



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Sebelum mengembangkan sebuah bisnis tertentu atau bahkan menciptakan sebuah bisnis baru ada baiknya dilakukan analisis industri terlebih dahulu.

Analisis industri merupakan salah satu bagian paling fundamental. Setelah melakukan analisis industri kita dapat mengidentifikasi peluang investasi, risiko dan *return* yang diharapkan kedepannya. Dalam analisis industri, biasanya kita mencoba membandingkan berbagai hal terlebih dahulu apakah industri ini cukup menjanjikan ataupun sebaliknya.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Dalam berbisnis seseorang harus dapat menganalisis tren dan pertumbuhan industri terkait untuk melihat kelayakan suatu bisnis. *Beulashes* adalah bisnis yang bergerak di bidang industri kecantikan yang mana merupakan industri yang sangat besar peluangnya apalagi di era modern seperti saat ini.

Perkembangan industri kecantikan saat ini semakin pesat. Indonesia menjadi salah satu negara yang masyarakatnya sangat memperhatikan kecantikan. Penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa memberikan potensi yang sangat besar di industri kecantikan. Potensi tersebut muncul karena penduduk Indonesia yang didominasi oleh wanita yang ingin selalu terlihat cantik, dan kini pun diikuti oleh para pria yang mulai ingin mengikuti wanita yaitu mempercantik diri mereka, dengan artian para pria tersebut mulai memperhatikan secara keseluruhan penampilan mereka setiap saat. Kondisi tersebut mulai dimanfaatkan oleh para produsen produk kecantikan di Indonesia (Kemenperin, 2013)



Belakangan ini, banyak tren kecantikan baru yang menjamur di Indonesia

② dapat dilihat dari bertumbuh nya banyak perusahaan kecantikan lokal yang mulai berkembang pesat dalam mengeluarkan produk – produk baru. Selain itu tren kecantikan juga mulai menjamur di Indonesia seperti *eyelash extension*, sulam alis, sulam bibir, *filler* hidung, *filler* dahi, *filler* dagu, *filler* pipi, tanam benang, *radio frequency face lift up*, *Botulinum Toxin*, *Microdermabrasion*, *Thread Lift*, *IPL Hair Removal*, *Laser Treatment* dan masih banyak lagi tren kecantikan lainnya.

Salah satu cara untuk melihat suatu industri menarik atau tidak adalah dengan melihat PDB yang dihasilkan setiap tahunnya. *Beulashes* menjalankan bisnisnya di daerah Yogyakarta oleh sebab itu data yang akan digunakan adalah data PDRB daerah Yogyakarta. Data untuk Yogyakarta menurut Lapangan Usaha dapat dilihat di tabel berikut :

Tabel 3.1

Nilai PDRB ADHB, ADHK 2000, Laju Pertumbuhan dan Sumber Pertumbuhan Ekonomi DIY menurut Lapangan Usaha Tahun 2012 dan 2013

Lapangan Usaha	Atas Dasar Harga Berlaku (Miliar rupiah)		Atas Dasar Harga Konstan 2000 (Miliar rupiah)		Laju Pertumbuhan (Persen)		Andil Pertumbuhan (Persen)	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1. Pertanian	8.355,33	8.861,28	3.706,92	3.730,30	4,19	0,63	0,67	0,10
2. Pertambangan dan Penggalian	379,95	416,53	159,81	167,67	1,98	4,92	0,01	0,03
3. Industri Pengolahan	7.609,34	8.771,19	2.915,12	3.142,84	-2,28	7,81	-0,31	0,98
4. Listrik, Gas dan Air Bersih	727,57	796,70	215,54	229,64	7,11	6,54	0,06	0,06
5. Konstruksi	6.186,32	6.908,38	2.318,45	2.459,17	5,97	6,07	0,59	0,60
6. Perdagangan, Hotel dan Restoran	11.457,20	13.152,52	4.920,05	5.225,06	6,69	6,20	1,39	1,31
7. Pengangkutan dan Komunikasi	4.903,52	5.400,53	2.581,62	2.744,15	6,21	6,30	0,68	0,70
8. Keuangan, Real Estat dan Jasa Perusahaan	5.876,20	6.543,15	2.402,72	2.552,44	9,95	6,23	0,98	0,64
9. Jasa-jasa	11.536,32	12.840,03	4.088,34	4.316,21	7,09	5,57	1,22	0,98
PDRB	57.031,75	63.690,32	23.308,56	24.567,48	5,32	5,40	5,32	5,40

Sumber : https://yogyakarta.bps.go.id/website/brs_ind/brsInd-20150406121626.pdf

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.



© Pada data di atas dapat dilihat bahwa industri jasa terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa industri kecantikan masih memiliki daya tarik sehingga memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang.

B. Analisis Pesaing

Menurut Fred R. David (2013:105), pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Pasar dapat mencakup area geografis ataupun segmentasi produk.

Agar dapat menetapkan strategi yang kompetitif dan efektif, perusahaan perlu mencermati produk, harga, saluran distribusi maupun saluran promosi yang dilakukan oleh pesaing dekatnya. Dengan cara ini, perusahaan akan dapat menemukan bidang-bidang yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan sekaligus mengetahui pula kelemahan pesaing yang dapat diserang. Pengetahuan mengenai pesaing akan membantu perusahaan dalam menetapkan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan bisnis.

Beulashes menawarkan jasa yang masih jarang ditemui di kebanyakan salon yaitu *eyelash extension*. Hal ini membuat *Beulashes* memiliki sedikit pesaing karena masih jarang ditemukannya jasa sejenis di salon - salon khususnya area Yogyakarta. Apalagi yang memiliki Pesaing-pesaing yang dimiliki oleh *Beulashes*, diperkirakan antara lain :

1. *Vanilla Beauty Bar*

Jenis Produk	: Salon Kecantikan
Segmentasi konsumen	: <i>Middle High</i>
Jumlah Outlet	: 1

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.



