



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

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

A Produk yang Dihasilkan

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.

Jasa memiliki sifat tidak berwujud yang sulit dilihat oleh mata, namun dapat dirasakan pemakaiannya dan kenyamanannya, serta dialami oleh masyarakat penggunanya. Jasa bersifat layanan bersifat beragam pada masyarakat yang menyediakannya dan menikmati layanan bergantung pada pemakainya atau penikmatnya (H.Agus Maulana & Anshory, 2023, p; 22)

Lashnailcia merupakan usaha yang bergerak di bidang kecantikan yang menyediakan jasa *eyelash extension* dan *nail art gel* dengan menggunakan produk yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. *Lashnailcia* menghadirkan jasa kecantikan untuk mempercepat waktu makeup dengan perawatan yang cukup mudah. *Lashnailcia* menyediakan berbagai pilihan untuk *eyelash extension* dan *nail art gel*. Pilihan *eyelash extension* yang beragam seperti Korean single *eyelash extension* , double *eyelash extension*, anime *eyelash extension*, dan juga Russian *eyelash extension*. Jasa *nail art gel Lashnailcia* menyediakan berbagai pilihan warna dan *accecories* sehingga pelanggan dapat memilih sesuai dengan selera pelanggan. Jasa *eyelash extension Lashnailcia* tidak membuat bulu mata botak, tidak sakit, tidak perih, tidak mengganjal, dan tahan hingga 2-3 minggu. Penggunaan *nail art gel* ini juga bisa tahan 2-3 minggu sehingga dapat bertahan dengan jangka yang cukup lama. *Eyelash extension* dan *nail art gel* ini untuk menambah kepercayaan diri dan menambah estetika.

Tabel 4.1

Varian Treatment Lashnailcia





No	Varian Eyelash	Gambar
EYELASH		
1	Korean Single Eyelash extension	
2	Double Eyelash extension	
3	Anime Eyelash extension	

© Hak Cipta milik IBI KKG (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 IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



No	Varian <i>Eyelash</i>	Gambar
4 © Hak cipta milik IBI KKG	Russian <i>Eyelash extension</i>	
NAIL ART		
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	<i>Manicure</i>	
	<i>Pedicure</i>	
	<i>Nail Gel Art</i>	

Sumber: *Lashnailcia*, 2023

- 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.



Logo merupakan suatu identitas yang dapat berupa tulisan, gambar, dan sketsa

yang memiliki ciri khas khusus dan makna tertentu. Logo yang menarik akan mudah diingat masyarakat. Berikut adalah gambar logo dari *Lashnailcia*

Gambar 4.1

Logo *Lashnailcia*



Sumber: *Lashnailcia*, 2023

Pemilihan logo *Lashnailcia* memilih menggunakan logo yang menarik sehingga mudah untuk diingat. *Lashnailcia* merupakan bisnis yang bergerak dibidang kecantikan yang akan memudahkan pelanggan agar *ready to go* dan menambah estetika penampilan. Pada logo *Lashnailcia* terdapat seorang yang menggunakan *eyelash extension* dan *nail art gel*. Warna pink yang lebih dominan di logo *Lashnailcia*, melambangkan feminim, keceriaan, kekuatan, maupun awet muda. Harapan dari *Lashnailcia*, hasil jasa *eyelash extension* dan *nail art gel* ini dapat menambah kebahagiaan dan membuat penampilan semakin menarik oleh siapa saja yang menggunakan.

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.



B. Gambaran Pasar

C

Melakukan peramalan penjualan jasa dalam sebuah bisnis yang dihasilkan dalam kurun waktu 5 tahun kedepan atau lebih ini perlu bukan hanya penjualan produk. Manfaat bagi perusahaan setelah melakukan proyeksi penjualan ini untuk memudahkan perusahaan dalam memperkirakan strategi yang cocok yang akan di ambil. Berikut adalah ramalan penjualan *Lashnailcia*:

Tabel 4.2

Ramalan Penjualan Jasa *Lashnailcia* Periode Januari - Desember Tahun 2024

(Dalam Unit)

