



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Mendirikan sebuah usaha, penting untuk melakukan analisis industri dan pesaing. Tindakan ini bertujuan agar pengusaha dapat memahami dan memperoleh gambaran mengenai kondisi industri dan tingkat persaingan dari usaha sejenis pada saat itu serta di masa mendatang. Dengan memahami situasi industri dan pesaing, baik dalam konteks saat ini maupun masa depan, pengusaha diharapkan dapat mengidentifikasi peluang-peluang yang mungkin muncul dalam bisnisnya. Selain itu, analisis ini juga membantu dalam strategi yang akan diterapkan untuk menjalankan usaha tersebut.

Melalui analisis industri dan pesaing, diharapkan bisnis dapat memiliki pandangan yang jelas mengenai kemungkinan kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan dengan pesaing-pesaing yang ada.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Berbisnis perlu adanya kemampuan untuk menganalisis tren dan pertumbuhan dalam industri terkait menjadi kunci untuk menilai kelayakan suatu usaha. *Prettifainails*, sebagai bisnis di industri *fashion*, beroperasi dalam sektor yang memiliki potensi besar dalam era modern ini, terutama dengan pesatnya perkembangan industri *fashion* di kalangan wanita.

Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 278 juta jiwa pada tahun 2023, dengan 131.88 juta perempuan menurut proyeksi pertumbuhan penduduk oleh *United Nations Population Fund*, Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, dan Badan Pusat Statistik, peluang bisnis di sektor *fashion*, khususnya produk aksesoris kecantikan, semakin meningkat. Industri kecantikan lokal juga mengalami pertumbuhan pesat dengan peluncuran berbagai produk baru. Selain itu, berbagai layanan kecantikan seperti salon

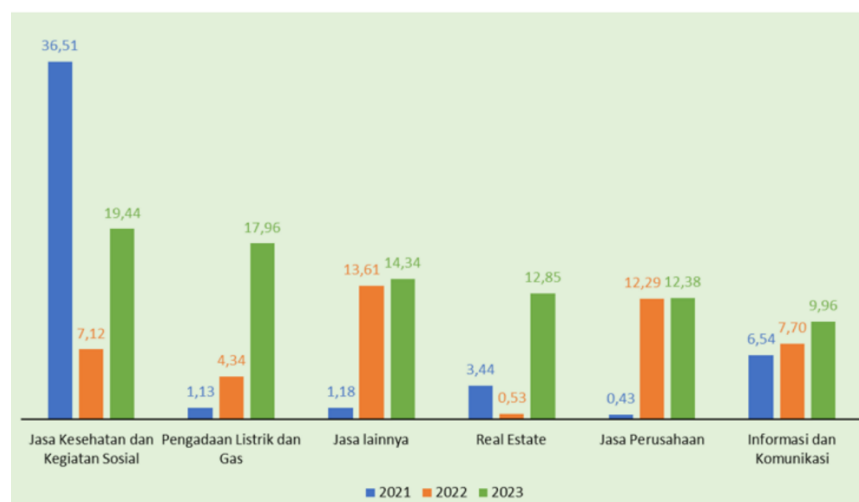


nail art, eyelash extension, sulam bibir, dan sulam alis semakin banyak bermunculan di Indonesia, menunjukkan adanya tren yang signifikan di bidang kecantikan.

Untuk menilai daya tarik industri, parameter seperti Produk Domestik Bruto (PDB) setiap tahun menjadi indikator yang relevan. *Prettifainails* yang berlokasi di Kota Pontianak, Kalimantan Barat akan menggunakan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah Pontianak sebagai dasar analisis. Grafik yang disajikan berikut ini memberikan gambaran mengenai pertumbuhan ekonomi di Kalimantan Barat.

Gambar 3.1

Grafik Produk Domestik Regional Bruto Pertumbuhan Ekonomi Kalimantan Barat



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan Grafik 3.1, terlihat peningkatan Produk Domestik Bruto atas harga berlaku di Kalimantan Barat pada setiap tahunnya, terutama dalam berbagai sektor usaha. Hal ini mengindikasikan peluang dan prospek yang positif bagi *Prettifainails*.

B. Analisis Pesaing

Pertumbuhan industri *fashion* yang terus meningkat telah menarik minat para pengusaha untuk bergabung dalam industri ini yang terus berkembang. Ragam aksesoris produk terus bermunculan dengan ide kreatif yang luar biasa. Keunggulan bagi para pengusaha adalah kemampuan untuk menjadi lebih unggul dibandingkan pesaing dengan



mengidentifikasi celah dan menciptakan inovasi. Dengan menganalisis keunggulan dan kekurangan pesaing, kita dapat menemukan peluang untuk berinovasi.

Setelah proses analisis selesai, data yang dihasilkan dapat menjadi dasar untuk merancang strategi baru atau mengembangkan ide yang lebih inovatif. Informasi terkait produk, harga, lokasi, layanan, dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pesaing menjadi krusial untuk mengevaluasi kelebihan dan kelemahan mereka. *Prettifainails* telah mengidentifikasi tiga pesaing potensial yang dianggap memiliki potensi sebagai parameter. Dengan melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung, penulis berhasil mengenali beberapa pesaing yang memiliki potensi dan menawarkan produk serupa dengan *Prettifainails*. Berikut ini adalah daftar pesaing dari *Prettifainails* yang menyediakan produk sejenis.

