



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing perlu dilakukan oleh para calon pebisnis sebelum mendirikan sebuah usaha, hal tersebut dilakukan agar pemilik bisnis dapat mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai bagaimana keadaan situasi industri dan persaingan dari usaha sejenis pada masa tersebut dan juga di masa datang. Dengan mengetahui bagaimana keadaan industri dan pesaing seorang pebisnis bisa menyusun strategi atau cara yang akan digunakan untuk bersaing, melihat peluang dan bertahan dalam usaha yang akan didirikannya. Analisis inudstri dan pesaing juga secara tidak langsung memberikan gambaran apakah suatu bisnis dapat dijalankan dan dapat bertahan melawan pesaing yang ada.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Dalam memulai suatu bisnis, seorang pemilik bisnis tentunya harus melihat dan mensurvei bagaimana perkembangan tren dan pertumbuhan bisnis saat ini sehingga mereka atau bisnis seperti apa yang layak untuk dijalankan. “LIMAR” adalah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa kecantikan, dimana merupakan salah satu dari banyak bisnis yang dapat dijadikan peluang bisnis kedepannya, karena pada zaman sekarang ini tampil cantik dengan riasan diwajah menjadi salah satu kebutuhan wanita.

Sehubungan dengan itu, Menteri Keuangan Indonesia Ibu Sri Mulyani juga menyebut usaha bidang makanan dan minuman serta akomodasi hotel dan restoran akan bergeliat di tahun 2021. Begitu juga dengan usaha *event organizer* (EO). "EO itu sekarang harus bisa mengkombinasi suasana baru, misalnya ada fisik dan Zoom,



sehingga yang tadinya diundang 100 orang, yang Zoom 500 orang, jadi banyak hal baru," katanya.

Sumber : <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5288005/sri-mulyani-bocorkan-peluang-bisnis-yang-kinclong-buat-2021/2>

Seiringan dengan perkembangan jaman, kini menikah juga bisa menggunakan aplikasi seperti zoom sehingga tidak semua tamu undangan harus datang ke lokasi dan dapat mengundang tamu lebih banyak. Maka dari itu, EO menjadi salah satu vendor dalam membantu jalannya acara, dan pastinya pengantin beserta keluarga memerlukan *make up artist* untuk menyempurnakan suatu acara sehingga *make up artist* juga berpeluang berkembang pesat nantinya.

Peluang pasar bagi *make up artist* sangat besar. Tak hanya pernikahan dan wisuda, acara khusus seperti kondangan butuh penampilan prima. Tak hanya artis, orang biasa pun kini menggunakan jasa *make up artist*. Salah satu artikel menyebutkan bahwa menjadi *make up artist* harus memiliki prinsip, yaitu “Karena punya prinsip jangan sampai menolak klien, Hemmy bisa mendandani 3-6 orang dalam satu hari bahkan lebih dari 30 orang dalam satu bulan. Untuk bisa didandani oleh *make up artist*, klien harus melakukan *booking* jauh-jauh hari dan membayarkan DP 50%. Angka yang cukup besar untuk mengamankan *cashflow*. Bahkan ada klien yang sudah *booking* untuk *makeup wedding* tahun depan.”

Hal tersebut merupakan salah satu contoh yang menyebutkan bahwa bisnis jasa *make up artist* memang memiliki peluang yang besar dan dapat bertahan dalam jangka



waktu yang lama apabila orang-orang yang menjalani bisnis ini fokus dan memiliki kekuatan untuk bersaing dengan kompetitor lainnya.

Sumber : <https://qmfinancial.com/2018/10/peluang-bisnis-sebagai-makeup-artist/>

B. Analisis Pesaing

Di dalam dunia bisnis, persaingan merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis. Terlebih lagi di era globalisasi saat ini, perubahan terjadi begitu cepat tanpa mengenal waktu dan tempat. Oleh karena itu, para pebisnis harus selalu melakukan inovasi-inovasi yang kreatif untuk senantiasa mengembangkan bisnisnya agar tidak kalah dan mampu menungguli pesaing-pesaing yang ada

Untuk dapat unggul dalam persaingan maka harus dilakukan analisis terlebih dahulu. Analisis dilakukan untuk dapat lebih mengetahui hal-hal yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis, seperti kelebihan pesaing, kekurangan pesaing, produk yang ditawarkan, harga, fasilitas, kualitas, pelayanan, dan yang lainnya. Analisis yang baik dapat menciptakan strategi yang dapat mengungguli persaingan sehingga dapat membuat suatu perusahaan menjadi pemimpin pasar dan tahu strategi apa yang akan digunakan kedepannya.

Dari hasil observasi yang dilakukan, penulis menetapkan beberapa pesaing potensial. Dalam analisisnya, penulis memilih beberapa faktor yang menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya yaitu hasil *make up* yang ditawarkan, harga, lokasi dan pelayanan. Berikut adalah hasil pengamatan dari pesaing – pesaing potensial “LIMAR” :

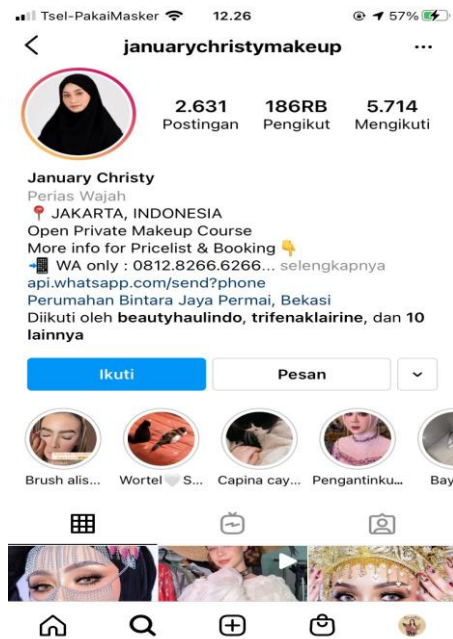
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan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



1. Nama : Januarychristymakeup
2. Lokasi : Bintara Jaya Permai, Bekasi
3. Harga : Rp. 3.500.000 – Rp. 15.000.000
4. Look/Hasil Makeup : *Wedding Makeup Look*
5. Pelayanan : Baik