Alamat Toko : Jl. Melati Wetan No. 32D Baciro, Yogyakarta

Instagram : @vanillabeautybar

Kontak : 087834466228



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. *Beautymark*

Jenis Produk : Waxing & Eyelash Extension Specialist

Segmentasi konsumen : *Middle High*

Jumlah Outlet : 1

Alamat Toko : Hartono Mall L2-27 Jl. Jalan Ringroad Utara,
Sangrahan, Kaliwaru Condong Catur, Depok,
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta
55281

Instagram : @beautymarkid

Kontak : 08112500188

C. Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment, and Legal*)

Analisis PESTEL dilakukan untuk dapat lebih mengetahui apa saja faktor eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis agar dapat lebih unggul dalam persaingan dengan pebisnis lainnya dan menjadikan perusahaan menjadi pemimpin pasar. Menurut Fred R. David (2013:93), kekuatan eksternal PESTEL dibagi menjadi 6 kategori yaitu:

1. *Politic (Politik)*

Faktor politik dapat memperlihatkan peluang atau ancaman bagi sebuah perusahaan tertentu, untuk industri dan perusahaan yang sangat bergantung pada kontrak atau subsidi pemerintah, ramalan, dan kebijakan politik menjadi hal yang harus diperhatikan karena dapat memberi pengaruh signifikan pada

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.



kondisi perusahaan.

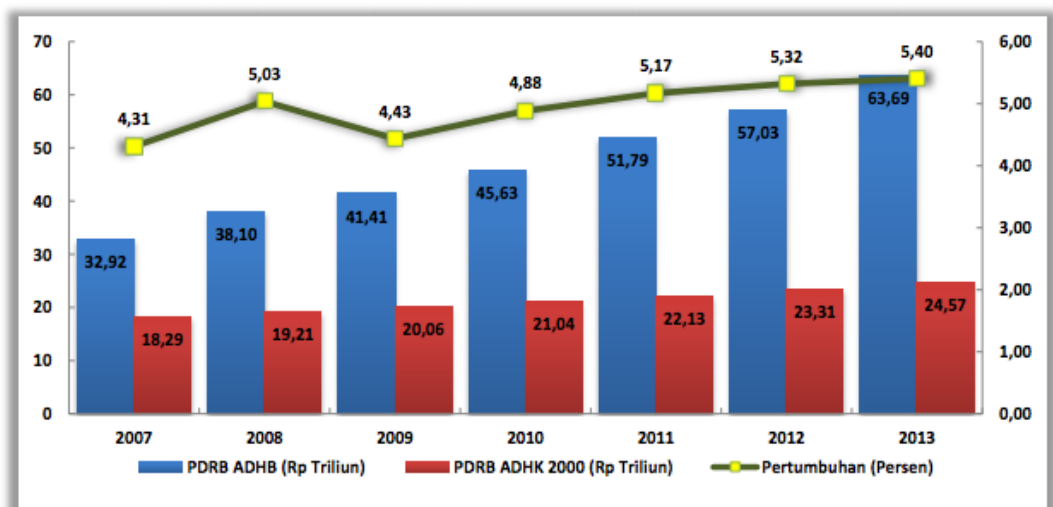
Kompetisi global yang semakin meningkat di kalangan ekonomi, pasar, pemerintah, dan organisasi memaksa perusahaan untuk mempertimbangkan faktor potensial dari variabel politik dalam perumusan dan penerapan strategi kompetitif mereka. Industri salon tidak terlalu berpengaruh terhadap lingkungan politik suatu negara karena tidak ada subsidi yang diberikan kepada usaha salon oleh negara. Kebijakan pemerintah yang dapat memengaruhi jalannya bisnis salon adalah kebijakan pajak bumi dan bangunan.

2. Economy (Ekonomi)

Dengan adanya pertumbuhan pasar yang pasti akan diikuti oleh peningkatan kekayaan konsumen dan bisnis yang semakin meluas dikarenakan adanya peningkatan kenaikan pendapatan. Namun, jika terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus selalu berhati-hati karena daya beli konsumen akan menurun dan berdampak buruk bagi bisnis.

Gambar 3.2

PDRB D.I. Yogyakarta 2007-2013 Atas Dasar Harga Berlaku, Harga Konstan 2000 (Rp Triliun) dan Pertumbuhan Ekonomi (Persen)



Sumber : https://yogyakarta.bps.go.id/website/brs_ind/brsInd-20150406121626.pdf



Dilihat dari gambar 3.2, pertumbuhan ekonomi di wilayah Yogyakarta terus meningkat. Kinerja perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang diukur dari nilai PDRB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) tahun 2013 tercatat sebesar Rp 63,69 triliun. Nilai tersebut setara dengan Rp 24,57 triliun jika dihitung dengan harga konstan tahun 2000 (PDRB riil). Dibandingkan dengan PDRB riil tahun 2012 yang mencapai Rp 23,31 triliun, maka kinerja perekonomian DIY selama tahun 2013 mampu tumbuh secara positif sebesar 5,40 persen (Gambar 3.2). Angka 5,40 persen ini menjadi angka pertumbuhan tertinggi yang mampu dicapai DIY selama lebih dari satu dekade pasca krisis ekonomi 1997/1998.

Lingkungan ekonomi sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup bisnis salon ini karena salon identik dengan sesuatu yang bersifat kelas menengah ke atas, dan orang-orang yang cenderung datang adalah orang yang berpenghasilan cukup tinggi serta tau akan kebutuhannya untuk mempercantik diri agar tampil selalu cantik setiap saat. Selama perekonomian masih stabil dan terus mengalami peningkatan ke arah yang lebih baik maka hal tersebut akan berimplikasi baik kepada kelangsungan hidup bisnis salon.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan tubuh terhadap diri sendiri kini juga semakin jelas terlihat apalagi terhadap para wanita – wanita modern. Makin banyaknya masyarakat yang mulai memperhatikan perawatan diri mereka dari mulai perawatan kulit, perawatan rambut dan perawatan tubuh lainnya membuat produk-produk kecantikan tubuh semakin banyak bermunculan di dunia, yang salah satunya adalah di Asia Pasifik.

