Rp 108.669.708
Maret	Rp 123.195.931	Rp 82.315.267	Rp 85.307.893	Rp 93.846.421	Rp 103.236.222
April	Rp 117.036.135	Rp 78.199.504	Rp 87.014.051	Rp 95.723.349	Rp 105.300.947
Mei	Rp 119.376.857	Rp 79.763.494	Rp 88.754.332	Rp 97.637.816	Rp 107.406.966
Juni	Rp 121.764.395	Rp 81.358.764	Rp 90.529.418	Rp 99.590.573	Rp 109.555.105
Juli	Rp 124.199.682	Rp 82.985.939	Rp 92.340.007	Rp 101.582.384	Rp 111.746.207
Agustus	Rp 126.683.676	Rp 84.645.658	Rp 94.186.807	Rp 103.614.032	Rp 113.981.131
September	Rp 129.217.350	Rp 86.338.571	Rp 96.070.543	Rp 105.686.312	Rp 116.260.754
Oktober	Rp 131.801.697	Rp 88.065.342	Rp 97.991.954	Rp 107.800.039	Rp 118.585.969
November	Rp 134.437.731	Rp 89.826.649	Rp 99.951.793	Rp 109.956.040	Rp 120.957.688
Desember	Rp 137.126.485	Rp 91.623.182	Rp 101.950.829	Rp 112.155.160	Rp 123.376.842
<b>Total</b>	<b>Rp 1.521.657.050</b>	<b>Rp 1.016.718.695</b>	<b>Rp 1.118.419.389</b>	<b>Rp 1.230.362.787</b>	<b>Rp 1.353.466.705</b>

Sumber : *SPARKLY BEAUTY BAR*

*Sparkly Beauty Bar* menunjukkan ramalan penjualan dalam lima tahun mendatang pada Tabel 4.3 dan 4.4 diatas. Penjualan unit pada bulan Januari tahun 2023 didapat dari perhitungan jasa kecantikan kuku jam per harinya. Tiap Jam Nail Artist atau Pemijat bisa mendapatkan 12 pelanggan yang didapatkan dari Asumsi pengerjaan kuku selama 40 menit setiap pelanggan nya.

Berdasarkan tabel ramalan penjualan dalam unit diasumsikan naik sebesar 10% per tahunnya, 2% per bulannya, dan turun 5% setiap bulan puasa yang ditandai dengan warna oranye. Kenaikan ini dikarenakan setiap tahunnya *Sparkly Beauty Bar* akan selalu mengeluarkan produk baru dan menambah unit penjualan. Harga yang ditetapkan diambil

© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dari rata-rata total harga total makanan dan minuman. Penjualan diasumsikan terjadi setiap hari dengan jam operasional weekday 10.00 – 18.00 dan weekend 09.00 – 17.00

#### 4.3. Target Pasar yang Dituju

Salah satu bagian permulaan dalam melakukan strategi pemasaran adalah menentukan target pasar yang dituju. Target pasar sendiri merupakan kelompok konsumen atau pelanggan yang disasar oleh bisnis sehingga mereka mampu menukarkan nilai yang diberikan lewat produk dengan uang dalam jumlah tertentu. Ini berguna karena membantu perusahaan untuk mengenal kebutuhan pelanggan tersebut sehingga dari informasi tersebut, perusahaan dapat menyampaikan nilai tertentu yang dibutuhkan oleh konsumen (*customer-value driven*) (Kotler, 2018: 212).

Strategi menyampaikan nilai konsumen sendiri dibagi ke dalam empat hal, yaitu *segmentation*, *targeting*, *differentiation*, dan *positioning*. *Segmentation* dan *targeting* akan membantu usaha dalam memilih konsumen mana yang akan dilayani (Kotler, 2018: 212). Hal ini dikarenakan suatu bisnis tidak bisa melayani kebutuhan orang yang bermacam-macam. Dengan mendetailkan konsumen yang akan dituju, maka bisnis sedang berusaha untuk mencari karakteristik tertentu yang disasar. Setiap orang akan dimasukkan ke dalam kelompok sesuai karakteristik masing-masing sehingga saat usaha memilih salah satu kelompok, maka ada karakteristik tertentu yang dimiliki oleh kelompok tersebut dan diincar oleh bisnis untuk dapat dieksploitasi nilai yang dibutuhkannya. Dari karakteristik tersebutlah, pemasar dapat menentukan strategi yang tepat untuk dapat diterima oleh konsumen.

Untuk menentukan pasar yang dituju, maka *segmentation* dan *targeting* perlu ditetapkan oleh *SPARKLY BEAUTY BAR*. Berikut ini segmentasi yang disasar oleh *SPARKLY BEAUTY BAR*.