Tabel 3.1

Analisis Pesaing *Prettifainails*

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Eze Nails <i>E-Commerce Shopee</i>	1. Tersedia di Sociolla 2. Memiliki pengikut di <i>e-commerce shopee</i> 87,5 ribu pengikut 3. Mengklaim kuku siap tempel ternyaman dalam 10 menit	Tidak menyediakan layanan <i>pedicure</i> dan <i>medicure</i>
Yellowsunkist H. Purnama II, Pontianak	1. <i>Press on nails by request</i> 2. Memiliki <i>private home studio</i> 3. Memiliki pelanggan kelas atas	Tidak melayani <i>home service</i>
znailsdairy H. Suprpto, Pontianak	1. Banyak menyediakan kuku palsu untuk acara penting (seperti: <i>wedding, prom</i>) 2. Memiliki <i>private studio</i> 3. Ada <i>nail course</i>	harga yang cukup mahal

Sumber: *Prettifainails*



C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan alat yang digunakan untuk merinci semua risiko yang terkait dengan pertumbuhan atau penurunan suatu bisnis, serta untuk menilai posisi, potensi, dan arah strategis dari bisnis atau organisasi tersebut. PESTEL membantu dalam merangkum gambaran menyeluruh mengenai lingkungan sekitarnya, termasuk peluang dan ancaman yang mungkin muncul. Dengan pemahaman menyeluruh terhadap lingkungan, dapat mengoptimalkan peluang yang ada sambil mengurangi risiko atau ancaman yang mungkin timbul. Singkatan PESTEL mencakup enam aspek, yaitu Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum. Berikut ini adalah hasil analisis PESTEL yang telah dilakukan *Prettifainails*.

1. Faktor Politik

Permasalahan hukum dan regulasi, yang merupakan aspek politik yang mengendalikan sektor industri dan bisnis individu, juga memiliki dampak signifikan. Hal-hal seperti kebijakan upah, pajak, pembatasan perdagangan, dan kegiatan pemerintah lainnya adalah faktor yang harus dipertimbangkan dengan seksama oleh pelaku usaha. Semua elemen ini tentu akan berpengaruh pada biaya operasional bisnis. Karena dengan adanya perubahan aturan perdagangan atau peningkatan pajak, khususnya pada *e-commerce & social commerce*, maka akan menaikkan cost / harga bahan baku untuk produk *Prettifainails*. seperti contoh kasus yang pernah terjadi saat Tiktok Shop di blokir sementara, itu berdampak pada penghasilan online langsung menurun. oleh karena itu faktor politik merupakan **ancaman** bagi *Prettifainails*.

2. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi memainkan peran yang signifikan dalam memengaruhi operasional usaha *Prettifainails*. Suku bunga, pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, dan faktor ekonomi lainnya memiliki dampak langsung pada kinerja bisnis. Ketika kondisi

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.



ekonomi stabil, daya beli masyarakat cenderung meningkat, memberikan dampak positif pada penjualan barang dan memberikan manfaat bagi negara dan pemilik usaha. Sebaliknya, dalam situasi ketidakstabilan ekonomi, penurunan daya beli konsumen dapat menghambat arus barang dan uang, karena masyarakat memiliki kecenderungan untuk mengurangi pengeluaran.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tetap kokoh meskipun dalam situasi ketidakpastian ekonomi global. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan III 2023 tetap positif, mencapai 4,94% (yoy), walaupun sedikit melambat dibandingkan dengan pertumbuhan pada triwulan sebelumnya yang mencapai 5,17% (yoy). Ke depannya, pertumbuhan ekonomi diharapkan akan terus didorong oleh permintaan domestik, termasuk konsumsi swasta, belanja pemerintah, dan investasi. Dalam mengantisipasi perkembangan ini, Bank Indonesia memproyeksikan pertumbuhan ekonomi pada kisaran 4,5-5,3% untuk tahun 2023. Sesuai dengan proyeksi pertumbuhan ekonomi oleh Bank Indonesia & data dari Badan Pusat Statistik (BPS) maka faktor ekonomi merupakan salah satu faktor peluang bagi *Prettfainails* dikarenakan daya beli masyarakat yang stabil bahkan cenderung meningkat.

3. Faktor Sosial

Kondisi sosial di suatu lokasi memiliki dampak signifikan terhadap kelangsungan usaha. Faktor-faktor sosial, seperti demografi, budaya sosial, gaya hidup, tren, dan tingkat pendidikan, dapat berpengaruh pada dinamika bisnis. Perubahan dalam faktor-faktor ini akan terus berkembang seiring berjalannya waktu, terutama dalam menghadapi perubahan gaya hidup, seperti yang terjadi selama pandemi. Sebagai contoh, masyarakat cenderung beralih ke belanja online, yang dapat menciptakan peluang baru bagi pemilik usaha untuk mengembangkan bisnis mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Keadaan sosial dan budaya suatu negara memainkan peran kunci dalam membentuk arah bisnis. Faktor-faktor sosial dan budaya yang berkembang dalam masyarakat dapat mempengaruhi pola konsumsi secara keseluruhan. Kemunculan tren atau budaya baru dalam masyarakat, yang sering kali dipicu oleh perubahan dalam kehidupan sehari-hari, dapat memiliki dampak signifikan terhadap cara produk dan layanan dipasarkan dalam suatu negara. Dikarenakan target market untuk *Prettifainails* adalah untuk Gen Z yang lebih menyukai segala sesuatu yang "sat-set", seperti *press-on nails* yang merupakan produk utama *Prettifainails*, dan berbelanja secara online, maka faktor sosial merupakan salah satu faktor **peluang** bagi *Prettifainails*.