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



3. Social (Sosial)

Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat. Dengan semakin sibuknya kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat membuat mereka membutuhkan segala sesuatu yang cepat dan praktis salah satunya adalah dengan jasa yang ditawarkan oleh *beulashes* yaitu *eyelash extension* yang dapat mempersingkat waktu untuk merias diri seseorang karena tidak perlu memakai bulu mata palsu, menjepit bulu mata ataupun menggunakan *mascara*.

Gaya hidup masyarakat sekarang yang cenderung mengikuti gaya masyarakat di negara lain yang mempunyai banyak tren kecantikan yang selalu berkembang karena pada dasarnya setiap manusia ingin tampil lebih cantik.

Gambar 3.3

*NIELSEN: Asia Pasific Beauty & Personal Care Value
Sales Geographic Breakdown 2012*



Sumber : Euromonitor International

Menurut Survey Nielsen (2012) seperti tampak pada Gambar 3.3 menjelaskan bahwa masyarakat di Asia Pasifik sudah sangat memperhatikan kecantikan dan juga perawatan terhadap diri mereka. Hal tersebut terlihat dari

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



penjualan dan peningkatan *value* terhadap segala produk kecantikan dan perawatan di setiap negara yang memiliki nilai yang cukup baik. Salah satu negara yang memiliki pertumbuhan *value* yang cukup baik terhadap produk kecantikan dan perawatan diri adalah Indonesia. Pada data tersebut Indonesia adalah negara tertinggi ke-3 (tiga) yang memiliki pertumbuhan *value* yang cukup baik terhadap kecantikan dan perawatan diri. Indonesia juga memiliki nilai penjualan yang cukup baik untuk produk kecantikan dan perawatan diri dibandingkan beberapa Negara lainnya.

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

4. Technology (Teknologi)

Semakin majunya zaman, teknologi semakin berkembang sehingga hal ini mengharuskan banyak perusahaan untuk terus meningkatkan teknologi yang digunakan apabila perusahaan tersebut tidak mau ketinggalan selangkah dari perusahaan lain yang telah menggunakan teknologi tercanggih saat ini. Teknologi pada industri kecantikan juga semakin berkembang. *Beulashes* saat ini sudah memiliki standar layanan *eyelash extension* berstandar internasional yang menggunakan bahan – bahan dari korea serta menggunakan teknik dari korea. Dengan teknik korea ini *eyelash extension* sudah tidak sakit dan lebih aman serta dengan bahan yang berkualitas. Teknologi mesin – mesin pendukung kecantikan juga terus berkembang sehingga banyak nya perawatan – perawatan baru untuk mempercantik diri.

Teknologi lain yang dapat berguna dalam pembukaan bisnis salon antara lain seperti mesin cash register, computer sebagai pusat pengolahan data *inventory* (barang dagangan) sampai kepada multifungsi dari internet yang bisa membuat kemudahan penyampaian informasi kepada konsumen mengenai agenda-agenda dan program marketing yang dilakukan oleh pelaku 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Serta dengan adanya teknologi internet yang semakin cepat maka tren sosial media semakin banyak digunakan oleh masyarakat sehingga hal ini dapat digunakan untuk meningkatkan *brand awareness*.

Penggunaan teknologi pada zaman modern seperti sekarang ini semakin lama semakin berkembang. Sehingga banyak hal seperti promosi atau cara berinteraksi dengan pelanggan yang diikuti oleh perusahaan. Hal ini ditandai dengan meningkatnya pertumbuhan aplikasi di Indonesia, khususnya pada aplikasi media sosial. Masyarakat Indonesia memberikan respon yang sangat baik terhadap aplikasi media sosial seperti *Facebook, Twitter, Whatsapp, Line, Path, Snapchat, Instagram* dan lain sebagainya. Berbagai industri perdagangan di Indonesia tentu tidak akan melewatkan kesempatan ini untuk meningkatkan penjualannya. Penggunaan media sosial berarti menerapkan strategi penjualan secara *online* untuk berinteraksi dengan kosnumen maupun melakukan penjualan.

Pada gambar berikut dapat dilihat bahwa Indonesia termasuk sebagai empat besar pengguna *smartphone* di dunia pada tahun 2016. Ini berarti potensi untuk menerapkan penggunaan sosial media sebagai cara untuk promosi di Indonesia sangat luas dan efektif.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

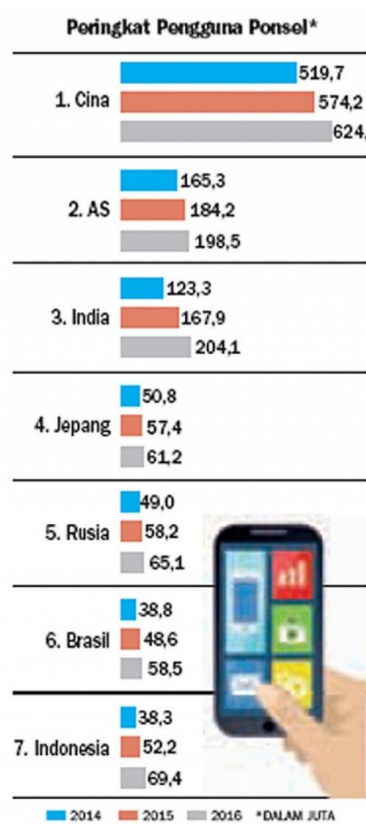
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Gambar 3.4