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.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





## 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi yang disasar oleh *SPARKLY BEAUTY BAR* adalah daerah perkotaan, secara khusus di Jakarta. Hal ini dikarenakan Jakarta adalah daerah yang padat penduduk serta memiliki ekonomi yang tinggi sebagaimana telah dijelaskan dalam analisis tren dan pertumbuhan industri sehingga diharapkan terdapat pelanggan potensial dalam jumlah yang banyak. Di sisi lain, daerah perkotaan juga menyerap internet dan sosial media lebih tinggi dari pedesaan yang akan memudahkan pemasaran secara *online*. Dengan demikian, penulis mengambil tempat di Jalan Telambar Selatan 10 Nomor 23, Jakarta Barat, DKI Jakarta, Indonesia.

Tempat ini berada di dalam perumahan. Kendati harus masuk gang, tempat ini strategis karena berada di perumahan yang padat, terlihat dari tidak adanya sela di antara rumah yang satu dengan yang lainnya. Hampir setiap rumah diisi oleh satu keluarga inti sehingga menjadi lokasi yang strategis untuk menyasar pelanggan yang ditargetkan.

## 2. Segmentasi Demografis

Segmentasi kelompok umur yang disasar oleh *SPARKLY BEAUTY BAR* adalah generasi Z dan milenial dengan rentang umur 15 hingga 35 tahun, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk umur berapa pun. Untuk jenis kelamin, *SPARKLY BEAUTY BAR* memilih segmentasi perempuan dan *transgender* dengan pendapatan mulai dari Rp4.600.000,00 atau disesuaikan dengan UMR Jakarta. Dikarenakan *SPARKLY BEAUTY BAR* menyasar orang-orang yang menjaga penampilan saat di depan orang, maka mereka yang bersekolah juga termasuk dalam segmentasi demografi, yaitu minimal SMA.

## 3. Segmentasi Psikografis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IBI IKKG (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.

Institit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Psikografis yang dimiliki oleh konsumen adalah mengutamakan penampilan serta memiliki hobi untuk mempercantik diri. Seseorang mungkin memang terpaksa oleh situasi atau keadaan untuk tampil cantik, tetapi ada juga yang pada dasarnya menyukai hal-hal berbau kecantikan untuk mengisi waktu luangnya. Selain itu, segmentasi kelompok psikografis yang dituju adalah mereka yang menyukai produk berbahan dasar alami karena tidak ingin ketergantungan pada bahan tidak alami atau kimia.

#### 4. Segmentasi Perilaku

Perilaku yang ditunjukkan oleh kelompok yang dituju adalah mereka yang memilih produk berbahan dasar alami serta melakukan pembelian secara impulsif. Dengan pembelian yang impulsif, konsumen diharapkan menjadi konsumen yang loyal serta mengikuti perkembangan informasi yang disediakan pemasar *SPARKLY BEAUTY BAR*. Mereka tidak ingin ketinggalan tren dalam dunia kecantikan sehingga secara impulsif dan rutin mengganti desain maupun warna kuku.

Berdasarkan segmentasi tersebut, maka target yang disasar oleh *SPARKLY BEAUTY BAR* dapat dibagi menjadi target, yaitu para pelajar perempuan yang menyukai kecantikan untuk berpenampilan menarik di sekolah maupun universitas, para wanita, serta *transgender* berkarier yang perlu merawat diri dan mempercantik penampilan untuk menunjang pekerjaan mereka.

#### 4.4. Strategi Pemasaran

##### a. *People (Orang)*

*SPARKLY BEAUTY BAR* menjamin pelayanan dengan kualitas dari tenaga yang terampil dan beretika sehingga konsumen akan merasa puas dengan performa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

yang diberikan oleh para pekerja. Selain itu, *SPARKLY BEAUTY BAR* selalu berusaha untuk mendengarkan konsumen serta melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga konsumen merasa didengarkan pendapatnya oleh bisnis ini. Selain itu, pelayanan yang diberikan juga harus selalu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Untuk menjamin kesesuaian antara yang diinginkan oleh konsumen dengan yang diberikan oleh pekerja, maka akan dilakukan penilaian secara rutin untuk mengetahui kinerja yang ditunjukkan para pekerja. Dengan cara ini, maka diharapkan kinerja yang diberikan oleh para pekerja adalah yang terbaik guna menyenangkan hati para konsumen.