4. Teknologi

Perkembangan teknologi di zaman modern saat ini telah memasuki era di mana kebanyakan orang cenderung menyukai hal-hal yang praktis, cepat, dan mudah. Teknologi yang paling umum digunakan oleh masyarakat meliputi berbagai jenis ponsel, internet, dan laptop, yang digunakan untuk mendapatkan informasi, mengakses hiburan, dan melakukan belanja online. Oleh karena itu, perusahaan mengikuti tren ini dengan menyempurnakan strategi promosi dan interaksi dengan pelanggan. Fenomena ini ditunjukkan oleh peningkatan jumlah aplikasi di Indonesia, terutama aplikasi media sosial. Masyarakat Indonesia sangat responsif terhadap aplikasi media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, dan sebagainya.

Penggunaan media sosial melibatkan penggunaan taktik penjualan online untuk berinteraksi dengan pelanggan dan melakukan penjualan. Data berikut menunjukkan tingkat akses internet di Kalimantan barat beserta kota Pontianak. Faktor teknologi tentunya merupakan faktor **peluang** bagi *Prettifainails* karena dengan perkembangan aplikasi *social media*, *e-commerce*, *digital ads*, bahkan *social commerce* sangat mendorong perkembangan *Prettifainails*, baik secara *exposure & sales*. penggunaan

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.

sosial media sebagai salah satu metode promosi sangat efektif digunakan oleh *Prettifainails* sebagai wadah promosi.

Gambar 3.2
Data Presentase Akses Internet Kota Pontianak

Kab/Kota	Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Internet (Termasuk Facebook, Twitter, Whatsapp) dalam 3 Bulan Terakhir (Persen)								
	Laki-laki			Perempuan			Laki-Laki + Perempuan		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Kalimantan Barat	47,79	58,16	65,05	42,25	51,32	58,94	45,16	54,80	62,08
Sambas	45,83	55,70	66,09	41,34	49,55	58,31	43,52	52,57	62,28
Bengkayang	43,46	61,87	65,85	37,18	56,41	59,65	40,41	59,23	62,88
Landak	35,68	50,66	57,81	25,24	42,76	46,72	30,61	46,85	52,56
Mempawah	46,73	57,46	65,15	40,04	50,23	59,60	43,42	53,88	62,42
Sanggau	45,35	59,43	63,00	38,24	52,98	54,19	41,92	56,30	58,78
Kelapang	44,72	50,09	59,01	39,79	42,53	54,74	42,34	46,45	56,95
Sintang	32,89	48,35	59,57	27,33	41,39	54,49	30,20	44,97	57,12
Kapuas Hulu	45,64	49,66	57,85	35,87	40,55	49,32	40,88	45,16	53,71
Sekadaya	33,90	42,72	45,62	26,03	31,64	40,65	30,10	37,26	43,25
Melawi	28,47	44,44	51,74	23,46	35,64	42,97	25,97	40,12	47,47
Kayong Utara	41,64	52,12	68,76	36,15	46,47	59,56	38,93	49,32	64,30
Kubu Raya	56,10	62,24	66,72	50,97	53,00	59,06	53,57	57,68	62,97
Kota Pontianak	72,66	80,40	84,26	70,55	75,69	82,14	71,60	78,02	83,19
Kota Singkawang	64,24	73,98	82,09	63,46	70,50	79,36	63,86	72,28	80,76

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Barat

5. Lingkungan

Agar bisnis dapat terus berkembang, seorang pebisnis harus dapat menentukan lokasi yang tepat dan strategis yaitu mudah diakses, aman, ramai, dan dekat dengan para pemasok. Untuk memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, seorang pengusaha harus memiliki kemampuan untuk menentukan lokasi yang tepat dan strategis. Lokasi yang ideal adalah yang mudah diakses, aman, ramai, dan dekat dengan para pemasok. Faktor lingkungan merupakan sebuah **peluang** juga bagi *Prettifainails* dikarenakan *Prettifainails* beroperasi secara *offline* di Pontianak, Kalimantan Barat dan bukan ibukota. secara langsung kompetitor *Prettifainails* jauh lebih sedikit dibanding jika berjualan di ibukota & orang-orang juga tidak terlalu



membandingkan harga dikarenakan jika dihitung dengan ongkirnya maka kurang lebih akan membayar harga yang sama.

6. Hukum

Hukum atau kebijakan negara merupakan suatu kewajiban yang harus dipatuhi oleh seluruh pelaku bisnis di manapun mereka beroperasi. Saat mendirikan sebuah bisnis, seorang pengusaha harus mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku di negara mereka. Memulai dan mengelola bisnis memerlukan perhatian khusus terhadap aspek hukum dan peraturan yang berlaku di suatu negara.

Izin Usaha, sesuai dengan *Online Single Submission* (OSS), merupakan izin yang diterbitkan oleh Lembaga OSS atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran. Di sisi lain, perizinan berusaha dapat diartikan sebagai persetujuan yang diperlukan oleh pelaku usaha untuk memulai dan menjalankan usaha. Persetujuan tersebut diberikan dalam bentuk surat atau keputusan setelah pelaku usaha memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan. Dikarenakan *Prettifainails* sudah terdaftar sebagai penjual resmi maka dari itu faktor hukum bagi *Prettifainails* merupakan sebuah **peluang**, dikarenakan secara hukum *Prettyfainails* sudah resmi berjalan secara legal. ini juga meningkatkan faktor kepercayaan & kredibilitas toko bagi para pembeli dan calon pembeli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