Gambar 3.1

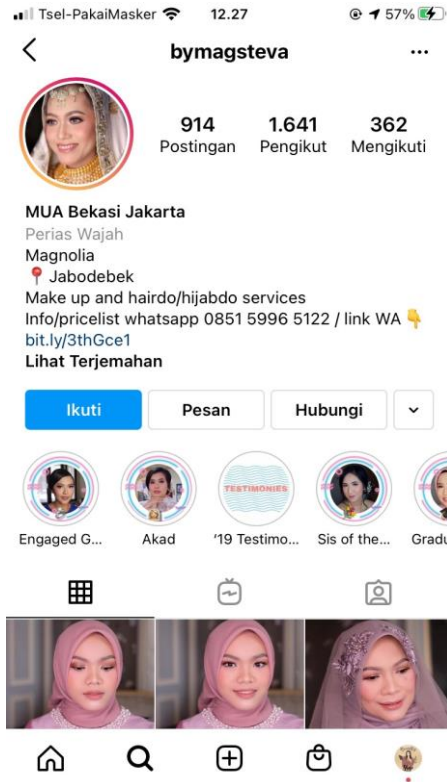
Akun Instagram Januarychristymakeup



2. Nama : Bymagsteva
3. Lokasi : Bekasi Timur
4. Harga : Rp. 500.000 – Rp. 700.000
5. Look/Hasil Makeup : *Party, Engagement, Graduation Look*
6. Pelayanan : Cukup Baik

Gambar 3.2

Akun Instagram Bymagsteva



C 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



Dari hasil observasi yang dilakukan, penulis telah menemukan juga keunggulan dan kelemahan pesaing-pesaing utama “LIMAR” yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1

Keunggulan dan Kelemahan Pesaing “LIMAR”

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Januarychristymakeup	1. Sudah banyak dikenal 2. Hasil <i>make up</i> sangat bagus 3. Bekerjasama dengan brand <i>make up</i> 4. Lokasi strategis dekat dengan Jakarta	1. Harga jasa yang ditawarkan tergolong mahal 2. Tempatnya biasa saja, dan cukup sempit
Bymagsteva	1. Harga jasa yang ditawarkan tergolong murah. 2. Hasil <i>make up</i> bervariasi, mulai dari <i>party</i> , <i>engagement</i> , <i>graduation</i> , dll 3. Lokasi yang strategis dekat dengan tol	1. Belum banyak dikenal 2. Tidak memiliki studio 3. Belum melayani <i>wedding make up</i>

C. Analisis Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal (PESTEL)

Analisis PESTEL adalah hal yang penting untuk dilakukan agar calon pebisnis bisa mengatur strategi bisnis yang berlandaskan pemikiran strategis dan pembuatan keputusan yang tepat. Selain itu, analisis PESTEL memberikan gambaran besar mengenai pengaruh eksternal yang penting bagi perusahaan. Analisis PESTEL dapat membantu sebuah organisasi atau perusahaan untuk mengetahui dan mengoptimalkan kesempatan yang ada di pasar berdasarkan kondisi lingkungan bisnis yang ada. Dengan begitu, keputusan untuk operasi bisnis saat ini dan yang mendatang bisa lebih efektif.



Tak hanya itu, perusahaan juga bisa lebih siap menghadapi ancaman dan bahaya yang mungkin dihadapi selama operasinya.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap “LIMAR” yang dilakukan oleh penulis:

Politic (Politik)

Kondisi politik memiliki kaitan yang erat dengan kebijakan pemerintah. Terutama kebijakan pemerintah tentang UMKM yang kini sangat didukung oleh pemerintah untuk membantu menggerakkan ekonomi di Indonesia. Pemerintah secara aktif melakukan berbagai upaya agar keseimbangan kesehatan dan ekonomi dapat membaik beriringan. Dalam memulihkan ekonomi, Pemerintah berusaha menjawab permasalahan-permasalahan yang ada pada sektor usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). “UMKM memang terdampak lebih besar, penjualannya turun, kesulitan keuangan untuk mencicil dan sebagainya. Kendala-kendala yang dihadapi hampir seluruhnya di *address* oleh Pemerintah,” tutur Menko Perekonomian Airlangga Hartarto dalam Webinar CNN Indonesia: Menggerakkan UMKM di Tengah Gejolak Ekonomi dari Jakarta, Rabu (04/11/2020).

Menurutnya, dukungan UMKM menjadi perhatian utama Pemerintah dalam hal pemulihan ekonomi. Hal ini tercermin dari alokasi anggaran Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan stimulus UMKM yang telah dikeluarkan. “Pemerintah juga telah memberikan Penjaminan Kredit Modal kerja. Program ini bertujuan menunjang kebutuhan korporasi padat karya dan UMKM atas tambahan kredit modal kerja agar dapat kembali melakukan aktivitas secara maksimal selama masa pandemi,” kata Airlangga. Menurutnya, UU Cipta Kerja juga dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



memberikan dampak positif bagi UMKM di Indonesia. Pasalnya UU Cipta Kerja dibuat dalam rangka penciptaan lapangan kerja, kemudahan berusaha, dan pengurangan regulasi. “Kemudahan berusaha ditandai dengan UMKM tidak perlu melakukan berbagai izin tapi cukup dengan melakukan pendaftaran,” pungkasnya.

Sumber : <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30581/kebijakan-pemerintah-dukung-umkm-untuk-menggerakkan-ekonomi/0/berita>

Dengan kondisi kebijakan yang ada di Indonesia, maka masalah perijinan tidak akan menjadi masalah dalam mendirikan suatu bisnis salah satunya seperti bisnis jasa makeup “LIMAR” karena berbagai kemudahan telah diberikan oleh pemerintah, salah satunya untuk mendaftarkan usaha dapat dilakukan secara *online*. Dan program kebijakan pemerintah yang terkini adalah turut membantu dalam menyalurkan bantuan dengan memberikan Penjaminan Kredit Modal kerja. Namun dengan mudahnya perijinan pendirian usaha ini, membuat pesaing dari usaha sejenis menjadi mudah berkembang, ditambah usaha jasa *make up* ini memiliki peluang usaha yang sangat besar. Oleh karena itu, dengan adanya kebijakan pemerintah yang memudahkan perijinan pendirian usaha untuk UMKM dan memberikan berbagai macam dukungan termasuk Program Pinjaman Kredit Modal kerja maka “LIMAR” harus menggunakan kesempatan ini dengan sebaik mungkin dengan mendirikan jasa *make up* yang memiliki berbagai macam keunggulan terutama dalam melayani klien sehingga “LIMAR” mampu masuk ke dalam pasar dan bersaing serta tetap bertahan.