Untuk menjaga retensi karyawan, maka pemilik usaha akan mengunjung dan membantu para karyawannya secara rutin sehingga tercipta keintiman dan kekeluargaan dalam bisnis ini. Tidak hanya itu, para pekerja juga akan mendapat kompensasi beserta balas jasa yang akan diatur lebih lanjut pada RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA. Selain dari segi finansial, para pekerja juga akan dilatih dan dikembangkan keterampilannya sehingga mereka menjadi lebih berkualitas dalam memberikan pelayanan.

### **5. Process (Proses)**

Untuk memudahkan konsumen dalam melakukan kontak dengan bisnis, mulai dari pemberian informasi, pemesanan, dan pembayaran, maka segala usaha akan terintegrasi secara digital dengan pemanfaatan teknologi, internet, juga sosial media. *SPARKLY BEAUTY BAR* akan meluncurkan sosial media Tiktok, Instagram, *website*, e-mail, dan Whatsapp. Pemberian informasi yang umum akan ditampilkan pada *website* yang berisi gambaran perusahaan, mulai dari latar belakang, visi, serta misi perusahaan serta merek yang bekerja sama dengan usaha ini pada bagian “get to know us”. Pada bagian “portofolio” akan ditunjukkan hasil yang pernah dikerjakan oleh





*SPARKLY BEAUTY BAR* sesuai dengan jenis-jenis bentuk juga jasa yang diberikan.

Pada bagian “contact us” akan ditampilkan suatu formulir yang berisi nama pertama, nama terakhir, e-mail, subjek atau topik pembicaraan, serta pesan yang kemudian perlu di-submit sehingga akan masuk ke e-mail *SPARKLY BEAUTY BAR*. Setelah mengumpulkan pesan tersebut, maka akan muncul infolog nomor Whatsapp yang bisa dihubungi untuk kontak secara langsung atau pesan jasa. Pada bagian “home” akan dirangkum semua isi dari website, mulai dari visi-misi singkat, beberapa gambar portofolio yang jika diklik akan mengarahkan pada bagian portofolio, formulir untuk menghubungi *SPARKLY BEAUTY BAR*. Lalu pada bagian bawah setiap halaman akan diisi dengan sosial media yang dimiliki, logo, serta lokasi bisnis ini.

Seluruh pemesanan jasa akan diarahkan ke Whatsapp yang dimiliki oleh *SPARKLY BEAUTY BAR*. Pada setiap profile yang dimiliki sosial media akan dimasukkan link Whatsapp *SPARKLY BEAUTY BAR* untuk informasi lebih lanjut dan pemesanan jasa. Sosial media Instagram dan Tiktok akan digunakan untuk memberikan informasi seputar jasa yang diberikan *SPARKLY BEAUTY BAR*, kegiatan sehari-hari yang dilakukan, promosi yang sedang berlangsung, serta menciptakan konten interaktif dengan para pengguna sosial media tersebut. Setelah pesanan masuk ke Whatsapp, maka admin akan melihat jadwal yang kosong dan akan mengonfirmasi lewat Whatsapp. Lalu, konsumen akan membayar DP untuk menjamin kehadiran. Jika h-1 membatalkan pemesanan, maka uang akan dipotong sebesar 50% dari DP yang telah dibayarkan. Konsumen juga bisa langsung datang ke tempat tetapi menyesuaikan jadwal kosong yang ada. Jika pada saat datang, konsumen lain sudah melakukan reservasi dan tidak ada pekerja yang lowong, maka konsumen tersebut harus menunggu hingga ada jadwal yang kosong. Selain pemesanan lewat Whatsapp, pemesanan juga bisa dilakukan secara langsung dengan datang ke salon. Selanjutnya,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
IBIKKG (Asosiasi) 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pesanan akan dibagikan secara merata kepada para pekerja sehingga tidak ada yang menanggung beban terlalu banyak. Selanjutnya, pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan QRIS sehingga konsumen dapat melakukan pembayaran *cashless* atau membayar secara tunai.

### c. **Physical Evidence (Bukti Fisik)**

Bukti fisik merupakan aset yang digunakan dalam operasional usaha. Meskipun *SPARKLY BEAUTY BAR* merupakan bisnis yang memberikan pelayanan, tetapi operasionalnya akan tetap ditunjang oleh barang yang tampak seperti bangunan, furnitur, maupun peralatan. Selain itu, bukti fisik dapat terlihat dari penggunaan sosial media, logo, nama, juga konten yang dibuat. Bukti fisik tersebut merupakan salah satu strategi pemasaran yang dimiliki usaha. Oleh karena itu, bukti fisik tersebut harus menunjukkan nilai kenyamanan yang menjadi visi usaha. *SPARKLY BEAUTY BAR* mendekorasi ruangan semaksimal mungkin untuk bertemu dengan makna kenyamanan dari pelanggan. Konten-konten yang kami bagikan di sosial media juga menjadi sarana untuk menyampaikan nilai kenyamanan berada di salon ini.