NO	Varian Treatment	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Total
1	Korean Single Eyelash Extension	40	53	50	55	51	62	51	43	52	58	70	62	647
2	Double Eyelash Extension	25	34	32	34	30	36	29	32	33	43	55	60	443
3	Anime Eyelash Extension	22	23	28	24	20	27	24	22	19	18	27	24	278
4	Russian Eyelash Extension	16	20	18	22	16	20	21	18	21	19	22	25	238
5	Manicure	72	82	85	84	74	85	76	78	84	76	85	82	963
6	Pedicure	48	50	45	42	32	34	33	45	50	41	46	45	511
7	Nail Gel	27	30	36	38	46	58	40	39	26	36	40	52	468
TOTAL		250	292	294	299	269	322	274	277	285	291	345	350	3548

Sumber: *Lashnailcia*, 2023

Pada Tabel 4.2, data ramalan penjualan jasa *Lashnailcia* diambil dari pengamatan bisnis serupa. *Lashnailcia* memiliki banyak peminat pada bulan tertentu, seperti pada bulan Februari yaitu hari raya *Valentine* dan hari raya Imlek, pada bulan Maret – April yaitu hari raya *Rahmadhan*, pada bulan Juni yaitu liburan anak *sekolah* dimana biasanya orang-orang liburan dengan memperhatikan penampilan, pada bulan Desember yaitu hari Natal dan Tahun Baru.

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.



Tabel 4.3

Anggaran Penjualan Jasa *Lashnailcia* Periode Januari - Desember 2024

(Dalam Ribuan Rupiah)

NO	Variasi Treatment	Harga	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ag	Sep	Okt	Nov	Des	Total
1	Korean Single Eyelash Extension	115,000	4,600,000	6,095,000	5,750,000	6,325,000	5,865,000	7,130,000	5,865,000	4,945,000	5,980,000	6,670,000	8,050,000	7,130,000	74,405,000
2	Double Eyelash Extension	165,000	4,125,000	5,610,000	5,280,000	5,610,000	4,950,000	5,940,000	4,785,000	5,280,000	5,445,000	7,095,000	9,075,000	9,900,000	73,095,000
3	Anime Eyelash Extension	145,000	3,190,000	3,335,000	4,060,000	3,480,000	2,900,000	3,915,000	3,480,000	3,190,000	2,755,000	2,610,000	3,915,000	3,480,000	40,310,000
4	Russian Eyelash Extension	175,000	2,800,000	3,500,000	3,150,000	3,850,000	2,800,000	3,500,000	3,675,000	3,150,000	3,675,000	3,325,000	3,850,000	4,375,000	41,650,000
5	Manicure	35,000	2,520,000	2,870,000	2,975,000	2,940,000	2,590,000	2,975,000	2,660,000	2,730,000	2,940,000	2,660,000	2,975,000	2,870,000	33,705,000
6	Pedicure	55,000	2,640,000	2,750,000	2,475,000	2,310,000	1,760,000	1,870,000	1,815,000	2,475,000	2,750,000	2,255,000	2,530,000	2,475,000	28,105,000
7	Nail Gel	85,000	2,295,000	2,550,000	3,060,000	3,230,000	3,910,000	4,930,000	3,400,000	3,315,000	2,210,000	3,060,000	3,400,000	4,420,000	39,780,000
	TOTAL		22,170,000	26,710,000	26,750,000	27,745,000	24,775,000	30,260,000	25,680,000	25,085,000	25,755,000	27,675,000	33,795,000	34,650,000	331,050,000

Sumber: *Lashnailcia*, 2023

Tabel 4.4

Anggaran Penjualan Jasa *Lashnailcia* Dalam 5 Tahun

(Dalam Ribuan Rupiah)

Tahun	2024	2025	2026	2027	2028
Penjualan	331,050,000	364,155,000	400,570,500	440,627,550	484,690,305

Sumber: *Lashnailcia*, 2023

Tabel 4.4 merupakan anggaran penjualan jasa *Lashnailcia* dalam 5 tahun dari tahun 2024 sampai 2028. Asumsi peningkatan penjualan ini di tahun 2024 sampai 2028 mengalami kenaikan sebesar 10% setiap tahun berdasarkan peningkatan penjualan unit. Asumsi ini didasarkan pada tujuan *Lashnailcia* yang ingin dicapai.