C 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.

2. *Economic* (Ekonomi)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

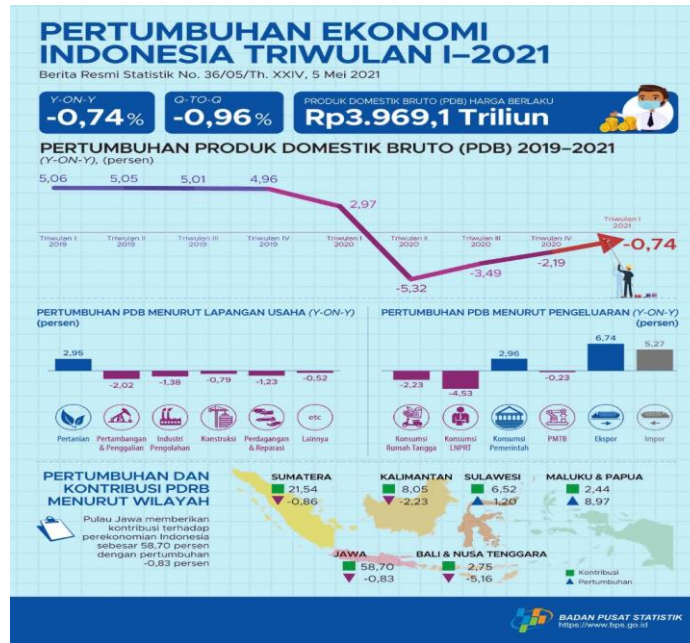
Pertumbuhan ekonomi yang meningkat menyebabkan daya beli masyarakat ikut meningkat. Hal ini terjadi ketika pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan kenaikan pendapatan. Begitu juga sebaliknya, jika kondisi ekonomi sedang mengalami penurunan, daya beli masyarakat akan ikut menurun. Pandemi Covid-19 yang berlangsung sejak awal tahun 2020 telah berdampak pada perubahan tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi di sebagian besar negara di dunia, tak terkecuali Indonesia. Turunnya kinerja ekonomi Indonesia ini terjadi sejak triwulan I tahun 2020, dan kini secara perlahan perekonomian Indonesia mulai bangkit cukup signifikan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat perekonomian Indonesia masih tumbuh negatif atau mengalami kontraksi 0,74 sebesar persen (yoy) pada triwulan I-2021. Pertumbuhan ini mulai memperlihatkan perbaikan karena ada tren yang menanjak sejak ekonomi triwulan II-2020 terkontraksi 5,32 persen.

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 3.3

Pertumbuhan Ekonomi Triwulan I Tahun 2021



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Meskipun demikian, Industri kecantikan Indonesia tetap bertumbuh, khususnya jasa kecantikan pada beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup signifikan. “Statista memprediksi pendapatan industri kecantikan Indonesia sebesar US\$7,095 miliar atau Rp99,33 triliun (US\$1=Rp14.000) pada 2020 atau tumbuh 2,84% dari tahun sebelumnya”. Dengan data yang sudah ada, bisnis jasa *make up* memiliki laju pertumbuhan yang positif sehingga “LIMAR” dapat ikut mengambil peluang yang ada dengan membuka jasa *make up* sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya”.

Sumber : <https://www.alinea.id/bisnis/nasib-bisnis-kecantikan-laju-pertumbuhan-tertahan-pandemi-b1ZOR9vuT>

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. *Social* (Sosial)

Perubahan gaya hidup masyarakat yang kini apapun ingin praktis dan serba cepat menjadi salah satu peluang usaha “LIMAR” menjadi cukup besar, karena pada jaman sekarang makeup menjadi salah satu hal yang penting jika seseorang menghadiri sebuah acara, pastinya mereka ingin terlihat cantik dan rapi. Dengan menggunakan jasa make up artist “LIMAR” para wanita juga dapat belajar untuk mendandani dirinya sendiri dengan lebih cepat tanpa harus melihat tutorial tutorial yang ada di sosial media, karena “LIMAR” juga mengadakan kelas *make up* untuk *self make up course*.

4. *Technology* (Teknologi)

Aspek teknologi adalah salah satu peluang yang penting bagi masyarakat jaman sekarang karena dengan hadirnya teknologi ini memudahkan kita untuk mengakses berbagai ilmu pengetahuan, teknologi informasi, dan perkembangan bisnis dari waktu ke waktu. Dengan adanya teknologi dapat membuat bisnis berkembang dengan pesat dan memudahkan pekerjaan kita. “LIMAR” menggunakan teknologi pada proses pemasaran yang dilakukan secara online, yaitu menggunakan sosial media, salah satunya adalah Instagram yang cukup efektif untuk menjangkau calon *client*. Karena hampir setiap orang pasti memiliki *smartphone* dan memiliki sosial media yang penulis sebutkan. Selain itu, dalam proses makeup “LIMAR” juga menggunakan *air brush* sebagai salah satu teknologi yaitu pengaplikasian *make up* menggunakan sebuah alat mirip seperti alat tembak dengan hasil *make up* yang sangat halus dan untuk *coverage* nya sangat baik.

C 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.



5. *Environment* (Lingkungan)

Untuk memulai suatu bisnis, lingkungan yang dimaksud adalah lokasi yang menjadi bisnis ini didirikan. Lokasi yang dipilih tentunya harus berada ditempat yang strategis, mudah dijangkau, dan memiliki kemudahan yang lainnya seperti memiliki lahan parkir yang luas, dekat dengan tempat perbelanjaan, tempat kuliner, dekat dengan jalan tol dan sebagainya. Selain lokasi yang strategis, tempat yang dipilih juga harus nyaman. Maka dari itu penulis memilih ruko emerald summarecon bekasi sebagai tempat bisnis ini didirikan karena tempatnya yang nyaman, lahan parkirnya memadai, dekat dengan pusat perbelanjaan, serta mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum.

