



**Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Bersaing Luxe Studio di Kota  
Bandung**

Skripsi

Oleh

Viola Heriyanto

2016320041

Bandung

2020



**Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Bersaing Luxe Studio di Kota  
Bandung**

Skripsi

Oleh

Viola Heriyanto

2016320041

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan S.Sos.,MM.,M.Phil.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Persetujuan Skripsi**

Nama : Viola Heriyanto

Nomor Pokok : 2016320041

Judul : Analisis Strategi Bersaing Luxe Studio di Kota Bandung

Menyetujui untuk diajukan pada

Ujian Sidang jenjang Sarjana

Bandung, 5 Juni 2020

Pembimbing,

Dr. Theresia Gunawan S.Sos.,MM.,M.Phil.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

14 Juli 2020

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

## Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Viola Heriyanto  
NPM : 2016320041  
Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis / FISIP  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Luxe Studio di Kota  
Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya dan pendapat pihak lain dikutip dan ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 7 Juni 2020



Viola Heriyanto

## Abstrak

Nama : Viola Heriyanto

NPM : 2016320041

Judul : Analisis Strategi Bersaing Luxe Studio di Kota Bandung

---

Industri kecantikan telah berkembang pesat. Beberapa orang rela mengeluarkan uang untuk perawatan rambut, wajah atau kuku. Minat pasar untuk meningkatkan penampilan telah membuka peluang yang menarik bagi para pelaku bisnis untuk terlibat dalam pasar yang kompetitif. Studi ini diambil Luxe Studio, layanan kecantikan yang berfokus pada wajah dan bulu mata. Luxe Studio dipilih karena layanan rumah yang unik sebagai strategi kompetitifnya..

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara kualitatif strategi yang telah digunakan oleh Luxe Studio. Data dikumpulkan dengan melakukan observasi partisipatif, dan wawancara tidak terstruktur. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan Matriks SWOT, Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Matriks Internal-Eksternal, Analisis QSPM, Analisis Lingkungan Internal, dan Analisis Lingkungan Eksternal.

Temuan mengungkapkan bahwa Luxe Studio menggunakan strategi penetrasi pasar dan strategi fokus biaya. Hasil penelitian, strategi yang digunakan oleh Luxe Studio ternyata efektif. Namun, perlu memiliki langkah strategis lain untuk meningkatkan penjualan dan posisi kompetitif dari Luxe Studio.

Hasil dari Matriks Analisis Internal-Eksternal, Luxe Studio berada di kuadran I yang berada dalam posisi pertumbuhan atau pertumbuhan. Berdasarkan hasil ini, perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi rekomendasi yaitu pengembangan pasar. Dengan strategi ini, diharapkan dapat mempertahankan posisi kompetitif saat ini dalam menghadapi persaingan yang ada.

**Kata kunci : Analisis Lingkungan Internal, Analisis Lingkungan Eksternal, Matriks SWOT, Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Matriks Internal-Eksternal, Analisis QSPM**

## ***Abstract***

Name : Viola Heriyanto

NPM : 2016320041

Title : *Analysis of Competitive Strategy on Luxe Studio in Bandung*

---

*The beauty industry has been growing rapidly. Some people are willing to spend money on hair, face or nail treatments. Market interest on improving looks has opened an attractive opportunity for the business people to engage in a competitive market. This study is taken Luxe Studio, a beauty service that focuses on faces and eyelash. Luxe Studio is chosen because of its unique home service as its competitive strategy.*

*This study aims to describe and qualitatively analyze the strategy that has been used by Luxe Studio. The data were collected by conducting observation participatory, and unstructured interviews. The data collected were analyzed using the SWOT Matrix, Internal Factor Evaluation Matrix (IFE), External Factor Evaluation Matrix (EFE), Internal-External Matrix, QSPM Analysis, Internal Environmental Analysis, and External Environmental Analysis.*

*The findings revealed that Luxe Studio is using market penetration strategies and cost focus strategies. The results of the study, the strategy used by the Luxe Studio was effective. However, it is necessary to have another strategic step to increase sales and competitive position from the Luxe Studio.*

*The results of the Internal-External Analysis Matrix, Luxe Studio are in the quadrant I which is in a growth or growth position. Based on these results, the company is advised to use the strategy of recommendation that is market development. With this strategy, it is expected to maintain the current competitive position in face existing competition.*

***Keywords: Internal Environmental Analysis, External Environmental Analysis, SWOT Matrix, Internal Factor Evaluation Matrix (EFI), External Factor Evaluation Matrix (EFE), Internal-External Matrix, QSPM Analysis***

## **Kata Pengantar**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan anugrah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bersaing di Kota Bandung”.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata-1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Penulis berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang baik, namun penulis menyadari akan adanya kekurangan yang terdapat pada penelitian ini karena keterbatasan kemampuan penulis.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat banyak dukungan khususnya dari kedua orang tua penulis dan dosen pembimbing yang membantu mengatasi segala hambatan yang terjadi dalam proses penulisan. Penulis ingin mengucapkan banyakterima kasih kepada mereka yang mendukung penulisan skripsi ini. Semoga pada akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi pembaca maupun perusahaan yang diteliti.

