



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

A. Produk yang dihasilkan

Lvnaria menawarkan produk berupa *lingerie* untuk wanita. Lvnaria memakai model bisnis *white label* dimana Lvnaria memperoleh produk langsung dari produsen dan tidak memproduksinya sendiri. Produk Lvnaria dibuat dari bahan balon sutra yang lembut dan licin sehingga nyaman dipakai saat tidur. Saat ini Lvnaria memiliki 12 tipe produk dengan berbagai pilihan warna. Berikut ini adalah beberapa produk dari Lvnaria:

Gambar 4.1
Beberapa produk Lvnaria



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 IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Sumber : Lvnaria

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 Lvnaria.

Gambar 4 2
Logo Lvnaria



Sumber : Lvnaria

Logo Lvnaria mengusung konsep elegan, dengan latar berwarna biru gelap yang melambangkan suasana malam. Gambar siluet rubah yang tampil dalam logo ini memiliki makna simbolis. Rubah sering diasosiasikan dengan kecerdikan, pesona, dan keanggunan, mencerminkan karakter produk Lvnaria yang menonjolkan daya tarik dan kepercayaan diri penggunanya. Selain itu, rubah juga merupakan hewan malam, menggambarkan hubungan yang kuat dengan tema malam yang diusung oleh Lvnaria.

B. Gambaran Pasar

Pesaing Lvnaria, yaitu Qingerie, mampu menjual hingga 4.265 produk setiap bulannya dengan 15 variasi produk. Dengan jumlah pengikut di Shopee mencapai 116,4 ribu dan pengalaman berjualan selama 4 tahun. Lvnaria, sebagai pendatang baru di pasar, menetapkan target yang realistis dengan mengambil 3% dari total



penjualan Qingerie sebagai tolok ukur pasar. Berikut merupakan ramalan penjualan

Lynaria di bulan Mei tahun 2025:

Tabel 4.1
Ramalan Penjualan Lvnaria Bulan Mei 2025

Model	Jumlah (pcs)	Harga	Total Pendapatan
Rhea	10	Rp 145.000	Rp 1.450.000
Lynara	9	Rp 145.000	Rp 1.305.000
Sierra	8	Rp 145.000	Rp 1.160.000
Dionne	9	Rp 145.000	Rp 1.305.000
Yarra	8	Rp 145.000	Rp 1.160.000
Laira	10	Rp 145.000	Rp 1.450.000
Kyra	7	Rp 150.000	Rp 1.050.000
Elara	9	Rp 150.000	Rp 1.350.000
Nerina	10	Rp 150.000	Rp 1.500.000
Solene	8	Rp 150.000	Rp 1.200.000
Lorra	9	Rp 150.000	Rp 1.350.000
Helene	30	Rp 190.000	Rp 5.700.000
Total Pendapatan Perbulan			Rp 19.980.000

Data diolah Oleh : Lvnaria,2025

Tabel 4.2
Ramalan Penjualan Lvnaria Tahun 2025 Perbulan

Mei
(turun 10%)

Jumlah Model	Harga	Penjualan	Total Harga
6	Rp 145.000	54	Rp 7.830.000
5	Rp 150.000	43	Rp 6.450.000
1	Rp 190.000	30	Rp 5.700.000
		127	Rp 19.980.000

Juni
(turun 8%)

Jumlah Model	Harga	Penjualan	Total Harga
6	Rp 145.000	50	Rp 7.250.000
5	Rp 150.000	39	Rp 5.850.000
1	Rp 190.000	28	Rp 5.320.000
		117	Rp 18.420.000

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

Hak Cipta Ditindungi 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Juli (naik 20%)

Jumlah Model	Harga	Penjualan	Total Harga
6	Rp 145.000	59	Rp 8.555.000
5	Rp 150.000	46	Rp 6.900.000
1	Rp 190.000	35	Rp 6.650.000
		140	Rp 22.105.000

Agustus (naik 10%)

Jumlah Model	Harga	Penjualan	Total Harga
6	Rp 145.000	64	Rp 9.280.000
5	Rp 150.000	52	Rp 7.800.000
1	Rp 190.000	37	Rp 7.030.000
		153	Rp 24.110.000

September (turun 15 %)

Jumlah Model	Harga	Penjualan	Total Harga
6	Rp 145.000	55	Rp 7.975.000
5	Rp 150.000	47	Rp 7.050.000
1	Rp 190.000	28	Rp 5.320.000
		130	Rp 20.345.000

Oktober (naik 5%)

Jumlah Model	Harga	Penjualan	Total Harga
6	Rp 145.000	58	Rp 8.410.000
5	Rp 150.000	49	Rp 7.350.000
1	Rp 190.000	30	Rp 5.700.000
		137	Rp 21.460.000

November (naik 15%)

Jumlah Model	Harga	Penjualan	Total Harga
6	Rp 145.000	64	Rp 9.280.000
5	Rp 150.000	57	Rp 8.550.000
1	Rp 190.000	35	Rp 6.650.000
		156	Rp 24.480.000

Desember (naik 20 %)

Jumlah Model	Harga	Penjualan	Total Harga
6	Rp 145.000	83	Rp 12.035.000
5	Rp 150.000	64	Rp 9.600.000
1	Rp 190.000	42	Rp 7.980.000
		189	Rp 29.615.000

Data diolah oleh Lvnaria

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.