Legal (Legalitas)

Legalitas merupakan salah satu pondasi hukum sebuah bisnis yang harus diperhatikan sejak seseorang ingin memulai bisnis. Selain melindungi bisnis, legalitas juga memiliki banyak manfaat seperti melindungi aset pribadi, mengembangkan bisnis, hingga mempermudah dalam mendapat pinjaman modal usaha, meningkatkan kredibilitas, dan masih banyak lagi. Hukum yang berlaku disuatu Negara harus ditaati oleh pelaku bisnis dan sifatnya mutlak, oleh karena itu dalam menjalankan bisnisnya para pelaku bisnis perlu berhati-hati agar produk yang dijual serta proses bisnis yang dilakukan tidak menentang aturan hukum yang berlaku pada negara tersebut. Para pelaku bisnis sebaiknya memiliki surat ijin yang jelas, seperti SIUP, NPWP, dan yang lainnya. Termasuk juga “LIMAR” harus memiliki semua surat penting sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku

(C) 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.



agar bisnis ini dapat berjalan dengan baik dan tidak terjadi masalah yang tidak diinginkan pada kemudian hari.

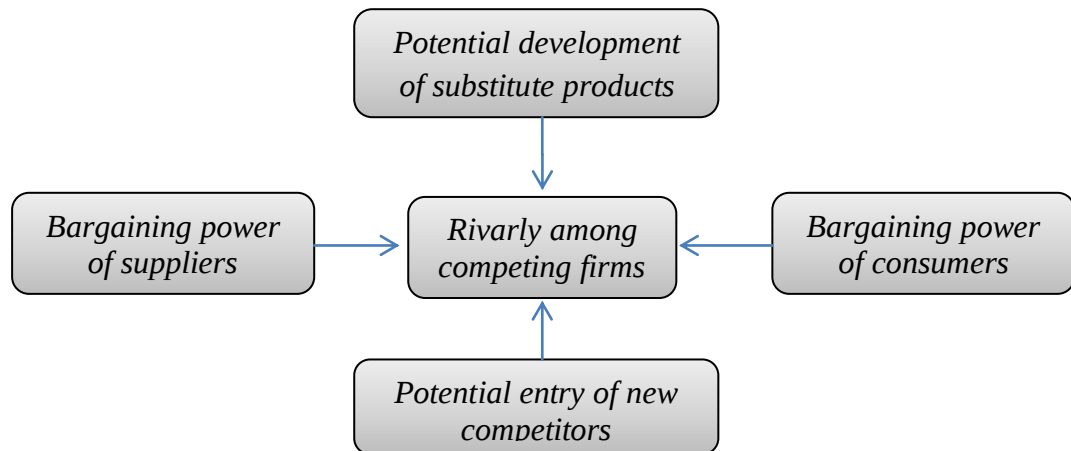
C Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Menurut David (2015:239) *“Porter’s Five - Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries. The intensity of competition among firms varies widely across industries.”* yang memiliki arti Model analisis kompetitif Porter Five-Forces adalah pendekatan yang banyak digunakan untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Intensitas persaingan di antara perusahaan sangat bervariasi di berbagai industri.”

Gambar 3.4

Porter’s Five Forces Model (Model Lima Kekuatan Porter)



Sumber : Fred. R. David (2015:239), *Strategic Management*



1. *Rivarly Among Competing Firms* (Persaingan Antar Perusahaan Saingan) : Tinggi

Perusahaan saingan adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Persaingan dalam bisnis jasa *make up* ini cukup tinggi karena banyak sekali yang membuka bisnis yang sama, mengingat akhir-akhir ini bisnis jasa *make up* berkembang dengan pesat dan banyak orang yang melihat peluang yang besar dalam bisnis ini. Namun dengan menggunakan strategi persaingan harga dan strategi pemasaran yang tepat sasaran, dibantu dengan menjaga kualitas makeup dan menjaga kebersihan serta memberikan pelayanan yang baik, “LIMAR” yakin dapat bersaing dalam mendirikan bisnis ini.

Potential Entry of New Competitors (Potensi Masuknya Pesaing Baru) : Tinggi

Potensi masuknya pesaing baru cukup besar mengingat peluang bisnis jasa makeup ini cukup besar, dengan dimudahkan berbagai teknologi, harga yang sangat bervariasi, dan proses perijinan yang mudah, maka akan banyak pesaing baru yang bermunculan dengan menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari bisnis yang akan didirikan. Namun meskipun demikian, belum tentu pesaing yang lain dapat dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu strategi yang paling penting adalah memanfaatkan teknologi digital yaitu melakukan pemasaran secara online sangat efektif untuk membantu masyarakat mengingat jasa yang kita tawarkan dan nama usaha yang dijalani.

Untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat, penulis melakukan beberapa strategi untuk bersaing dan bertahan dalam bisnis jasa *make up* ini, yaitu

C 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

dengan memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi dan salah satunya adalah instagram, dimana penulis akan mengunggah hasil-hasil makeup sehingga calon *client* dapat melihat dan merasa yakin bahwa menggunakan jasa “LIMAR” adalah pilihan yang tepat, dan secara berkala “LIMAR” akan melakukan perbandingan dengan *make up artist* lainnya agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan memiliki keunggulan yang patut dipertimbangkan para calon *client*.

Potential Development of Substitute Products (Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti) : Tinggi

Pengembangan produk-produk pengganti menjadi sebuah ancaman yang besar untuk bisnis jasa *make up* seperti “LIMAR” ini, pada bisnis jasa *make up* ini salah satu yang menjadi ancaman yaitu wanita-wanita yang memiliki *skill* dan menyukai *make up* sehingga apabila ada acara penting mereka dapat mendandani dirinya sendiri tanpa perlu menggunakan jasa *make up artist*. Bahkan bisa jadi apabila merasa cukup mahir, mereka akan membuka jasa *make up* sendiri. Oleh karena itu, strategi yang digunakan “LIMAR” adalah memberikan pelayanan yang cepat tanggap, mengutamakan kebersihan peralatan dan perlengkapan *make up* yang digunakan, terus berlatih agar *skill makeup* meningkat, memberikan edukasi untuk *client* terkait *makeup* maupun *skincare*, menjaga hubungan yang baik dengan *client* dan meningkatkan sarana lainnya untuk mendukung “LIMAR”.