Persentase Pengguna *Smartphone* di Dunia (juta orang)



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

5. Legal (Hukum)

Hukum atau kebijakan negara adalah sesuatu yang harus ditaati oleh seluruh pebisnis dimanapun itu. Termasuk bisnis salon yang memberikasn jasa kepada klien. Setiap proses bisnis yang dijalankan harus memperhatikan kebijakan yang sudah ada, karena bila melanggar akan mendapatkan sanksi atau hukuman legal dari negara, contoh untuk makanan yang dijual bila menggunakan bahan kimia berbahaya seperti pemanis buatan, cairan warna pakaian untuk mempercantik isi produk ataupun menggunakan bahan kimia agar produknya bertahan lama / tidak mudah rusak, padahal semua bahan ini



adalah bahan yang berbahaya bila dikonsumsi, maka pebisnis dapat di ganjar dengan hukuman penjara ataupun denda yang harus dibayar dengan resiko bisnis akan ditutup selamanya. Oleh karena itu pemilihan bahan baku dan teknik yang akan digunakan untuk perawatan kepada klien harus sangat di perhatikan keamanan.

6. Environment (Lingkungan)

Lingkungan bila dilihat dalam lingkup yang lebih kecil, yaitu sebagai pebisnis sudah menjadi tanggung jawab untuk menciptakan tempat perawatan yang konsisten dalam kebersihannya juga untuk *service* terhadap konsumen, selain mutu produk yang terbaik dan berkualitas. Salon juga harus memastikan untuk kehygienisan alat – alat yang digunakan untuk *treatment*.

D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five Forces Business Model)

Ramalan industri bertujuan untuk memperkirakan banyak nya jumlah permintaan di masa mendatang, hal ini dilakukan dengan cara mengantisipasi perubahan permintaan yang ada di masa depan. Dengan ramalan yang diperkirakan secara matang dan data-data yang lengkap serta akurat maka hasil ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan membuat pengusaha lebih menguasai pasar secara lebih mudah dan percaya diri untuk melihat kedepan.

Menurut Fred R. David (2013:106) *Porter's Five-Forces Model* adalah model analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Dalam menganalisis seseorang harus mengidentifikasi 5 (lima) kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya

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.

tawar pembeli. Berikut adalah analisis *Porter's Five-Forces Model* dari *Beulashes* :

Gambar 3.4

Porter's Five-Forces Model



© 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

Sumber: Fred R. David (2013:106)

1. Persaingan antar perusahaan yang bersaing dalam industri yang sama

Persaingan antar perusahaan dalam sebuah industri yang sama berarti perusahaan dalam industri yang sejenis menawarkan produk atau jasa yang sejenis. Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan yang ada di antara perusahaan yang bersaing dalam sebuah pasar tertentu. Perusahaan-perusahaan dalam sebuah pasar bersaing untuk posisi tertentu dalam usaha mendapatkan keunggulan bersaing dan posisi pemimpin pasar. Ketika suatu perusahaan menciptakan suatu inovasi atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, perusahaan



pesaingnya harus beradaptasi serta menghadapi resiko terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat dinamis dan kompetitif. Umumnya, suatu industri akan lebih menarik jika terdapat kondisi sebagai berikut:

- a. Jumlah pesaing sedikit
- b. Para pesaing memiliki ukuran dan kemampuan yang berbeda
- c. Industri terkait tumbuh dengan cepat
- d. Ada peluang untuk menjual suatu produk atau jasa yang terdiferensiasi

Dalam industri salon khususnya *eyelash extension* di Yogyakarta memiliki tingkat persaingan yang *positif* karena *eyelash extension* merupakan tren yang masih baru sehingga pesaing nya cenderung sedikit tetapi bisnis ini menjadi bisnis yang semakin dilirik seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat sekarang dan juga muncul berbagai perawatan dengan teknologi yang semakin canggih yang menjadi daya tarik tersendiri untuk mempercantik diri serta tingginya permintaan dari masyarakat. Walaupun jumlah pesaing tidak terlalu banyak, para pelaku usaha *eyelash extension* tetap harus menerapkan strategi persaingan harga, strategi pemasaran dan strategi lainnya yang mampu membedakan dengan para pelaku usaha di industri sejenis agar dapat bersaing dan sukses dalam industri ini.

2. Daya tawar dari para pembeli

Salon pada umumnya menawarkan banyak jasa perawatan sebagai produk utamanya tetapi *beulashes* memiliki penawaran yang berbeda, *beulashes* menawarkan perawatan khusus untuk *eyelash extension* yang dikerjakan oleh *lash artist* bersertifikasi secara internasional menggunakan

© 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.



teknik Korea yang telah diuji keamanannya. Hal ini membuat pelanggan memiliki daya tawar yang rendah karena opsi untuk salon yang menawarkan *eyelash extension* pun masih sangat terbatas sehingga ini dapat dijadikan peluang bagi *beulashes*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Daya tawar dari pemasok

Semakin banyak pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama, semakin besar kesempatan kita untuk menawar tetapi sebaliknya bila pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama hanya sedikit maka lebih kecil kesempatan kita untuk melakukan tawar-menawar. Bahan baku yang digunakan oleh *Beulashes* adalah bulumata palsu khusus untuk *eyelash extension* yang berasal dari Korea yang hanya beberapa pemasok saja yang memilikinya sebagai Distributor bahan di Indonesia. Hal ini membuat daya tawar pemasok menjadi tinggi karena sulit untuk berpindah atau mencari pemasok lain yang menyediakan barang dengan kualitas sejenis. Ini dapat menjadi sebuah ancaman bagi *Beulashes*.