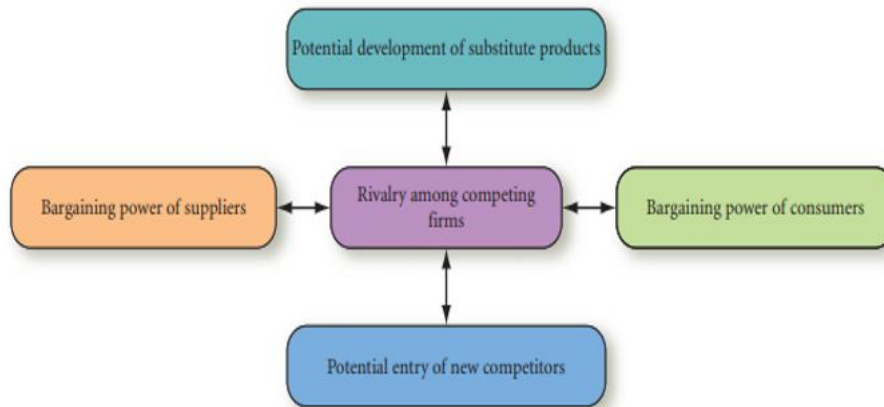
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



D. Analisis Pesaing: Porter Five Forces Business Model

Gambar 3.3
Lima Kekuatan Persaingan Model Porter



Sumber : David, *Strategic Management* (2023:102)

Berikut adalah analisis model Lima Kekuatan Porter dari *Prettifainails*:

1. Persaingan Antar Perusahaan Pesaing

Tingkat persaingan antar perusahaan dalam industri yang sama menjadi faktor dominan di antara aspek persaingan lainnya. Suatu bisnis harus memiliki keunggulan kompetitif yang lebih unggul, yang tidak dimiliki oleh pesaing lain di industri yang sama. Semakin banyak pesaing dalam bisnis serupa, semakin tinggi tingkat persaingannya. Dalam industri aksesoris *fashion*, khususnya produk kuku palsu di Pontianak, tingkat persaingan dinyatakan sebagai positif karena jumlah pesaing masih relatif rendah maka dari itu menjadi **peluang** bagi *Prettifainails*. Meskipun pesaing tidak begitu banyak, para pelaku bisnis tetap perlu menerapkan strategi pemasaran, penetapan harga, dan strategi lainnya untuk membantu perusahaan bersaing dalam industri sejenis dan meraih kesuksesan dalam industri ini.

© 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. Daya Tawar Pembeli

Ⓒ Kekuatan ini mengevaluasi seberapa besar daya tawar yang dimiliki oleh pembeli atau konsumen. Semakin besar daya tawar pembeli untuk menuntut harga lebih rendah atau kualitas lebih tinggi, semakin berkurang profitabilitas yang dapat dinikmati oleh produsen. Di satu sisi, perusahaan perlu mengeluarkan biaya tinggi untuk menghasilkan produk berkualitas, tetapi di sisi lain, penurunan harga produk dapat mengurangi pendapatan perusahaan. Dalam sektor bisnis *Prettifainails*, daya tawar pembeli masih tergolong rendah karena relatif sedikit perusahaan yang menawarkan produk dan layanan khusus untuk perawatan kuku. Oleh karena itu, situasi ini dapat dianggap sebagai **peluang** bagi *Prettifainails*.

3. Ancaman Produk Pengganti

Produk pengganti merujuk pada barang dan jasa di luar industri yang menyediakan fungsi serupa dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Jika produk pengganti memiliki harga dan kualitas yang lebih kompetitif, maka dapat menjadi ancaman terhadap produk atau jasa yang sedang ditinjau. Dalam industri produk aksesoris kuku palsu seperti yang dijalankan *Prettifainails*, potensi **ancaman** dari produk pengganti tergolong tinggi. Sebagian masyarakat memilih untuk melakukan perawatan dan dekorasi kuku tanpa menggunakan kuku palsu (*nail art*). Oleh karena itu, dalam konteks ancaman dari produk atau jasa pengganti, tingkat risiko dianggap cukup tinggi.

4. Daya tawar dari Pemasok

Daya pengaruh pemasok dalam menentukan sejauh mana pemasok lain dapat memenuhi kebutuhan bisnis bergantung pada seberapa besar pemasok dapat memengaruhi jalannya bisnis. Semakin banyak pemasok yang dapat menyediakan kebutuhan bisnis, semakin rendah kekuatan pemasok terhadap bisnis tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Prettifainails menggunakan bahan baku yang diimpor dari beberapa negara seperti China, Jepang, dan Korea. Hanya beberapa pemasok yang memiliki akses sebagai distributor di Indonesia. Karena sulit untuk beralih atau menemukan pemasok alternatif dengan kualitas yang setara, ini meningkatkan kekuatan pemasok dan kesulitan dalam mencari alternatif yang sebanding. Situasi ini dapat membawa ancaman bagi *Prettifainails*.

5. Ancaman dari Pesaing Baru yang Memasuki Industri yang Sama

Ancaman dari kemungkinan pesaing baru dalam industri yang sama, pemilik bisnis perlu memperhatikan peluang yang tersedia bagi mereka yang mencoba memulai bisnis dalam sektor yang sama. Semakin banyak pesaing baru yang masuk, semakin tinggi tingkat persaingannya. Ancaman dari pesaing baru dalam industri sejenis dianggap rendah karena berperan sebagai pelaku usaha dalam industri ini membutuhkan keterampilan khusus, termasuk memiliki sertifikasi profesional dan telah mengikuti kursus akademis khusus. Oleh karena itu, kemungkinan masuknya pesaing baru dalam industri sejenis cenderung rendah dan menjadi peluang bagi *Prettifainails*.

E. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Alat analisis berikutnya adalah *Matriks Profile Matrix*, yang bertujuan untuk menunjukkan kepada pebisnis titik kuat dan kelemahan mereka dibandingkan dengan pesaing. Dalam analisis ini, terdapat empat aspek yang perlu diperhatikan:

1. *Critical success factor*

Merupakan elemen penting untuk kesuksesan dalam suatu industri, yang berasal dari sumber *internal* dan *eksternal*. Faktor-faktor kunci ini mencakup harga, pelayanan, promosi, merek, kemasan produk, kualitas produk, dan varian produk.



2. Rating

© Dalam sistem penilaian untuk CPM ini, skala peringkat berkisar dari 1 hingga 4, dengan interpretasi sebagai berikut:

- a. Peringkat diterapkan pada setiap faktor yang ada dalam perusahaan.
- b. Respons paling rendah dinyatakan dengan angka 1,0, menunjukkan kelemahan mayor.
- c. Respons rata-rata dinyatakan dengan angka 2,0, menunjukkan kelemahan minor.
- d. Respons yang melebihi rata-rata dinyatakan dengan angka 3,0, menunjukkan kekuatan minor.
- e. Respons tertinggi dinyatakan dengan angka 4,0, kekuatan mayor.

3. Weigh

Pada tahap selanjutnya, kita dapat menetapkan nilai bobot mulai dari 0,1 hingga

1,0. Semakin kecil nilai bobot yang diberikan pada faktor kritis, semakin rendah dampak faktor tersebut terhadap kesuksesan industri, dan sebaliknya.

4. Total Weigh Score

Dalam tahap terakhir, kita menjumlahkan semua skor dari setiap perusahaan untuk menghasilkan nilai total. Dampak pembelian kuku palsu diukur sebagai berikut.

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.



Tabel 3.2
Prettifainails Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	CPM	BOBOT	Eze Nails		Yellowsunkist		Nznailsdiary		Prettifainails	
			RANK	NILAI	RANK	NILAI	RANK	NILAI	RANK	NILAI
Harga	109	0,151	3	0,453	3	0,453	3	0,453	3	0,453
Pelayanan	114	0,158	3	0,474	3	0,474	4	0,632	3	0,474
Promosi	102	0,141	3	0,423	3	0,423	3	0,423	3	0,423
Merek	78	0,108	4	0,432	2	0,216	2	0,216	2	0,216
Kemasan Produk	87	0,120	3	0,360	4	0,480	3	0,360	3	0,360
Kualitas Produk	121	0,167	3	0,501	3	0,501	3	0,501	3	0,501
Varian Produk	112	0,155	2	0,310	3	0,465	3	0,465	3	0,465
TOTAL	723	1,000		2,953		3,012		3,050		2,892

Sumber: Prettifainails

Dari hasil analisis CPM tersebut yang diperoleh dari survei yang dilakukan menggunakan *Google Form* yang melibatkan responden 32 orang. Dari hasil analisis CPM ini diperoleh dari beberapa pesaing yang ada di daerah sekitar. Berikut adalah penjelasan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan dalam tabel 3.2, dapat dilihat bahwa peringkat pertama di tempati oleh *Nznailsdiary* dengan skor 3,050 sedangkan untuk peringkat kedua adalah *Yellowsunkist* dengan skor 3,012, kemudian peringkat ketiga dengan skor 2,953 ditempati oleh *Nznailsdiary* dan peringkat keempat di tempati oleh *Prettifainails* dengan skor 2,892. Meskipun hasil analisis menempatkan *Prettifainails* keempat, angka-angka tersebut hanya menunjukkan kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan pesaingnya. Ini memungkinkan perusahaan untuk mengatasi kelemahan mereka jika diperlukan, dan penting untuk mempertahankan keunggulannya karena sudah mengungguli pesaingnya. Berikut adalah penjabaran mengenai posisi *Prettifainails* dan pesaingnya berdasarkan tabel 3.2 di atas:

1. Harga

Harga menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika memilih produk atau jasa, dengan bobot sebesar 0,151 pada tabel CPM. Rating



Prettifainails sebesar 3 disebabkan oleh kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas produk, variasi model, dan tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

2. Pelayanan

Faktor yang memiliki dampak signifikan terhadap bisnis produk dan jasa *Prettifainails* adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan faktor penentu yang dapat meningkatkan daya tarik usaha di sektor jasa. *Prettifainails* mendapatkan rating 4 untuk kualitas pelayanannya, yang didukung oleh keberadaan staf yang ramah dan berkomitmen dalam melayani pelanggan.

3. Promosi

Faktor promosi memiliki bobot 0,141 dan rating 3. *Prettifainails* akan berfokus pada iklan di media online, seperti Instagram. Sedangkan, *Eze Nails* menerima rating yang lebih tinggi, yaitu 4, karena mereka menawarkan tembus murah. Sebaliknya, *Yellowsunkist* dan *Nznailsdiary* menerima rating 2 karena tidak memberikan promosi khusus untuk pembeli.

4. Merek

Merek adalah bagian penting dari bisnis karena dapat membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan membedakan barang atau jasa dari pesaing. Membangun merek yang kuat membutuhkan banyak tindakan strategis. Pada *Prettifainails* menerima rating 2 karena merupakan usaha yang baru berada di Pontianak, sedangkan *Ezenails* menerima rating 4 karena sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas terutama di *e-commerce* dan toko *offline* Sociolla.

5. Kemasan Produk

Kemasan produk merupakan salah satu yang berpengaruh terhadap usaha *Prettifainails*. Menurut tabel 3.2, dimana kemasan produk dengan bobot 0,125 dan



rating 3. Kemasan produk yang baik akan menerima *feedback* yang baik dari pelanggan, yang berdampak pada *customer loyalty*. Pada *Eze nails* mendapatkan rating 4 karena menggunakan kemasan produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.