Bargaining Power of Suppliers (Daya Tawar Pemasok) : Rendah

Keberadaan dan peranan pemasok sangat penting untuk bisnis jasa *make up artist* ini, karena tanpa adanya pemasok *make up-make up* yang digunakan membuat

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.



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.

bisnis ini tidak dapat berjalan dengan baik. “LIMAR” memiliki beberapa pemasok untuk perlengkapan dan peralatan “LIMAR” untuk menjalankan operasional sehari-hari. Pemasok memiliki kekuatan untuk menaikkan atau menurunkan harga produk dan bisa saja membatalkan kerjasama secara sepihak, oleh karena itu “LIMAR” harus membangun kerjasama yang baik terhadap semua pemasok yang berkontribusi dalam pengembangan bisnis ini. Karena hal tersebut, “LIMAR” juga harus memiliki pemasok cadangan apabila terjadi keterlambatan atau kendala saat pengiriman dan hal yang tidak diinginkan pada pemasok utama, maka “LIMAR” bisa mendapatkan produk dengan kualitas yang saman tapi tidak hanya bergantung pada satu pemasok saja dan operasional “LIMAR” tetap dapat berjalan dengan baik.

Bargaining Power of Consumers (Daya Tawar Konsumen) : Tinggi

Setiap konsumen akan mencari barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Maka dari itu “LIMAR” harus memiliki daya tarik yang dapat memikat hati para konsumennya, dengan cara memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin membantu menjawab kebutuhan klien, karena pada jaman sekarang konsumen sangat teliti terhadap apa yang dibeli, jasa apa yang akan dipakai dan menjadi lebih sensitif dalam membandingkan harga yang ditawarkan, kualitas barang atau jasa, dan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, “LIMAR” mencoba memposisikan diri sebagai klien atau orang yang membutuhkan jasa *make up* sehingga “LIMAR” pastinya akan mengutamakan kebersihan, kualitas, dan pelayanan yang diberikan kepada setiap klien dengan baik. “LIMAR” juga akan memberikan harga yang wajar sesuai dengan kualitas yang diberikan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan klien.



E. Analisis Faktor – faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix)

(C)

Menurut David (2015:245), “*Competitive Profile Matrix identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position*”.

Matriks Profil Kompetitif (Competitive Profile Matrix- CPM) mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus perusahaan dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan. Analisis CPM ini dapat dipermudah dengan menentukan Critical Success Factor untuk para pesaing perusahaan.

Faktor Penentu Keberhasilan (*Critical Success Factors*)

Faktor Penentu Keberhasilan adalah faktor-faktor terpenting yang dapat mempengaruhi keberhasilan produk ataupun jasa di pasar. Faktor tersebut merupakan hasil analisis dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Faktor penentu keberhasilan yang mendapatkan peringkat lebih tinggi dibandingkan pesaingnya menunjukkan bahwa faktor yang dinilai tersebut lebih diterima produk atau jasanya, yang dapat disebut juga sebagai kekuatan produk atau jasa menurut konsumen. Sebaliknya, apabila mendapat peringkat yang rendah faktor yang dinilai tersebut kurang diterima produk atau jasanya, yang dapat disebut juga sebagai kelemahan produk atau jasa menurut konsumen. Faktor-faktor yang dapat dijadikan sebagai penentu keberhasilan sangat dipengaruhi dari hasil investigasi atau penelusuran faktor yang memang secara riil diperhatikan oleh konsumen dalam membuat keputusannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



2. Peringkat (*Rating*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Peringkat dalam CPM menunjukkan tanggapan atau respon produk atau jasa terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan. Semakin tinggi peringkat yang didapat, memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap CPM, dan juga sebaliknya peringkat rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Kisaran peringkat diberikan antara 1.0 – 4.0 dan dapat diterapkan pada setiap faktor. Ada beberapa poin penting yang terkait dengan pemberian peringkat di CPM, antara lain :

- Peringkat di terapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1.0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2.0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- Tanggapan diatas rata-rata diwakili oleh 3.0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4.0.

Bobot (*Weighted*)

Bobot dalam CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor untuk menjadi penentu kesuksesan produk atau jasa yang ditawarkan. Bobot berkisar dari 0.0 yang berarti tidak penting dan 1.0 yang berarti penting. Jumlah dari semua bobot dari faktor-faktor yang dianalisis harus sama dengan 1.0.

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.



4. Nilai Terbobot (*Weighted Score*)

Nilai terbobot adalah hasil yang dicapai setelah masing-masing bobot dikalikan dengan nilai peringkatnya.

Jumlah Nilai Terbobot (*Total Weighted Score*)

Jumlah Nilai Terbobot adalah sama dengan total nilai terbobot. Nilai akhir dari jumlah nilai terbobot harus berada di antara rentang 1.0 (rendah) hingga 4.0 (tinggi).

Rata-rata total nilai terbobot untuk CPM adalah 2.5, dimana setiap produk atau jasa dengan total nilai terbobot berada di bawah 2.5 dikatakan dalam posisi yang lemah.

Produk atau jasa dengan total nilai terbobot lebih tinggi dari 2.5 dianggap memiliki posisi yang kuat.

Dalam analisisnya, penulis menyebarkan kuesioner untuk mengetahui tentang hal-hal yang paling dipertimbangkan dalam menggunakan jasa *make up artist* yang dapat menjadi keunggulan dan beberapa faktor yang menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan pesaingnya yaitu lokasi, harga, look/hasil *make up*, pelayanan, kualitas *make up* yang digunakan, kebersihan alat *make up*, *make up skill*, serta edukasi saat proses *make up* berlangsung.

Berikut tabel analisis CPM “LIMAR”

(C) 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.



Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix “LIMAR”

Critical Success Factor	Weight	“LIMAR”		Januarychristymakeup		Bymagsteva	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Lokasi	0.05	2	0.1	2	0.1	1	0.05
Harga	0.03	4	0.12	2	0.06	4	0.12
Hasil <i>Make Up</i>	0.10	3	0.30	4	0.40	3	0.30
Pelayanan	0.13	4	0.52	3	0.39	3	0.39
Kualitas <i>Make Up</i>	0.20	4	0.80	4	0.80	2	0.40
Kebersihan <i>Make Up</i>	0.23	4	0.92	4	0.92	4	0.92
<i>Make Up Skill</i>	0.18	3	0.54	4	0.72	3	0.54
Edukasi <i>Make Up</i>	0.08	4	0.32	3	0.24	2	0.16
TOTAL	1	3.62		3.66		2.96	

Sumber : “LIMAR”

Keterangan :

1. Bobot yang bernilai paling tinggi adalah faktor terpenting untuk membantu kesuksesan perusahaan
2. Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (Satu)
3. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu : 4 = kekuatan besar, 3 = kekuatan kecil, 2 = kelemahan kecil, kelemahan besar
4. Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian rating dengan score (rating x score)

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Catatan penting bahwa nilai hasil analisis CPM yang rendah tidak dapat menentukan secara keseluruhan bahwa perusahaan tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Hasil tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berbeda.

Berdasarkan **Tabel 3.2** angka bobot yang tertera dalam tabel analisis CPM didapat dari hasil survei 103 responden yang terdiri dari laki-laki sebanyak 12 orang dan perempuan sebanyak 91 orang dengan rentang usia 15 tahun hingga lebih dari 30 tahun. Berikut adalah penjelasan mengenai posisi “LIMAR” dan para pesaing berdasarkan pada **Tabel 3.2** diatas :

a. Lokasi

Lokasi studio memperoleh bobot terendah kedua sebesar 0.05 didapat dari hasil kuesioner yang disebar oleh penulis. Hal ini juga didukung karena bisnis jasa seperti “LIMAR” dapat menerima klien di studio maupun langsung datang ketempat yang telah disepakati seperti rumah maupun hotel. Untuk melakukan konsultasi dan mendapatkan klien dapat menggunakan sosial media yang ada, lokasi digunakan hanya untuk membuka kelas *make up* dan *make up trial*, apabila ada klien yang ingin langsung *make up* di studio juga diperbolehkan. Berdasarkan **Tabel 3.2**, “LIMAR” dan Januarychristymakeup memiliki peringkat 2 karena lokasi cukup strategis dan Bymagsteva memperoleh peringkat 1 karena tidak memiliki studio.

b. Harga

Harga merupakan hal yang cukup penting, tetapi dalam bisnis jasa terutama

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

jasa *make up*, harga bukan merupakan prioritas pertama dalam memilih jasa *make up*. Semakin tinggi harga yang diberikan, berarti hasil yang diberikan akan semakin baik dan bergantung dengan jam terbang dari *make up artist*. Pada **Tabel 3.2**, “LIMAR” memperoleh peringkat 4 karena jasa yang ditawarkan terjangkau mengingat “LIMAR” baru akan membuka jasa *make up* dengan hal tersebut juga dapat menarik perhatian calon klien, dengan harga terjangkau tetapi hasil *make up* nya tidak kalah dengan harga yang lebih tinggi, kemudian disusul oleh Bymagsteva pada peringkat 3 yang memiliki harga sedikit lebih tinggi dengan hasil *make up* yang standard, dan Januarychristymakeup memperoleh peringkat 2 dimana harga yang diberikan cukup tinggi dengan hasil *make up* yang sangat baik.

c. Hasil *Make up*

Hasil *Make up* memperoleh bobot sebesar 0.10. Hasil *make up* merupakan salah satu hal yang penting karena dari hasil *make up* dapat terlihat bagaimana *make up artist* menggunakan kemampuannya agar orang lain terlihat lebih cantik. Hasil *make up* juga merupakan tolak ukur bagi klien menilai usaha “LIMAR” dan menjadi referensi bagi calon klien untuk memilih “LIMAR” sebagai jasa *make up artist* di acara mendatang.

Berdasarkan **Tabel 3.2**, Januarychristymakeup memperoleh peringkat tertinggi yaitu 4 karena sudah memiliki jam terbang tinggi dan hasil *make up* yang disukai banyak orang dilihat dari testimonial yang dibagikan, kemudian “LIMAR” dan Bymagsteva memperoleh peringkat 3 karena hasil *make up* tidak jauh berbeda dan hasil *make up* cukup baik.

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.



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. Pelayanan

Pelayanan yang berkualitas dapat membawa suatu perusahaan menjadi unggul karena kualitas pelayanan merupakan elemen yang penting bagi konsumen. Hal ini dapat dilihat pada **Tabel 3.2**, dimana mutu pelayanan memperoleh bobot cukup tinggi yaitu 0.13.

Berdasarkan **Tabel 3.2** dapat dilihat bahwa “LIMAR” mendapatkan peringkat 4 karena kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik dan disusul oleh Januarychristymakeup mendapat peringkat 3 dan Bymagsteva dengan peringkat 4. “LIMAR” mampu memberikan pelayanan yang baik setara dengan perusahaan jasa *make up artist* lainnya.

e. Kualitas *Make up*

Setiap *make up* yang digunakan harus memiliki kualitas yang baik karena produk yang digunakan langsung diaplikasikan ke wajah klien. Oleh karena itu, sebelum produk diaplikasikan di wajah klien, semua produk akan di cek terlebih dahulu masa kadaluwarsa dan kandungan apa saja yang ada didalam produk *make up* tersebut, maka dari itu kualitas *make up* merupakan hal yang penting dalam *jasa make up artist* dan kualitas *make up* mendapat bobot yang cukup tinggi yaitu 0.20.