## 4.5. Strategi Promosi

### a. Advertising

Periklanan difokuskan dengan memanfaatkan sosial media yang dimiliki. Hal ini dikarenakan target yang dituju merupakan generasi yang lahir dan tumbuh dalam era digitalisasi sehingga mereka telah akrab dengan sosial media. Selain itu, iklan di sosial media lewat konten yang dibuat sendiri tidak memerlukan biaya atau gratis. Namun demikian, untuk memperluas kesadaran merek, maka *SPARKLY BEAUTY BAR* akan memanfaatkan *influencer* sebagai *key opinion leader* yang tepat serta



memanfaatkan Instagram Ads, Tiktok Ads, serta Youtube Ads sehingga mampu menyasar pengguna sosial media yang mencari kata kunci tertentu berkaitan dengan *SPARKLY BEAUTY BAR* ini, seperti perawatan, kecantikan, dan kuku.

### **b Sales Promotion**

Promosi yang dilakukan adalah menjual paket atau *bundling* jasa yang diberikan, seperti perawatan kuku dan pewarnaan atau pewarnaan kuku dan pemijatan atau perawatan, pemijatan dan makanan dengan harga yang lebih murah dibanding hanya membeli jasa satuan. Selain paket, promosi juga dilakukan dengan memberi diskon harga pada hari libur Nasional juga hari ulang tahun *SPARKLY BEAUTY BAR*. Akan tetapi, diskon tidak dilakukan setiap hari libur Nasional, tetapi disesuaikan dengan kemampuan finansial perusahaan. Kedua promosi ini dilakukan untuk mendorong konsumen dalam melakukan penjualan setelah mengulik informasi tentang *SPARKLY BEAUTY BAR*.

Promosi penjualan juga dilakukan untuk mencari pelanggan baru dengan menggunakan referensi. Bagi konsumen lama yang membawa konsumen baru, maka akan diberikan potongan harga sesuai dengan keadaan finansial saat itu pada 6 bulan pertama pembukaan *SPARKLY BEAUTY BAR* atau pada waktu tertentu.

### **c Personal Selling**

Penjualan secara langsung akan dilakukan lewat presentasi secara lisan mengenai pelayanan yang diberikan oleh *SPARKLY BEAUTY BAR* untuk berkolaborasi dengan merek tertentu atau pentas kecantikan maupun *fashion* yang memerlukan penampilan kuku yang menawan. Ini merupakan suatu cara dalam mendapatkan konsumen dalam jumlah yang banyak sekaligus serta meningkatkan kesadaran merek di ajang yang luas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBIKKG (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.



#### d. Public Relation

Hubungan masyarakat merupakan bagian yang penting untuk membentuk citra perusahaan (Baran, 2017:146). Perusahaan akan menciptakan komunikasi yang aktif dan interaktif dengan para konsumen lewat penggunaan fitur-fitur di sosial media. Beberapa komentar teratas pada sosial media serta pertanyaan penting akan ditanggapi oleh admin sosial media dengan bahasa yang santun dan ramah. Selain itu, konten yang dibuat juga diangkat dari tren yang sedang berkembang di masyarakat sehingga konten yang berisikan pesan tertentu sesuai dengan nilai bisnis ini dapat dengan mudah diterima oleh pengguna sosial media.

Keluhan yang masuk pada berbagai sosial media serta e-mail dari website juga akan ditanggapi secepat mungkin. Setiap saran dan kritik akan ditampung. Selanjutnya, masukkan tersebut akan menjadi pembenahan bagi *SPARKLY BEAUTY BAR* sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Tentunya, masukkan yang diterima adalah masukkan yang masuk akal serta menguntungkan bagi bisnis.

#### e. Direct Marketing

Penjualan secara langsung akan menggunakan Whatsapp. Sebagaimana diketahui, setiap proses pemesanan dan pencarian informasi tentang *SPARKLY BEAUTY BAR* secara langsung adalah lewat Whatsapp. Dengan ini, maka *SPARKLY BEAUTY BAR* akan memiliki kontak konsumen. *SPARKLY BEAUTY BAR* akan mengirimkan pesan secara berkala sehingga tidak dianggap sebagai *spam*. Pesan tersebut bertujuan untuk mendorong konsumen agar datang kembali ke salon. Pesan yang mungkin disampaikan adalah promosi yang ditawarkan atau produk baru yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan ini, maka *SPARKLY BEAUTY BAR* berusaha menciptakan pelanggan yang loyal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Instititit 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.