4. Ancaman dari pesaing baru yang memasuki industri yang sama

Ancaman masuknya pesaing baru dalam industri sejenis cenderung kecil karena untuk menjadi pelaku usaha di industri ini memerlukan keterampilan khusus dibidang *eyelash extension* yang memerlukan sertifikasi profesional yang bersifat khusus dengan mengikuti pembelajaran di sekolah – sekolah akademi kecantikan ternama di bidang *eyelash extension* salah satunya yang berasal dari Korea.

5. Ancaman dari produk substitusi (pengganti)

Bulu mata palsu sekali pakai dapat dijadikan sebagai salah satu produk pengganti bagi sebuah *eyelash extension* dikarenakan bulu mata palsu sekali

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.



pakai dapat membuat mata menjadi lebih indah dan lentik tetapi pemasangannya memerlukan banyak waktu dan keahlian tersendiri sehingga tidak instan. Oleh sebab itu, dalam hal ancaman dari produk / jasa pengganti diklasifikasikan cukup tinggi.

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

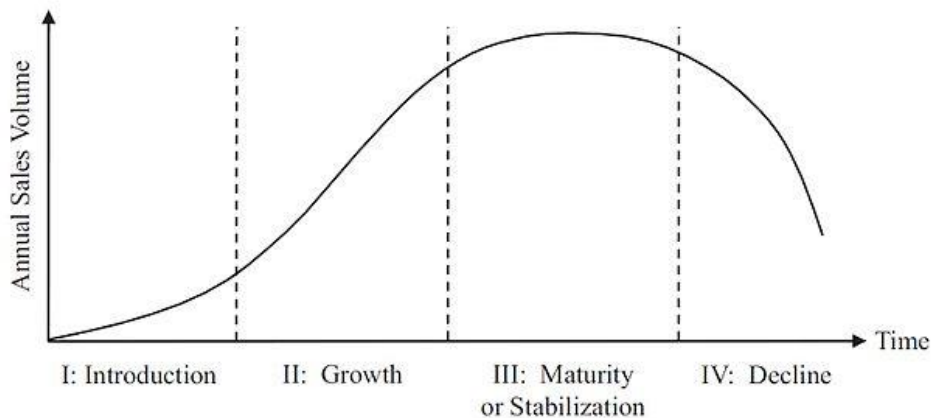
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Analisis Posisi dalam Persaingan

Produk mengalami siklus kehidupannya juga. Suatu produk pasti akan mengalami siklus produk dari *Introduction* atau perkenalan lalu masuk pada tahap *Growth* atau pertumbuhan kemudian masuk pada siklus *mature* dan terakhir akan menurun atau *decline*. Berikut gambaran dari siklus produk:

Gambar 3.5

Product Life Cycle



Sumber: Kotler dan Keller (2012:332)

Analisis posisi perusahaan dalam persaingan dapat dilihat dengan menggunakan metode *Product Life Cycle* atau yang biasa dikenal dengan Siklus Hidup Produk. Menurut Kotler dan Keller (2012:332) sebuah produk memiliki siklus hidup, yang berarti mengatakan tentang empat hal berikut:

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. Produk mempunyai usia yang terbatas. Dimana jika produk mencapai usia dewasanya, perlu dilakukan pengembangan untuk mendaur ulang siklus hidup produk.
2. Penjualan produk melalui tahap-tahap berbeda, setiap tahap mempunyai tantangan, peluang, dan masalah berbeda bagi penjual.
3. Laba naik dan turun pada berbagai tahap siklus hidup produk.
4. Produk memerlukan strategi pemasaran, keuangan, manufaktur, pembelian, dan sumber daya manusia yang berbeda dalam setiap tahap siklus produk.

Siklus hidup produk umumnya dapat digambarkan ke dalam kurva siklus hidup produk. Kurva tersebut menggambarkan tahapan-tahapan dalam produk yang terdiri atas empat tahap. Keempat tahapan tersebut meliputi tahap pengenalan produk (*Introduction*), tahap pertumbuhan produk (*Growth*), tahap kedewasaan produk (*Maturity*), dan tahap penurunan produk (*Decline*).

1. Tahap Pengenalan Produk (*Introduction*)

Tahap ini umumnya merupakan tahap dimana produk baru diperkenalkan kepada calon konsumen. Periode pertumbuhan penjualan masih lambat ketika produk diperkenalkan di pasar dikarenakan calon konsumen belum memiliki kesadaran merek dan produk.

Dalam tahap ini pemasaran sangat gencar dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek pada para konsumen. Perusahaan juga tidak mendapatkan laba karena pengeluaran yang besar untuk pengenalan produk.

2. Tahap Pertumbuhan Produk (*Growth*)

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.



Pada tahap ini, produk telah dikenal dan telah diterima oleh konsumen.

Periode penerimaan pasar cepat serta permintaan tinggi. Promosi yang dilakukan mulai berkurang dikarenakan kesadaran konsumen akan produk tinggi. Namun persaingan mulai masuk ke dalam tahap ini, karena sangat terbukanya ruang untuk masuk dan bersaing. Perusahaan pada tahap ini mendapatkan laba yang tinggi akibat permintaan yang tinggi.

3. Tahap Kedewasaan Produk (*Maturity*)

Pada tahap kedewasaan produk, terjadi penurunan pertumbuhan penjualan dikarenakan produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Perusahaan juga harus menghadapi persaingan yang sangat meningkat. Peningkatan persaingan tersebut menyebabkan pangsa pasar yang diperoleh semakin sedikit. Pada tahap ini laba cenderung stabil bahkan dapat menurun. Untuk menghindari tahap penurunan (*Decline*) diperlukan strategi yaitu modifikasi produk, modifikasi pasar, dan modifikasi program pemasaran.

4. Tahap Penurunan Produk (*Decline*)

Pada tahap ini terjadi penurunan penjualan dikarenakan beberapa alasan, yaitu kemajuan teknologi, perubahan selera konsumen, dan peningkatan persaingan domestik dan luar negeri. Dengan terjadinya penurunan penjualan, beberapa perusahaan akhirnya menarik diri dari pasar dan perusahaan yang tersisa mungkin mengurangi jumlah produk yang ditawarkan karena sedikitnya permintaan.