Berdasarkan **Tabel 3.2**, kualitas *make up* LIMAR dan Januarychristymakeup mendapat peringkat 4 karena mengedepankan kualitas *make up* yang digunakan sesuai dengan standard yang ada, untuk Bymagsteva memperoleh peringkat 2



karena belum memiliki produk secara lengkap sesuai kebutuhan klien dan belum memperhatikan kandungan apa saja dalam produk yang digunakan.

f. Kebersihan *Make up*

Sebagai seorang *make up artist*, kebersihan *make up* yang digunakan merupakan hal yang paling penting. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan penulis kebersihan *make up* mendapat bobot tertinggi yaitu 0.23. Dengan memiliki kebersihan dalam *make up* yang digunakan, membuat para klien lebih percaya untuk memilih *make up artist* yang akan dipakai karena dari kebersihan dapat membentuk kesan awal yang positif.

Berdasarkan **Tabel 3.2**, kualitas *make up* LIMAR dan Januarychristymakeup serta Bymagsteva mendapat peringkat 4 karena sudah menjaga kebersihan *make up*, peralatan dan perlengkapan dengan baik.

g. *Make up Skill*

Make up Skill harus dimiliki setiap *make up artist*, karena dalam menjalankan bisnis ini apabila tidak memiliki skill dan teknik dalam melakukan *make up*, hasil *make up* mungkin tidak akan sebaik apabila kita mempelajari teknik terlebih dahulu, maka dari itu, *make up skill* mempengaruhi hasil akhir.

Berdasarkan **Tabel 3.2**, Januarychristymakeup memperoleh peringkat 4 karena sudah memiliki pengalaman terlebih dahulu dan sudah membuka kelas *make up* bagi orang-orang yang ingin menjadi profesional, “LIMAR” dan Bymagsteva

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.



mendapatkan peringkat 3 dengan *make up skill* yang sudah baik tetapi perlu terus dilatih agar hasil *make up* semakin baik.

h. Edukasi *Make up*

Memberikan edukasi terkait *make up* yang akan digunakan pada wajah klien merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan, karena dengan melakukan konsultasi dan mengetahui apa saja yang diaplikasikan pada wajah akan membuat klien merasa aman dan tidak khawatir apabila memiliki wajah yang sensitif.

Berdasarkan **Tabel 3.2**, “LIMAR” memperoleh peringkat 4 karena “LIMAR” benar-benar memperhatikan jenis kulit klien yang akan di *make up*, mempelajari apa yang boleh dipakai dan tidak boleh serta memberikan konsultasi pada klien. Januarychristymakeup mendapat peringkat 3 karena tidak terlalu fokus dalam hal ini tetapi tetap memberikan konsultasi hanya secara garis besar, dan Bymagsteva memberikan konsultasi tidak mendetail dan hanya fokus pada *make up* hari H saja.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut David (2015:259) “*The Strengths–Weaknesses–Opportunities–Threats (SWOT) Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (Strengths-Opportunities) strategies, WO (Weaknesses-Opportunities) strategies, ST (Strengths-Threats) strategies, and WT (Weaknesses-Threats) strategies. Matching key external and internal factors in the most difficult part of developing a SWOT Matrix and requires good judgment- and there is no one best set of matches.*”



Yang artinya “Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang- Ancaman (SWOT) adalah

alat pencocokan penting yang membantu manajer mengembangkan empat jenis Strategi: strategi SO (Kekuatan-Peluang), strategi WO (Pelemahan-Peluang), strategi ST (Kekuatan-Ancaman), dan strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama di bagian tersulit dalam mengembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik - dan tidak ada satu pun yang cocok dengan yang terbaik.

Strength (Kekuatan)

Strength adalah faktor-faktor internal yang memiliki nilai positif untuk membantu perusahaan menjalankan usahanya dengan maksimal sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. *Strength* dari “LIMAR” adalah :

- a. Harga terjangkau
- b. Memberikan pelayanan yang responsive
- c. Kualitas *make up* terjamin
- d. Kebersihan *make up* terjamin
- e. Edukasi *make up* saat proses *make up* berlangsung

Weakness (Kelemahan)

Weakness adalah faktor-faktor internal yang memiliki nilai negatif dan menghambat perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan maksimal sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. *Weakness* dari “LIMAR” adalah :

- a. Lokasi kurang strategis



- b. Hasil *make up* masih harus di *upgrade*
- c. *Make up skill* masih harus diasah

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

3 Opportunity (Peluang)

Opportunity adalah faktor-faktor eksternal yang memiliki nilai positif untuk membantu perusahaan menjalankan usahanya dengan maksimal sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. *Opportunity* dari “LIMAR” adalah :

- a. Bisnis jasa *make up artist* sedang menjadi tren kalangan masa kini
- b. Perubahan dari keinginan menjadi kebutuhan
- c. Perubahan gaya hidup masyarakat
- d. Media sosial yang sangat membantu untuk promosi sehingga dapat lebih cepat dikenal kalangan masyarakat

4 Threat (Ancaman)

Threat adalah faktor-faktor eksternal yang memiliki nilai negatif dan menghambat perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan maksimal sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. *Threat* dari “LIMAR” adalah :

- a. Banyak kompetitor yang memiliki usaha sejenis yang sudah lebih dikenal masyarakat
- b. Ide bisnis yang mudah ditiru
- c. Loyalitas konsumen belum terbentuk

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.



Tabel 3.3

Matriks SWOT “LIMAR”