Setiap tahunnya Lvnaria diasumsikan akan mengalami kenaikan penjualan sebanyak 20% dari tahun sebelumnya. Berikut merupakan tabel proyeksi penjualan selama 5 tahun dari tahun 2025 sampai dengan tahun 2029:

Tabel 4.3

Proyeksi Penjualan Tahun 2025-2029 (Dalam Rupiah)

Tahun	Total Penjualan
2025	Rp 180.515.000
2026	Rp 315.678.000
2027	Rp 378.813.600
2028	Rp 454.576.320
2029	Rp 545.491.584

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

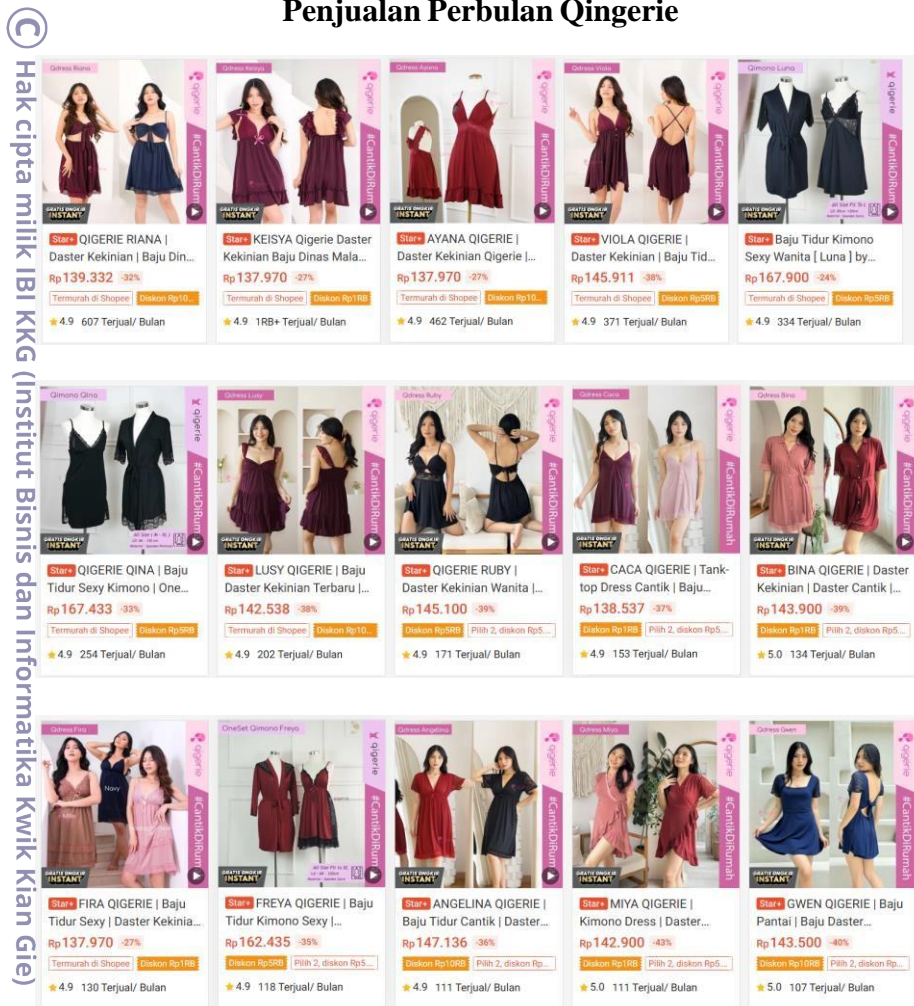
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

Gambar 4 3

Penjualan Perbulan Qingerie



Sumber Shopee Qingerie

C. Target Pasar yang Dituju

Dalam bukunya yang berjudul *Principles of Marketing (2021)*, Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang lebih kecil yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda, yang mungkin memerlukan produk atau strategi pemasaran yang berbeda.

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.



Tujuan utama segmentasi pasar adalah untuk memungkinkan sebuah bisnis mengidentifikasi peluang pasar yang lebih spesifik dan efektif. Melalui segmentasi, bisnis dapat fokus pada segmen-segmen yang paling menguntungkan dan mengalokasikan sumber daya pemasaran dengan lebih efisien.