Untuk menghadapi tahap ini, perusahaan harus menetapkan sistem untuk mengidentifikasi produk yang lemah melalui beberapa departemen serta melakukan strategi untuk pemasaran dan pengembangan produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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.



Berdasarkan siklus hidup produk, posisi usaha *Beulashes* masih berada pada tahap pengenalan produk atau *introduction*. Strategi yang digunakan oleh *Beulashes* adalah dengan aktif di sosial media dan melakukan *endorse* selebriti media sosial agar meningkatkan *brand awareness* *Beulashes* serta dapat memberikan edukasi apa itu *eyelash extension* dan bagaimana hasil dari *eyelash extension*. Strategi lain yang digunakan *Beulashes* adalah dari pemilihan penggunaan bahan yang berkualitas tinggi serta teknik pemasangan yang aman agar tidak perih dan menusuk mata hal ini yang membedakan *Beulashes* dengan pesaing sejenis lainnya.

F. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix* / CPM)

Analisis *Competitive Profile Matrix* yang biasa disebut CPM berfungsi untuk menganalisa dan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu bisnis dari pesaing utama. Analisis CPM ini dapat dipermudah dengan menentukan *Key Success Factor* untuk para pesaing perusahaan.

Faktor keberhasilan penting dalam *Competitive Profile Matrix* mencakup isu-isu dari eksternal dan internal, maka peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan di mana 4=kekuatan mayor, 3=kekuatan minor, 2=kelemahan minor, 1=kelemahan mayor. Faktor-faktor penting yang mampu menentukan keunggulan suatu usaha dibidang salon *eyelash extension* yang di pertimbangkan oleh *Beulashes* adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Salah satu faktor kunci keberhasilan di bidang *eyelash extension* adalah Kualitas produk karena dengan produk yang dipakai merupakan kualitas terbaik maka kamanan dan mutu nya pasti telah terjamin sehingga konsumen tidak ragu dengan produk yang akan digunakan. Oleh karna itu beulashes menggunakan bulu



mata palsu *eyelash extension* dengan kualitas terbaik yang berasal dari korea yang telah berstandar *internasional*. Bulumata ini merupakan yang paling ringan dan halus sehingga tidak akan menusuk mata ataupun terasa berat karna berbahan *mink*.

2. Pelayanan

Pelayanan dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena *beulashes* memiliki keinginan untuk membuat seluruh konsumen memiliki bulumata yang cantik dan lentik setiap saat sehingga dapat menambah kepercayaan diri konsumen. *Beulashes* menggunakan pemasangan *eyelash extension* dengan teknik dari korea yang merupakan salah satu Negara yang merupakan salah satu Negara dengan industri kecantikan terbesar. Dengan melakukan pemasangan *eyelash extension* di *beulashes* diharapkan konsumen akan meningkatkan kenyamanan konsumen karna memiliki bulu mata yang lentik dan cantik setiap hari tanpa perlu menjepit bulumata ataupun menggunakan *mascara*. Sehingga menghemat waktu untuk merias diri sebelum berpergian. *Beulashes* ingin membuat konsumen ketergantungan dengan *eyelash extension* sehingga mereka selalu melakukan *retouch* setiap bulan nya karna pelayanan yang baik dan hasil yang membuat diri konsumen lebih percaya diri.

3. Harga

Harga dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena konsumen akan melakukan perbandingan harga dari berbagai alternatif yang ada dalam menentukan kepuasan konsumen untuk keperluan jasa. Setelah mengamati pesaing utama bahwa harga yang akan ditawarkan penulis lebih rendah bila dibandingkan dengan pesaing utama. Jadi penulis mengambil kesimpulan bahwa harga pesaing jauh lebih mahal dibandingkan *Beulashes*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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.



4. Promosi

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

Promosi merupakan upaya untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen sehingga calon konsumen dapat menikmati layanan yang ditawarkan. Promosi bagi perusahaan yang baru berjalan memerlukan biaya yang besar sehingga dapat menghambat pertumbuhan bisnis akibat pesaing yang melakukan promosi yang gencar. Untuk itu *Beulashes* melakukan banyak promosi lewat media online agar jangkauannya lebih luas.

5. Kebersihan

Kebersihan merupakan salah satu faktor penting dalam industri kecantikan karena hal ini melibatkan kenyamanan konsumen secara langsung. Konsumen cenderung dapat melihat apakah lokasi, alat dan bahan yang digunakan bersih dan steril atau tidak. Serta salon yang bersih akan menjadikan konsumen merasa nyaman.

6. Fasilitas

Fasilitas yang terdapat dalam suatu usaha dapat menjadi salah satu faktor penting karena fasilitas salon seperti ruang tunggu sofa, televisi, internet dapat menunjang kenyamanan konsumen dalam menjalani perawatan.

7. Desain Salon

Desain salon dapat menjadi faktor penting karena salon dengan desain yang unik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk melakukan perawatan.

Desain salon *beulashes* menggunakan tema *girly* dengan dominasi warna merah muda dan ungu yang banyak disukai oleh kaum wanita.

Faktor-faktor kunci keberhasilan yang telah ditentukan telah dianalisis dan diberi bobot serta peringkat pada tabel berikut:

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



Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Bobot	Beulashes		Vanilla Beauty Bar		Beautymark	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Kualitas Produk	0.20	4	0,80	2	0,40	4	0,80
Kualitas Pelayanan	0.18	4	0,72	3	0,54	3	0,54
Harga	0.19	3	0,57	4	0,76	2	0,38
Promosi	0.13	2	0,26	3	0,39	3	0,39
Kebersihan	0.08	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Fasilitas	0.12	3	0,36	2	0,24	3	0,36
Desain Salon	0.10	3	0,30	2	0,20	3	0,30
TOTAL	1.00	3,25		2,77		3,01	

Sumber: *Beulashes*

Keterangan:

- Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
- Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu).
- Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu:
4=*major strength*, 3=*minor strength*, 2=*minor weakness*, 1=*major weakness*
- Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (peringkat x nilai).