	Internal	Strength (S)	Weakness (W)
		1. Harga terjangkau 2. Memberikan pelayanan yang responsif 3. Kualitas <i>make up</i> terjamin 4. Kebersihan <i>make up</i> terjamin 5. Edukasi <i>make up</i> saat proses <i>make up</i> berlangsung	1. Lokasi kurang strategis 2. Hasil <i>make up</i> masih harus di <i>upgrade</i> 3. <i>Make up skill</i> masih harus diasah
	Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
	1. Bisnis jasa <i>make up artist</i> sedang menjadi tren kalangan masa kini 2. Perubahan dari keinginan menjadi kebutuhan 3. Perubahan gaya hidup masyarakat 4. Media sosial yang sangat membantu untuk promosi sehingga dapat lebih cepat dikenal kalangan masyarakat	1. Membangun kepercayaan klien (S2, S3, S4, O4) 2. Memfokuskan diri kepada pelanggan potensial (S2, S3, S4, S6, O1, O2, O3) 3. Memberikan pelayanan terbaik (S6, O2, O3) 4. Mengikuti tren <i>make up</i> yang ada (S1, S7, O1, O4)	1. Melakukan promosi agar dapat dikenal masyarakat luas (W1, O4) 2. Membuat portofolio hasil <i>make up</i> (W1, W2, O3, O4) 3. Membangun kerjasama dengan pesaing (W1, W2, O1, O3)
	Threat (T)	Strategi ST	Strategi WT
	1. Brand lain yang sudah dikenal 2. Ide bisnis yang mudah ditiru 3. Loyalitas konsumen belum terbentuk	1. Berinteraksi dengan pengikut melalui konten bermanfaat di media sosial (S4, S6, T3) 2. Melakukan evaluasi secara berkala dengan menyebarkan kuesioner (S2, S3, S6, T1, T3)	1. Mengembangkan kemampuan dalam <i>make up</i> dengan mengikuti kursus (W2, T3) 2. Melakukan perbandingan dengan <i>make up artist</i> lainnya (W1, T1)

Sumber : “LIMAR”

Penjelasan strategi yang dilakukan “LIMAR” dari analisis SWOT tersebut adalah sebagai berikut :

1. STRATEGI SO

Membangun kepercayaan klien (S2, S3, S4, O4)

“LIMAR” berusaha membangun kepercayaan klien dengan memberikan pelayanan yang responsif, menjamin kualitas dari *make up* yang digunakan, dan kebersihan



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

saat proses *make up* berlangsung, dengan mengetahui hal tersebut calon klien akan percaya bahwa jasa “LIMAR” merupakan salah satu jasa yang dapat dipilih pada hari-hari penting seperti pernikahan. “LIMAR” juga akan terus menggunakan sosial media sebagai tempat promosi dengan bantuan influencer maupun membuat konten *make up* dan juga testimonial agar klien percaya bahwa “LIMAR” memang salah satu pilihan terbaik.

Memfokuskan diri kepada pelanggan potensial (S2, S3, S4, S6, O1, O2, O3)

“LIMAR” memfokuskan diri kepada pelanggan potensial yaitu perempuan yang ingin terlihat lebih cantik dalam acara tertentu dengan menggunakan kualitas *make up* yang baik dan kebersihan yang dijaga karena hal tersebut sangat penting mengingat gaya hidup masyarakat yang sudah mulai menyadari bahwa kebersihan sangat penting. Oleh karena itu, setiap *make up* yang digunakan pastinya sudah dalam keadaan bersih dibantu dengan *UV sterilizer*.

Memberikan pelayanan terbaik (S6, O2, O3)

Dijaman sekarang pastinya setiap bisnis menginginkan pelayanan yang baik untuk kliennya karena memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan sangat penting, oleh karena itu “LIMAR” memakai tenaga kerja yang sudah terlatih dan ramah, memberikan rasa nyaman dan aman untuk *client*, serta mengutamakan kepuasan dari pelanggan.

Mengikuti tren *make up* yang ada (S1, S7, O1, O4)

“LIMAR” akan secara konsisten untuk terus belajar dengan *make up artist* lainnya seperti mengikuti kelas *make up* maupun *workshop* untuk mengembangkan kemampuan yang dimiliki serta menambah pengetahuan dan mempelajari hasil *make up* yang terkini.

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.



2. STRATEGI WO

- a. Melakukan promosi agar dapat dikenal masyarakat luas (W1, O4)

Memanfaatkan sosial media sebagai tempat untuk mengembang “LIMAR” dan menumbuhkan *Brand Image* yang baik dimata masyarakat, yang dapat dilakukan “LIMAR” adalah memaksimalkan promosi dengan *ig ads* dan *fb ads* untuk menarik target pasar dan membuat konten yang bermanfaat di sosial media “LIMAR”.

- b. Membuat portofolio hasil *make up* (W1, W2, O3,O4)

Sebagai salah satu bisnis jasa yaitu jasa *make up*, sangat diperlukan foto hasil *make up*/portofolio untuk menarik calon *client*. Dibantu dengan media sosial, hasil *make up* tersebut bisa dilihat oleh banyak orang yang merupakan customer potensial, oleh karena itu portofolio dalam bisnis jasa merupakan hal yang penting.

- c. Membangun kerjasama dengan pesaing (W1, W2, O1, O3)

Bekerjasama dengan pesaing merupakan salah satu yang strategi yang digunakan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam mendandani klien, bagaimana mengatasi masalah yang akan dihadapi *make up artist*, dan juga belajar memenuhi hasil *make up* sesuai dengan keinginan klien secara maksimal.

3. STRATEGI ST

Berinteraksi dengan pengikut melalui konten bermanfaat di media sosial (S4, S6, T3)

Membuat konten yang bermanfaat di media sosial terkait kecantikan dan perawatan wajah serta membagikan hasil *make up* “LIMAR” untuk membentuk customer loyal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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. Melakukan evaluasi secara berkala dengan menyebarkan kuesioner (S2, S3, S6, T1, T3)

Kusioner dapat membantu “LIMAR” mendapatkan saran dan masukan agar lebih baik dalam mengembangkan usaha ini. Dari hasil kusioner anggota tim akan melakukan evaluasi dan kontrol terhadap jasa yang diberikan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4.

STRATEGI WT

- a. Mengembangkan kemampuan dalam *make up* dengan mengikuti kursus (W2, T3)

Usaha “LIMAR” merupakan usaha jasa *make up* yang memerlukan latihan dan kursus secara berkala untuk mengikuti trend dan diperlukan teknik yang berbeda-beda dalam setiap pengaplikasian *make up*, semakin sering latihan hasil *make up* akan semakin baik.

- b. Melakukan perbandingan dengan *make up artist* lainnya (W1, T1)

Dengan cara membandingkan dengan jasa *make up* lainnya, “LIMAR” dapat belajar dan mengevaluasi apa saja yang harus ditambah dan dikurangi dalam hal manajemen, strategi promosi, bagaimana melayani customer, teknik dalam *make up*. peralatan dan perlengkapan *make up* yang berkualitas, dan yang lainnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.