C. Target Pasar yang dituju

Pebisnis yang baru memulai usaha wajib untuk mengenali dan menentukan target pasar yang akan menjadi sasaran. Target pasar ini dikelompokkan berdasarkan segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi perilaku. Tujuan dilakukan penentuan target pasar agar bisnis ini dapat menjangkau

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 © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dengan efektif sesuai target pasar dari bisnis tersebut. Berikut target pasar yang dituju

Lashnailcia:

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis adalah pembagian konsumen berdasar wilayah seperti negara, provinsi, kota, kabupaten dan lingkungan. Target pasar *Lashnailcia* berdasarkan segmentasi geografis menentukan lokasi berada di jl. Pangeran Jayakarta, Jakarta Pusat merupakan lokasi strategis dimana sekitar tersebut terdapat perkantoran dan juga perumahan.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis adalah pembagian konsumen berdasar variabel jenis kelamin, usia, ukuran keluarga, siklus kehidupan keluarga, pekerjaan, penghasilan, pendidikan, agama, etnis, kewarganegaraan. *Lashnailcia* menargetkan pelanggan dengan usia 15 tahun – 55 tahun khususnya perempuan ini adalah target pasar *Lashnailcia* berdasarkan segmentasi demografis.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis adalah pembagian konsumen berdasar gaya hidup, kepribadian, dan ketertarikan. *Lashnailcia* menargetkan masyarakat yang memiliki gaya hidup praktis, konsumtif, dan juga memiliki ketertarikan terhadap penampilan.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku adalah pembagian konsumen berdasar tingkah laku, pengetahuan, pemakaian, maupun cara pandang terhadap suatu produk / jasa.

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.



Lashnailcia menentukan target kepada masyarakat yang memiliki sudut pandang terhadap penampilan dan pemakaian terhadap *eyelash extension* maupun *nail art gel*.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Strategi Pemasaran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Strategi pemasaran adalah rencana yang digunakan untuk melakukan pemasaran seperti memperkenalkan brand maupun mencapai keuntungan bagi perusahaan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan.

1. Diferensiasi

Diferensiasi merupakan perbedaan penawaran pasar untuk menghasilkan nilai pelanggan yang unggul (Kotler & Armstrong, 2018). Diferensiasi terhadap jasa *Lashnailcia* berada pada kualitas jasa dan kualitas pelayanan. *Lashnailcia* menyediakan jasa yang berkualitas dengan menggunakan tenaga *professional*. *Lashnailcia* memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pelanggan agar merasa puas dan nyaman.

2. Positioning

Positioning merupakan penempatan suatu produk secara jelas, berbeda sesuai dengan keinginan terhadap produk pesaing dalam benak konsumen sasaran (Kotler & Armstrong, 2018). *Positioning Lashnailcia* adalah sebagai bisnis yang menyediakan jasa pemasangan *eyelash extension* dan juga *nail art gel*.

3. Penetapan Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang dimiliki oleh barang / jasa dan dapat ditukar barang atau jasa. Secara umum, harga ditentukan oleh pemilik bisnis

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.



produk ataupun jasa. Harga juga sebagai penentu keberhasilan sebuah bisnis, semakin besar keuntungan yang di dapat maka bisnis produk / jasa tersebut berhasil. Ada 3 jenis strategi penetapan harga yaitu

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. *Customer Value–Based Pricing*

Customer Value–Based Pricing atau yang dikenal dengan penetapan harga berdasarkan nilai artinya kunci penetapan harga ini ada pada persepsi nilai dari pembeli. Penetapan harga berdasarkan nilai dipertimbangkan bersama dengan pemasaran lain sebelum srategi pemasaran ditetapkan. Ada dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu:

1) *Good - Value Pricing*

Strategi penetapan harga yang baik ditentukan dengan penawaran dari kualitas dan pelayanan yang baik dan adil.