6. Kualitas Produk

Kualitas produk, yang juga dikenal sebagai ulasan pelanggan, memiliki signifikansi yang besar bagi bisnis ini karena promosi melalui rekomendasi secara *word of mouth* dapat memberikan dukungan yang besar. *Prettifainails* rating sebesar 3 untuk kualitas, dikarenakan menyediakan beragam produk dengan standar kualitas yang sangat baik. *Prettifainails* memanfaatkan bahan baku berkualitas tinggi yang memiliki daya tahan yang baik, dan memberikan jaminan kepada konsumen agar mendapatkan penggantian jika terjadi kerusakan dalam jangka waktu 1 minggu. Hal ini bertujuan untuk memperoleh ulasan positif dari pembeli.

7. Varian Produk

Variasi produk adalah pendekatan bisnis untuk memenuhi kebutuhan calon pembeli dan memperluas jangkauan. Hal tersebut dapat meningkatkan daya tarik merek dan meningkatkan pangsa pasar. Pada varian produk *Eze nails* rating 2 karena tidak menyediakan produk dengan desain khusus yang bisa dipesan oleh calon pembeli, sedangkan *Yellowsunkist*, *Nznailsdiary* sendiri menerima pemesanan kuku palsu *custom* yang bisa dipesan oleh pembeli dan *Prettifainails* yang menyediakan *full display* untuk satu toko dengan kuku palsu.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:55) “SWOT *analysis* An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).”

Analisis SWOT merupakan Evaluasi keseluruhan Perusahaan mulai dari kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T).

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang bermanfaat untuk



mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Cara untuk mengawasi faktor lingkungan dalam dan luar di perusahaan. Berikut analisis SWOT *Prettifainails* adalah sebagai berikut:

1. *Strenght* (kekuatan)

- a. Harga yang terjangkau sehingga menjadi daya minat konsumen yang tinggi
- b. Beberapa karyawan seperti staff operasional di *Prettifainails* akan di latih terlebih dahulu untuk mendapatkan sertifikasi *profesional*.
- c. *Prettifainails* akan melakukan banyak promosi dan bekerja sama dengan beberapa *influencer*, seperti memberikan *cashback* dengan pembayaran *Shopeepay*, mengumumkan adanya diskon dengan *paid promote* di akun Instagram.
- d. Kemasan yang simple sehingga memudahkan konsumen dalam menyimpan kuku palsu ketika ingin menyimpannya kembali.
- e. Produk bahan yang dipakai *Prettifainails* merupakan produk berkualitas dan menawarkan produk dengan beberapa pilihan bentuk, varian, warna.
- f. Varian produk yang bervariasi sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan kemungkinan untuk membeli produk juga semakin besar.

2. *Weakness* (kelemahan)

- a. Merek yang masih kurang dikenal di kalangan masyarakat umum karena masih relatif baru.

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Gaya hidup masyarakat, khususnya perempuan, memiliki peranan penting dalam mendukung perawatan kecantikan untuk meningkatkan penampilan.
- b. Kuku palsu adalah salah satu produk *effortless* yang dimana cara pemakaian nya mudah dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.
- c. Adanya social media yang dapat membantu *brand awareness* hingga peningkatan



penjualan.

d. Lokasi *Prettifainails* di Food & Life Junction terbesar di Kota Pontianak, memiliki lokasi yang strategis ini memudahkan konsumen untuk mengunjungi *Prettifainails*.

e. Daya tawar pembeli yang rendah karena sulit untuk menemukan toko yang menyediakan berbagai varian kuku palsu.

f. Adanya NIB sehingga memiliki kepercayaan karena sudah terdaftar di OSS.

g. Jumlah pesaing relatif kecil untuk produk kuku palsu, terutama di kota Pontianak.

h. Perlunya pelatihan khusus sehingga masuknya pesaing baru cenderung rendah.

4. *Treats* (Ancaman)

a. Adanya biaya admin atau pajak yang diatur oleh pihak *e-commerce* yang tidak stabil.

b. Adanya *Nails art* yang berfungsi sebagai produk pengganti mudah ditemukan dan memiliki biaya yang lebih ekonomis.

c. Tingginya daya tawar pemasok disebabkan kesulitan dalam menemukan pemasok yang mampu menyediakan bahan baku berkualitas tinggi yang diperlukan oleh *Prettifainails*.

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.