Beberapa dasar yang digunakan dalam segmentasi pasar yaitu :

1. Segmentasi Geografis yang membagi pasar berdasarkan lokasi, seperti negara, wilayah, kota, atau lingkungan. Lvnaria merupakan online shop yang berpusat di Jakarta. Dengan adanya online shop memungkinkan Lvnaria untuk menjangkau pelanggan ke seluruh wilayah Indonesia.
2. Segmentasi Demografis membagi pasarnya berdasarkan beberapa faktor seperti umur, pendapatan, jenis kelamin, dan pekerjaan. Lvnaria menetapkan sasaran usia 18 sampai dengan usia 30 tahun dengan jenis kelamin wanita. Namun, produk Lvnaria dapat juga digunakan oleh konsumen dengan usia diatas 30 tahun.
3. Segmentasi Psikografis ini membagi pasar berdasarkan kelas sosial, kepribadian, dan gaya hidup seseorang. Lvnaria menawarkan produk untuk wanita yang mengutamakan kenyamanan, gaya, dan kepercayaan diri dalam setiap momen, termasuk saat beristirahat. Lvnaria menargetkan wanita modern yang juga menanamkan nilai *self-love* dan *self-care*, yang meyakini bahwa mengenakan pakaian tidur yang cantik tidak hanya menciptakan perasaan positif, tetapi juga mampu meningkatkan rasa percaya diri. Produk Lvnaria dipasarkan dengan kisaran harga Rp145.000,00 sampai dengan Rp190.000,00. Oleh karena itu, Lvnaria menetapkan sasaran orang orang dengan kelas sosial menengah hingga menengah keatas.

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.



D. Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2021), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Beberapa unsur strategi pemasaran yaitu :

1. Diferensiasi

Diferensiasi merupakan salah satu konsep penting dalam pemasaran yang bertujuan untuk membedakan produk atau jasa dari pesaing di pasar. Diferensiasi sangat penting dalam pemasaran karena dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Lvnaria menawarkan *lingerie* dengan harga yang kompetitif meskipun menggunakan model bisnis *white label*. Produk Lvnaria dirancang dengan fitting yang sesuai dengan bentuk tubuh orang asia untuk memberikan kenyamanan dan tampilan yang elegan. Selain itu, setiap detail diperhatikan dengan seksama, termasuk jahitan yang halus dan rapi, memastikan tampilan yang mewah dan tahan lama.

Lvnaria juga memahami bahwa kualitas produk harus didukung oleh pelayanan yang baik. Oleh karena itu, Lvnaria berkomitmen untuk memberikan layanan pelanggan yang responsif, ramah, dan profesional, mulai dari pemesanan hingga pengiriman. Dengan fokus pada kepuasan pelanggan, Lvnaria memastikan pengalaman belanja yang nyaman dan memuaskan.

2. Positioning

Positioning dapat didefinisikan sebagai upaya untuk menempatkan suatu produk atau jasa di benak konsumen dalam satu posisi yang unik dan berbeda dari produk atau jasa sejenis lainnya di pasaran. Lvnaria hadir sebagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang (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.



brand *lingerie* yang mengutamakan kenyamanan dan desain elegan untuk mendukung wanita tampil percaya diri. Lebih dari sekadar produk pakaian tidur, Lvnaria membawa misi pemberdayaan perempuan dengan menginspirasi mereka untuk mencintai diri sendiri (*self-love*). Melalui produknya, Lvnaria mendorong setiap wanita untuk merasa istimewa dan cantik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Penetapan harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2021), harga adalah jumlah yang dibayarkan untuk suatu produk atau jasa. Namun, dalam pengertian yang lebih luas, harga adalah total nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Secara umum, tiga strategi penetapan harga paling umum digunakan:

a). Penetapan Harga berdasarkan Biaya

Strategi penetapan harga ini menghitung biaya produksi dan menambahkan persentase tertentu sebagai laba.

b) Penetapan Harga Berdasarkan Metode Kebutuhan/Permintaan

Harga ditetapkan dengan mempertimbangkan permintaan pasar, kondisi pasar, dan keinginan pelanggan.

c) Penetapan Harga berdasarkan Pendekatan Pesaing

Penetapan harga yang didasarkan kepada harga yang ditetapkan oleh pesaing, hal ini dilakukan terutama untuk produk-produk yang bersifat homogen.

Lvnaria memilih strategi *Competition Oriented Pricing* atau penetapan harga berdasarkan pesaing karena pasar *lingerie* memiliki persaingan yang cukup banyak dengan banyak pilihan produk yang serupa di kategori yang sama.

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.