2) *Value – Added Pricing*

Strategi penetapan harga ditentukan dengan penambahan nilai terhadap kualitas, fitur, dan pelayanan. Hal ini membuat deferensiasi dan menunjang harga mereka akan lebih tinggi.

b. *Cost–Based Pricing*

Cost–Based Pricing atau yang dikenal dengan penetapan harga berdasarkan biaya adalah penetapan harga yang menyangkut biaya produksi, distribusi, dan menjual produk serta dengan tingkat pengembalian untuk upaya dan risiko. Ada dua jenis penetapan harga berdasarkan biaya, 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.



- 1) *Cost – Plus Pricing* Strategi penetapan harga berdasarkan penambahan biaya kepada produk atau jasa.
- 2) *Break – Even Analysis and Target Profit Pricing* Strategi penetapan harga berdasarkan analisis titik impas dan target laba, dapat dengan cara membuat target pengembalian.

c. *Competition – Based Pricing*

Competition – Based Pricing atau yang dikenal dengan penetapan harga oleh pesaing adalah penetapan harga produk atau jasa berdasarkan strategi, biaya, harga, dan penawaran pasar oleh pesaing. Strategi penetapan harga yang tepat untuk *Lashnailcia* adalah *Competition – Based Pricing*. Karena *Lashnailcia* melakukan penetapan harga berdasarkan pesaing. Harga *Lashnailcia* lebih rendah dibandingkan salon kecantikan lainnya tetapi tetap memperhatikan hasil jasa dan menggunakan produk berkualitas agar mampu untuk bersaing dan menarik pelanggan. *Lashnailcia* memberikan harga untuk *eyelash extension* mulai dari Rp 115.000 dan untuk *nail art gel* mulai dari Rp 35.000.

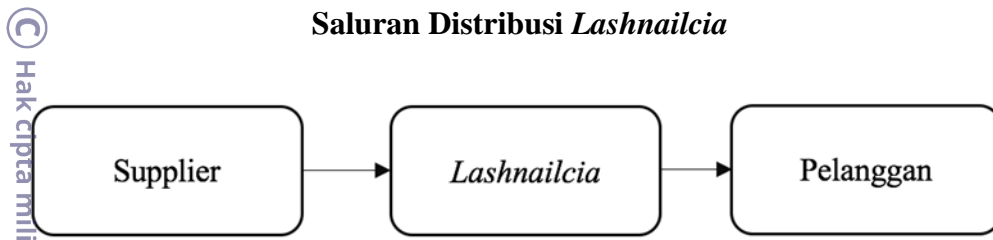
4. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah kegiatan pemasaran yang saling tergantung dalam proses mempermudah penyaluran produk maupun jasa kepada pelanggan untuk digunakan atau dikonsumsi (Siti Nur Qomariyah & Siswantoro, 2021,p:17). *Lashnailcia* menggunakan saluran distribusi langsung ke pelanggan. Alat dan produk sudah diolah oleh supplier. *Lashnailcia* perlu mengolah alat dan produk untuk menghasilkan jasa *eyelash extension* dan *nail art gel*.



Gambar 4.2

Saluran Distribusi *Lashnailcia*



Sumber: *Lashnailcia*, 2023

E. Strategi Promosi

Promosi adalah usaha atau cara untuk menawarkan produk / jasa dengan tujuan untuk meningkatkan produk atau jasa. Usaha promosi ini dapat melalui iklan atau potongan harga. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi dan menarik suatu perusahaan beriklan, semakin besar pula keputusan konsumen untuk membeli dan memesan produk/jasa tersebut.