Tabel 3.3
Matriks SWOT

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Harga yang terjangkau 2. Pelayanan berkualitas tinggi 3. Intensif dalam melaksanakan kegiatan promosi Produk unggul dengan kualitas yang sangat baik 4. Kemasan produk yang simple 5. Kualitas produk yang berkualitas 6. Varian produk yang bervariasi	1. Merk masih kurang dikenal secara umum.
Eksternal	Opportunity (O)	Threat (T)
1. Perubahan tren gaya hidup wanita yang meningkatkan perhatian terhadap kecantikan kuku. 2. Produk <i>effortless</i> yang banyak dicari oleh masyarakat sekarang. 3. Adanya aplikasi <i>social media, e-commerce, digital ads</i> 4. Beroperasi secara <i>offline</i> 5. Pembeli memiliki daya tawar yang rendah. 6. Kepercayaan karena sudah memiliki NIB 7. Persaingan di pasar masih tergolong sedikit. 8. Masuknya pesaing baru dalam industri sejenis cenderung rendah	Strategi SO 1. Menyediakan layanan <i>medicure & pedicure</i> dengan menggunakan bahan terbaik dan berkualitas, serta menyajikan berbagai pilihan model, tipe, dan varian kuku palsu. (S2,S4,S6,O1,O2) 2. Melakukan promosi melalui media sosial dengan fokus pada lokasi, harga, serta informasi terkait kuku palsu untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan target konsumen. (S3,O3). 3. Menjaga kepercayaan masyarakat dan memiliki <i>customer loyalty</i> . (S5,O4,O6,O7,O8) 4. Menentukan harga yang tepat agar terciptanya permintaan yang optimal dari konsumen. (S1,O5)	Strategi WT 1. Memanfaatkan dukungan dari selebgram dengan memberikan endorse dan meningkatkan jumlah ulasan positif untuk terus memperkuat kesadaran merek dan daya tarik <i>Prettifainails</i> . (W1,O2,O3,O5,O7,O6,O8) 2. Meluncurkan promo <i>Grand Opening</i> untuk menarik perhatian konsumen baru dalam rangka pembukaan toko. (W1,O1,O4)
Internal	Strength (S)	Weakness (W)
1. Harga yang terjangkau 2. Pelayanan berkualitas tinggi 3. Intensif dalam melaksanakan kegiatan promosi Produk unggul dengan kualitas yang sangat baik 4. Kemasan produk yang simple 5. Kualitas produk yang berkualitas 6. Varian produk yang bervariasi	Strategi SO 1. Menyediakan layanan <i>medicure & pedicure</i> dengan menggunakan bahan terbaik dan berkualitas, serta menyajikan berbagai pilihan model, tipe, dan varian kuku palsu. (S2,S4,S6,O1,O2) 2. Melakukan promosi melalui media sosial dengan fokus pada lokasi, harga, serta informasi terkait kuku palsu untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan target konsumen. (S3,O3). 3. Menjaga kepercayaan masyarakat dan memiliki <i>customer loyalty</i> . (S5,O4,O6,O7,O8) 4. Menentukan harga yang tepat agar terciptanya permintaan yang optimal dari konsumen. (S1,O5)	Strategi WO 1. Memanfaatkan dukungan dari selebgram dengan memberikan endorse dan meningkatkan jumlah ulasan positif untuk terus memperkuat kesadaran merek dan daya tarik <i>Prettifainails</i> . (W1,O2,O3,O5,O7,O6,O8) 2. Meluncurkan promo <i>Grand Opening</i> untuk menarik perhatian konsumen baru dalam rangka pembukaan toko. (W1,O1,O4)
Eksternal	Opportunity (O)	Threat (T)
1. Perubahan tren gaya hidup wanita yang meningkatkan perhatian terhadap kecantikan kuku. 2. Produk <i>effortless</i> yang banyak dicari oleh masyarakat sekarang. 3. Adanya aplikasi <i>social media, e-commerce, digital ads</i> 4. Beroperasi secara <i>offline</i> 5. Pembeli memiliki daya tawar yang rendah. 6. Kepercayaan karena sudah memiliki NIB 7. Persaingan di pasar masih tergolong sedikit. 8. Masuknya pesaing baru dalam industri sejenis cenderung rendah	Strategi SO 1. Menyediakan layanan <i>medicure & pedicure</i> dengan menggunakan bahan terbaik dan berkualitas, serta menyajikan berbagai pilihan model, tipe, dan varian kuku palsu. (S2,S4,S6,O1,O2) 2. Melakukan promosi melalui media sosial dengan fokus pada lokasi, harga, serta informasi terkait kuku palsu untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan target konsumen. (S3,O3). 3. Menjaga kepercayaan masyarakat dan memiliki <i>customer loyalty</i> . (S5,O4,O6,O7,O8) 4. Menentukan harga yang tepat agar terciptanya permintaan yang optimal dari konsumen. (S1,O5)	Strategi WT 1. Meminta <i>feedback</i> dari konsumen. (W1,T1,T2) 2. Menyajikan beragam varian produk kuku palsu yang unik dan menarik. (W1,T3)
Internal	Strength (S)	Weakness (W)
1. Harga yang terjangkau 2. Pelayanan berkualitas tinggi 3. Intensif dalam melaksanakan kegiatan promosi Produk unggul dengan kualitas yang sangat baik 4. Kemasan produk yang simple 5. Kualitas produk yang berkualitas 6. Varian produk yang bervariasi	Strategi SO 1. Menyediakan layanan <i>medicure & pedicure</i> dengan menggunakan bahan terbaik dan berkualitas, serta menyajikan berbagai pilihan model, tipe, dan varian kuku palsu. (S2,S4,S6,O1,O2) 2. Melakukan promosi melalui media sosial dengan fokus pada lokasi, harga, serta informasi terkait kuku palsu untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan target konsumen. (S3,O3). 3. Menjaga kepercayaan masyarakat dan memiliki <i>customer loyalty</i> . (S5,O4,O6,O7,O8) 4. Menentukan harga yang tepat agar terciptanya permintaan yang optimal dari konsumen. (S1,O5)	Strategi WO 1. Memanfaatkan dukungan dari selebgram dengan memberikan endorse dan meningkatkan jumlah ulasan positif untuk terus memperkuat kesadaran merek dan daya tarik <i>Prettifainails</i> . (W1,O2,O3,O5,O7,O6,O8) 2. Meluncurkan promo <i>Grand Opening</i> untuk menarik perhatian konsumen baru dalam rangka pembukaan toko. (W1,O1,O4)
Eksternal	Opportunity (O)	Threat (T)
1. Perubahan tren gaya hidup wanita yang meningkatkan perhatian terhadap kecantikan kuku. 2. Produk <i>effortless</i> yang banyak dicari oleh masyarakat sekarang. 3. Adanya aplikasi <i>social media, e-commerce, digital ads</i> 4. Beroperasi secara <i>offline</i> 5. Pembeli memiliki daya tawar yang rendah. 6. Kepercayaan karena sudah memiliki NIB 7. Persaingan di pasar masih tergolong sedikit. 8. Masuknya pesaing baru dalam industri sejenis cenderung rendah	Strategi SO 1. Menyediakan layanan <i>medicure & pedicure</i> dengan menggunakan bahan terbaik dan berkualitas, serta menyajikan berbagai pilihan model, tipe, dan varian kuku palsu. (S2,S4,S6,O1,O2) 2. Melakukan promosi melalui media sosial dengan fokus pada lokasi, harga, serta informasi terkait kuku palsu untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan target konsumen. (S3,O3). 3. Menjaga kepercayaan masyarakat dan memiliki <i>customer loyalty</i> . (S5,O4,O6,O7,O8) 4. Menentukan harga yang tepat agar terciptanya permintaan yang optimal dari konsumen. (S1,O5)	Strategi WT 1. Meminta <i>feedback</i> dari konsumen. (W1,T1,T2) 2. Menyajikan beragam varian produk kuku palsu yang unik dan menarik. (W1,T3)