Catatan penting untuk diingat bahwa nilai hasil analisis CPM yang rendah tidak bisa menentukan secara keseluruhan bahwa perusahaan tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Angka – angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan mempunyai kekuatan dan kelemahan di bidang yang berbeda – beda.



G. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Forest dan Fred (2015:256) “ *Strategy analysis and the choice seek to determine alternative courses of action that could best enable the firm to achieve its mission and objectives* “. (Sebuah analisis strategi dan pilihan untuk menentukan program alternatif yang terbaik yang memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuannya.)

Tujuan sebuah perusahaan menggunakan analisis SWOT adalah untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi saat ini, tetapi analisis SWOT tidak bisa menjadi alat untuk memberikan jalan keluar terhadap masalah yang sedang dihadapi.

SWOT adalah singkatan dari:

- S** = *Strength* (Kekuatan).
- W** = *Weakness* (Kelemahan).
- O** = *Opportunities* (Peluang).
- T** = *Threats* (Ancaman).

Berikut adalah analisis SWOT dari *Beulashes*:

1. *Strength* (S) yaitu analisis kekuatan, sebuah kondisi kekuatan yang dimiliki perusahaan saat ini. Perusahaan harus dapat menganalisis dimana faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan bila dibanding dengan pesaingnya.

Strengths dari *Beulashes* adalah :

- a. Suasana yang nyaman untuk melakukan perawatan. Konsumen dapat melakukan perawatan di tempat yang *full AC* dan tenang. Fasilitas *free-wifi* yang ada juga akan memudahkan konsumen dalam mengakses media *online* ketika menunggu untuk giliran pemasangan *eyelash extension* merupakan fasilitas untuk memberikan kenyamanan yang lebih terhadap konsumen.

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. *Beulashes* menawarkan jasa eyelash extension dengan harga berkisar antara Rp 300.000 – Rp 450.000,- . Harga tersebut sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan.
- c. Produk bahan yang dipakai oleh *Beulashes* merupakan produk terbaik yang berasal dari salah satu Negara dengan industri kecantikan terbesar yaitu Korea. Dengan bahan bulumata mink ini maka pemasangan eyelash extension akan lebih terasa ringan dan tidak berat di mata serta lem yang digunakan juga berasal dari korea yang merupakan lem terbaik sehingga tidak pedih dan menusuk. Hal ini berbeda dari *eyelash extension* kebanyakan yang menggunakan bahan bulumata dari China dan bukan merupakan kualitas terbaik. Sehingga kualitas bahan yang digunakan *beulashes* tidak diragukan lagi karna berasal dari Korea.
- d. *Beulashes* memiliki lokasi yang sangat strategis, yaitu berada di Mall Lippo Plaza Yogyakarta yang terletak di Kota dan Yogyakarta merupakan salah satu kota yang sedang berkembang baik dalam sektor tempat rekreasi seperti mall dan juga kulinernya serta pariwisatanya. Lokasi yang baik memudahkan konsumen untuk mengakses *Beulashes*.
- e. Semua karyawan atau lash artist akan di *training* terlebih dahulu untuk mendapatkan sertifikasi *lash artist professional*. Jadi semua karyawan akan memiliki kemampuan yang sama dan ahli di bidang *eyelash extension* sehingga dalam proses pemasangan tidak akan sakit karna menggunakan teknik berkualitas dari Korea yang terbaik di bidang *eyelash extension*.
- f. Desain salon dapat membuat konsumen semakin nyaman dengan dekorasi interior salon yang *girly* dan *catchy* dengan percampuran warna merah muda dan ungu serta berpadu dengan alunan musik relaksasi di *Beulashes*

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.



sehingga ketika melakukan pemasangan *eyelash extension* konsumen dapat tenang dan beristirahat sejenak pada saat pemasangan *eyelash extension* yang membutuhkan waktu 2 Jam.

- g. Kebersihan salon merupakan hal yang juga harus dijaga karna konsumen dapat menilai langsung hal ini, termasuk kebersihan alat-alat yang digunakan. Jika terlihat kotor atau beraroma tidak sedap, salon tersebut dapat di beri nilai buruk oleh konsumen sehingga konsumen enggan untuk kembali.
- h. Promosi sangat berpengaruh terhadap *brand awareness*, karna masih baru dan belum dikenal *Beulashes* akan banyak berpromosi terutama di media sosial dengan melakukan *endorse* ke *selebgram* dan melakukan kuis untuk berpromosi serta mengikuti *paid promote* di media sosial.

2. *Weakness* (W) yaitu analisis kelemahan, yang merupakan kegiatan-kegiatan perusahaan yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan tetapi tidak dimiliki oleh perusahaan. Kelemahan merupakan suatu kendala yang serius bagi kemajuan sebuah perusahaan. Berikut kelemahan dari *Beulashes* adalah:

- a. Dana yang dibutuhkan untuk membuka salon *eyelash extension* di *mall* cukup besar.
- b. Karyawan untuk menjadi *eyelash extension* membutuhkan banyak kecakapan seperti sabar, teliti dan tidak mengalami penyakit seperti tremor di tangan karna proses *eyelash extension* itu memasukan satu bulu mata palsu ke satu bulu mata asli yang mana membutuhkan ketekunan.
- c. *Beulashes* adalah salon *eyelash extension* baru yang belum memiliki reputasi yang baik.