Mengingat Lvnaria menggunakan model bisnis *white label*, di mana produk diambil dari produsen dan tidak diproduksi sendiri, strategi ini memungkinkan Lvnaria untuk menyesuaikan harga dengan kompetitor sambil tetap menawarkan nilai tambah seperti desain, kenyamanan, dan kualitas yang tinggi.

Dengan mengacu pada harga pesaing, Lvnaria dapat tetap kompetitif di pasar karena harga yang seimbang dengan kompetitor membuat Lvnaria tidak kehilangan pelanggan potensial yang sensitif terhadap harga. Selain itu strategi ini memudahkan Lvnaria untuk menyesuaikan harga sesuai tren pasar dan strategi pesaing tanpa mengorbankan keuntungan.

4 Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2021), saluran distribusi didefinisikan sebagai sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen akhir atau pengguna bisnis. Saluran distribusi berfungsi sebagai jembatan antara produsen dan konsumen, memastikan produk dapat disampaikan dengan efisien dan tepat waktu. Terdapat dua macam saluran distribusi, langsung dan tidak langsung. Distribusi langsung merupakan cara pendistribusian suatu perusahaan yang memproduksi barang dan jasa berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, sedangkan distribusi tidak langsung cara pendistribusian suatu perusahaan yang memasarkan produknya melalui perusahaan lainnya yang bertindak sebagai perantara penjualan.

Lvnaria menggunakan saluran distribusi langsung karena Lvnaria dapat mengontrol kualitas layanan serta pengalaman belanja yang tetap terjaga tanpa

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



campur tangan pihak ketiga. Selain itu dengan saluran langsung, Lvnaria dapat memberikan layanan pelanggan yang cepat dan ramah, meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan memperkuat image brand.

E. Strategi Promosi

Promosi menurut Kotler dan Armstrong (2021), adalah bahan utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari kumpulan alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau layanan tertentu secara lebih cepat atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Terdapat lima strategi promosi utama yang dikenal sebagai Promotion Mix atau Bauran Promosi. Strategi ini digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, membangun hubungan, dan mendorong penjualan, yakni:

1. Advertising

Advertising atau iklan adalah bentuk promosi berbayar untuk sebuah barang atau jasa dan merupakan salah satu alat promosi yang paling umum digunakan bisnis untuk menjangkau audiens yang luas. Tujuannya adalah untuk membangun brand awareness, dan menarik perhatian pasar. Lvnaria memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk beriklan, khususnya melalui Instagram dan TikTok. Strategi ini mencakup penggunaan iklan berbayar (ads) di platform instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik perhatian calon pelanggan. Selain itu, Lvnaria juga akan mengendorse influencer di bidang fashion untuk mempromosikan produknya. Kolaborasi ini diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness* dan memperkuat citra merek Lvnaria.

2. Sales Promotion

Sales promotion merupakan insentif jangka pendek yang dilakukan oleh pihak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KIG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penjual agar pelanggan segera melakukan pembelian produk. Untuk meningkatkan penjualan, Lvnaria menawarkan diskon khusus di tanggal-tanggal tertentu seperti tanggal kembar (double date) dan Pay Day Sale. Promosi ini dirancang untuk menciptakan rasa urgensi dan menarik pelanggan yang mencari diskon.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Personal Selling

Personal selling merupakan teknik promosi dimana penjual akan mendatangi pelanggan dan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. Saat ini, sebagai toko online, Lvnaria belum memiliki kesempatan untuk melakukan penjualan tatap muka langsung. Namun, ke depannya, Lvnaria berencana untuk berpartisipasi dalam bazar fashion di Jabodektabek. Melalui kesempatan ini, Lvnaria dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan dan membangun hubungan yang lebih personal dengan target pasar.

4. Public Relation

Public Relation merupakan proses untuk mempertahankan citra baik serta membantu membangun hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan atau rekan brand. Lvnaria akan aktif berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial dan platform *e-commerce*. Selain memberikan pelayanan yang ramah dan responsif, Lvnaria juga akan menerima kritik dan saran dengan sikap terbuka sebagai bahan evaluasi dan perbaikan produk serta layanan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan hubungan yang erat dan loyalitas jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, Lvnaria akan aktif merespons komentar dan pesan pelanggan untuk menciptakan komunikasi yang hangat.

5. Direct Marketing

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

Direct Marketing melibatkan komunikasi langsung dengan pelanggan melalui berbagai saluran. Lvnaria memanfaatkan platform *e-commerce* seperti Shopee dan TikTok Shop untuk menjangkau pelanggan secara langsung. Selain itu, Lvnaria juga aktif di Instagram dan TikTok dengan memanfaatkan konten menarik dan interaktif. Komunikasi yang personal melalui DM (Direct Message) di platform ini memungkinkan Lvnaria memberikan pelayanan responsif dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

C 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.