Sumber: *Prettifainails*



Berikut penjelasan dari tabel 3.3 diatas sebagai berikut :

1. S-O Strategi

Berikut S-O Strategi dari *Prettifainails* yaitu :

- Prettifainails* menyediakan layanan *medicure & pedicure*, Selain itu, *Prettifainails* menawarkan beragam opsi model, varian, hingga desain (S2,S4,S6,O1,O2). Untuk menciptakan pengalaman pembelian yang menarik bagi konsumen dan mendapatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh *Prettifainails*
- Melakukan promosi melalui platform media sosial dengan tujuan meningkatkan pemahaman merek di kalangan konsumen target, dengan penekanan pada informasi terkait lokasi, harga, dan pengetahuan seputar kuku palsu (S3,O3). Dengan adanya pengetahuan mengenai kuku palsu dapat lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan konsumen dapat mengetahui cara penggunaan dan manfaat jika menggunakan kuku palsu.
- Menjaga kepercayaan masyarakat dan memiliki *consumenten loyalty* (S5,O4,O6,O7,O8). Mendapatkan kepercayaan dari konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga, Tujuannya untuk meningkatkan bisnis agar dapat lebih berkembang, maka dari itu dari produk, kualitas layanan, manfaat produk, dan kemudahan dalam melihat produk menjadi peluang bagi *Prettifainails*.
- Menentukan harga yang tepat agar terciptanya permintaan yang optimal dari konsumen (S1,O5). Faktor dalam penentuan harga akan berpengaruh terhadap citra merek maupun produk yang ditawarkan, maka dari itu harga produk harus sejalan dengan citra merek yang dibangun.

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.



2. W-O Strategi

Berikut W-O Strategi dari *Prettifainails* yaitu :

- a. Memanfaatkan dukungan dari selebgram untuk endorsement dan meningkatkan jumlah ulasan guna terus memperluas kesadaran merek dan menarik perhatian terhadap *Prettifainails* (W1,O2,O3,O5,O6,O7,O8). *Prettifainails* memfokuskan konsumen di wilayah Pontianak, Maka dari itu menggunakan promosi ini agar konsumen mengetahui *Prettifainails*.
- b. Menggelar promo *Grand Opening* sebagai upaya untuk menarik perhatian konsumen baru (W1,O1,O4). Dengan adanya promo ketika grand opening ini agar konsumen mengunjungi langsung *offline store Prettifainails* dan membeli produk dengan harga special yang ditawarkan yang dapat menjadikan *loyalty konsumen*.

3. S-T Strategi

Berikut S-T Strategi dari *Prettifainails* yaitu :

- a. Merancang strategi promosi (S3,S6,T1). Dalam upaya bersaing dengan pesaing lain, *Prettifainails* menghadirkan berbagai variasi produk dengan rentang harga yang beragam, termasuk beberapa produk yang dikenakan harga lebih tinggi daripada produk pesaing. Sebagai bagian dari strategi pemasaran, *Prettifainails* juga menyelenggarakan promo khusus untuk memikat perhatian konsumen.
- b. *Prettifainails* meningkatkan mutu bahan produk yang digunakan dan memberikan pelayanan yang superior untuk membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan (S1,S2,S4,S5,T2,T3). Karena produk dan layanan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap konsumen yang menggunakan produk dan layanan di *Prettifainails*, maka dari itu kepuasan pelanggan sangat penting untuk keberlangsungan bisnis *Prettifainails*.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. W-T Strategi

② Berikut W-T Strategi dari *Prettifainails* sebagai berikut :

- a. Meminta *feedback* dari konsumen (W1,T1,T2). Adanya kritikan dan saran dari konsumen baik itu positif dan negatif sangat penting kesuksesan dan pertumbuhan bisnis *Prettifainails*, agar mengetahui apa aja yang perlu di perbaiki dan dikembangkan.
- b. Memberikan berbagai variasi produk kuku palsu yang unik dan menarik (W1,T3). Karena *Prettifainails* baru memulai usaha, sehingga *Prettifainails* harus melakukan inovasi produk dari segi variasi, bentuk, keunikan produk dan harga yang dapat bersaing.

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.