© 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. *Opportunities* (P) yang merupakan analisis peluang, kondisi dimana sebuah perusahaan memiliki peluang untuk berkembang di masa depan. Peluang ini bisa datang kapan saja dan bila perusahaan cepat dalam menanggapi peluang tersebut maka akan menjadi sebuah peningkatan besar dalam proses bisnis tersebut. Berikut peluang yang dimiliki *Beulashes* antara lain:
- Adanya gaya hidup masyarakat khususnya wanita yang menjadikan perawatan kecantikan merupakan suatu kebutuhan pokok dimana setiap wanita selalu ingin tampil cantik dan menarik setiap saat.
 - Saingan yang masih sedikit untuk salon khusus *eyelash extension* dimana kebanyakan orang membuka salon untuk perawatan rambut.
 - Daya tawar pembeli yang rendah dikarenakan masih sulitnya mendapatkan salon *eyelash extension* yang menggunakan produk berkualitas sejenis dan professional.
 - Perlu nya kemampuan khusus dalam bidang *eyelash extension* dan perlunya berinovasi dari segi konsep serta penggunaan bahan yang berkualitas serta teknik yang terbaik agar berbeda dari salon yang telah ada membuat sulitnya pesaing baru untuk memasuki industri yang sama.
4. *Threats* (T) yaitu analisis terhadap ancaman, ancaman adalah sesuatu yang sifatnya negatif yang harus dihadapi perusahaan selama proses bisnis. Ancaman yang dihadapi sebuah perusahaan bisa menyebabkan kerugian di berbagai aspek. Ancaman adalah sesuatu yang harus segera ditemukan solusinya karena bila terlalu lama maka kerugian yang akan dirasakan sebuah perusahaan akan makin berbelit – belit. Berikut ancaman yang dihadapi oleh *Beulashes*:
- Produk-produk alternatif seperti bulu mata palsu sekali pakai mudah didapat dan memiliki biaya yang rendah.

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



- b. Daya tawar pemasok yang cukup tinggi karena sulitnya mencari pemasok yang menyediakan bahan baku dengan kualitas baik yang dibutuhkan oleh *Beulashes*.
- c. Para pesaing yang ada dengan produk sejenis adalah pemain lama yang memiliki pengalaman lebih banyak dalam bisnis salon kecantikan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Forest dan Fred (2015:259) “ *SWOT Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weakness-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weakness-threats) strategies* “. (Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategis: strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*weakness-threats*).

Berikut tabel 3.3 mengenai Matriks SWOT:

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.



Tabel 3.3
MATRIKS SWOT
Beulashes

<p>MATRIKS SWOT</p>	<p>Strengths (Kekuatan)</p>	<p>Weaknesses (Kelemahan)</p>
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya hidup masyarakat sekarang, perawatan kecantikan merupakan kebutuhan banyak orang (O1). 2. Pesaing yang masih sedikit (O2). 3. Daya tawar pembeli yang rendah (O3). 4. Sulitnya pemain baru untuk masuk ke bisnis ini karena perlunya keterampilan khusus dan harus selalu berinovasi baru (O4). 	<p>S-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan layanan eyelash extension yang <i>professional</i> dengan bahan terbaik dan berkualitas dan memberikan beberapa pilihan model tipe hasil <i>eyelash extension</i> dari yang <i>natural</i> hingga seperti <i>diva</i> serta membuat dekorasi salon yang menarik ditemani musik klasik untuk menambah kenyamanan pelanggan saat sedang berada di dalam salon melakukan perawatan (S1, S5, O1). 2. Melakukan promosi di media sosial terkait tempat, harga, serta pengetahuan seputar <i>eyelash extension</i> untuk menambah <i>awareness</i> target konsumen (S2, S3, S4, S8, O2, O3). 	<p>W-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan iklan pencarian SDM (karyawan salon) lewat <i>website online</i>, seperti <i>jobstreet</i>, <i>jobsdb</i>, dan <i>studentjob</i>. Dengan masih sedikitnya pemain di bidang salon <i>eyelash extension</i> otomatis tenaga kerja yang kompeten di bidang ini pun masih sedikit yang dipekerjakan sehingga membutuhkan pelatihan khusus (W2, O2). 2. Membuat <i>Grand Opening Promo</i> untuk area Yogyakarta dalam rangka menarik konsumen baru yang suka berkunjung ke salon (W3, O1, O2).

© 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.

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



Threat (Ancaman)	S-T strategies	W-T strategies
<p>1. Produk pengganti seperti bulu mata palsu memiliki harga murah (T1).</p> <p>2. Daya tawar pemasok yang tinggi (T2).</p> <p>3. Para pesaing adalah pemain lama (T3).</p>	<p>1. Merancang strategi promosi harga, serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk bahan yang digunakan, dan servis yang baik untuk menciptakan <i>customer loyalty</i>. (S2, S3, S5, S7, S8, T1).</p> <p>2. Menyediakan layanan bagi para pelanggan yang ingin berkonsultasi tentang <i>eyelash extension</i> dan membantu memilihkan tipe hasil <i>eyelash extension</i> yang cocok untuk pelanggan tersebut sehingga akan menghasilkan nilai tambah yang tidak bisa didapatkan di salon lain. (S5, T3).</p>	<p>1. Mengundang para <i>beauty blogger</i> untuk meningkatkan pengenalan <i>eyelash extension</i> lewat review yang mereka berikan sehingga akan meningkatkan daya tarik salon (W4, T3).</p> <p>2. Merancang berbagai tipe hasil <i>eyelash extension</i> baru yang unik dan tidak bisa didapatkan di salon lain sehingga produk tidak monoton dan dapat bersaing dengan produk-produk alternatif maupun pemain lama (W5, T1, T3).</p> <p>3. Membuat kontrak dengan SDM yang dipekerjakan dan pemasok bahan bulu mata <i>eyelash extension</i> agar tidak terjadi hal yang merugikan kedepannya (W2, T2).</p>

Sumber: *Beulashes*