Data dari *We Are Social Indonesia* (2023) menunjukkan bahwa pengguna internet dan media sosial dari total populasi (jumlah penduduk) 276,4 juta , ada perangkat mobile yang terhubung 353,8 juta (128% dari total populasi), untuk pengguna internet 212,9 juta (77% dari total populasi), dan pengguna media sosial aktif adalah 167 juta (60,4%) (Dwi, A, 2023). Melihat data tersebut program promosi yang akan dilakukan *Lashnailcia* akan berfokus pada strategi promosi secara online melalui platform media sosial. Rincian program yang akan dilakukan *Lashnailcia* sebagai strategi promosi:

1. *Advertising*

Advertising adalah jenis upaya perusahaan untuk mempromosikan produk / jasa agar menarik perhatian pelanggan dalam bentuk gambar, video, maupun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG 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.



kata-kata. Strategi *Lashnailcia* menggunakan program media periklanan secara digital seperti *Instagram Ads*, menggunakan jasa *KOL (Key Opinion Leader)* atau yang sering disebut *endorsement* dan melalui *mouth to mouth*. Hasil penggunaan jasa *KOL (Key Opinion Leader)* ini dapat menjadi materi untuk *Instagram Ads*. Tujuannya agar merek dan hasil jasa *Lashnailcia* dapat lebih luas dikenal di masyarakat, dapat meningkatkan penjualan jasa, dan menjangkau pelanggan di wilayah DKI Jakarta, khususnya di wilayah Jakarta Pusat.

Sales Promotion

Lashnailcia memberikan penawaran promo kecil seperti diskon, promo bundling, sistem *reward* dengan jangka waktu tertentu, untuk menarik pelanggan agar ingin menggunakan jasa *Lashnailcia*. *Lashnailcia* akan memberikan diskon khusus karena biasanya ada beberapa pelanggan yang ingin menggunakan *eyelash extension* atau *nail art gel* hanya pada saat acara tertentu. Dalam hal ini contohnya seperti, *Lashnailcia* memberikan potongan harga sebesar Rp 25.000 dengan minimal *treatment* sebesar Rp 115.000 pada bulan ulang tahun pelanggan. *Lashnailcia* memberikan promo pada saat *Lashnailcia anniversary* pada bulan Januari akan memberikan promo khusus yaitu *free treatment nail art gel* dengan minimal pembelian Rp 150.000 dalam waktu satu bulan. Jika sistem *reward*, *Lashnailcia* akan memberikan *free treatment nail art gel* bagi pelanggan yang sudah melakukan *treatment* 10 kali dengan berlakunya jangkauan 1 tahun. Dalam program *give away* saat event seperti *Valentine*, Imlek, *Rahmadhan*, dan Natal. *Lashnailcia* memberikan ketentuan keikutsertaan dengan cara mengikuti media sosial *Instagram* dan *TikTok Lashnailcia* dan yang aktif menyukai postingan *Lashnailcia*. Pemilihan satu orang pemenang akan mendapatkan *free treatment Korean single eyelash extension* di *Lashnailcia*.

© 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.



3. *Public Relation*

Public Relation merupakan cara untuk membangun citra perusahaan positif ke masyarakat. *Lashnailcia* akan membangun citra perusahaan yang baik karena ini akan meningkatkan *brand image* dan koneksi dengan pelanggan. Cara yang akan dilakukan *Lashnailcia* adalah interaksi dengan pelanggan melalui konten yang menarik, berguna untuk pelanggan sehingga menarik perhatian pelanggan; menyediakan layanan *customer care* untuk menangani segala pertanyaan; menerima saran maupun kritik dari pelanggan dan akan selalu menjaga kualitas jasa yang ditawarkan *Lashnailcia*.

4. *Direct Marketing*

Direct marketing adalah pemasaran produk / jasa secara langsung tanpa adanya pihak ketiga. Dalam melakukan *direct marketing* untuk menarik pelanggan agar memiliki keinginan menggunakan jasa *Lashnailcia* dengan menggunakan media sosial khususnya *Instagram* untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan. *Lashnailcia* akan membuat rencana konten agar dapat memposting konten menarik dan berguna untuk pelanggan secara konsisten. Hal ini dapat membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan jasa *Lashnailcia*.

5. *Personal Selling*

Lashnailcia melakukan *personal selling* untuk membantu promosi secara dua arah dengan memanfaatkan hubungan perusahaan dan pelanggan. Hal ini untuk menarik pelanggan untuk menggunakan jasa *eyelash extension* dan *nail art gel*.

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