Bandung, 7 Juni 2020

Penulis

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan anugrah-Nya selama berkuliah di Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak - pihak yang telah berjasa selama proses kuliah di Universitas Katolik Parahyangan :

1. Kedua orang tua dan adik perempuan saya yang selalu mendukung penulis dalam hidupnya.
2. Dr. Theresia Gunawan, sebagai pembimbing skripsi penulis yang telah bersabar dalam membimbing penulis dalam menyusun skripsi.
3. Kerabat penulis yang sejak dari semester 1 telah membantu, menghibur penulis dalam menempuh perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan yaitu Agnes, Rahayu, Desi, Monica, Grace, Tanu, Yohanna, Dwiki, dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
4. Teman-teman Angkatan 2016 yang telah menjadi teman berjuang penulis untuk mendapatkan gelar Strata 1 Administrasi Bisnis.
5. Pemilik Luxe Studio yang bersedia untuk diwawancara
6. *Last but not least*, Franky Rahardjo, yang selalu bersedia membantu serta mendukung penulis dalam segala hal yang positif seperti kuliah maupun kehidupan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari kalau masih banyak kekuarangan dan kesalahan dalam skripsi ini, dikarenakan keterbatasan dan



kekurang pengalaman dari penulis. Untuk itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penulis.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya dan untuk kedepannya.

Bandung, 7 Juni 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak .....	i
<i>Abstract</i> .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Ucapan Terima Kasih.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	11
2.1 Teori Pendukung.....	11
2.2 Strategi Bersaing.....	11
2.3 Manajemen Strategi.....	12
2.4 Strategi Generik.....	12
2.4.1 <i>Cost Leadership</i> .....	12
2.4.2 <i>Differentiation</i> .....	12
2.4.3 <i>Focus</i> .....	13
2.5 Analisis Lingkungan .....	14
2.5.1 Analisis Lingkungan Internal.....	14
2.5.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	20

2.6	<i>SWOT Analysis</i> .....	24
2.7	Jenis Strategi .....	26
2.7.1	<i>Intensive Strategies</i> .....	26
2.7.2	<i>Diversification Strategies</i> .....	27
2.7.3	<i>Defensive Strategies</i> .....	27
2.7.4	<i>Integration Strategies</i> .....	28
2.8	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> .....	29
2.9	Penelitian Terdahulu .....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Metode Penelitian .....	30
3.2	Jenis Penelitian.....	30
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.3.1	Wawancara .....	31
3.3.2	Observasi .....	31
3.3.3	Partisipasi .....	32
3.4	Sumber Data.....	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	32
3.5.1	Matriks Strengths-Weakness-Opportunities-Threats (SWOT) ...	32
3.5.2	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) .....	33
3.5.3	Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI) .....	33
3.5.4	Matriks Internal (IE) .....	34
3.5.5	Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) .....	34
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....		35
4.1	Sejarah Perusahaan.....	35
4.2	Visi Perusahaan.....	35
4.3	Misi Perusahaan.....	36
4.4	Profil Perusahaan.....	36
4.5	Struktur Perusahaan.....	36
4.6	Penjelasan Struktur Perusahaan .....	37
4.7	Produk Perusahaan .....	37

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
5.1 Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Saat ini .....	40
5.1.1 Penetrasi Pasar <i>Luxe Studio</i> .....	40
5.1.2 <i>Differentiation Focus</i> dan <i>Cost Focus</i> .....	40
5.2 Analisa Lingkungan Bisnis <i>Luxe Studio</i> .....	41
5.2.1 Analisis Lingkungan Internal .....	41
5.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	47
5.3 Analisis SWOT .....	51
5.3.1 Matriks SWOT.....	52
5.3.2 Matriks EFI .....	54
5.3.3 Matriks EFE .....	54
5.3.4 Matriks Internal-Eksternal.....	55
5.3.5 Analisis Matriks Internal-Eksternal.....	56
5.4 Strategi Alternatif yang Disarankan .....	59
5.4.1 Analisis QSPM .....	59
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	63
6.1 Kesimpulan.....	63
6.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN .....	67

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat PDB Indonesia.....	1
Tabel 1.2 Industri Kreatif Indonesia .....	2
Tabel 1.3 Range harga beberapa Eyelash Extensions dan Keratin Lash Lift Tint di Kota Bandung .....	5
Tabel 1.4 Daftar salon bulu mata yang ada/ tidak ada jasa home service.....	6
Tabel 1.5 Data jumlah penduduk berdasarkan status perkawinan di Kota Bandung .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 5.1 Persaingan Perusahaan.....	49
Tabel 5.2 Analisis SWOT .....	52
Tabel 5.3 Matriks EFI .....	54
Tabel 5.4 Matriks EFE .....	54
Tabel 5.5 Matriks Internal Eksternal.....	55
Tabel 5.6 QSPM.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Strategi Generik .....	14
Gambar 2.2 <i>The Five Forces Model</i> .....	24
Gambar 2.3 Analisis SWOT .....	25
Gambar 3.1 Matriks Internal Eksternal.....	34
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan.....	36
Gambar 4.2 <i>Eyelash Extensions</i> .....	38
Gambar 4.3 <i>Keratin Lash Lift Tint</i> .....	38
Gambar 4.4 <i>Gel Nail Art</i> .....	39
Gambar 4.5 <i>BB Glow</i> .....	39
Gambar 5.1 Produk .....	43
Gambar 5.2 Matriks Internal-Eksternal.....	56

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan bisnis atau usaha di Indonesia pada abad ke 21 saat ini semakin berkembang. Dapat dibuktikan dari pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia selama 3 tahun terakhir yaitu tahun 2016,2017, dan 2018 yang selalu meningkat. Pada tahun 2016 pertumbuhan bisnis di Indonesia meningkat sebesar 5,03%, dan pada tahun berikutnya yaitu 2017 meningkat sebesar 5,07% dan pada tahun terakhir berikutnya yaitu 2018 pertumbuhan bisnis di Indonesia mencapai 5,17% (Sekretariat Kabinet Indonesia , 2019).

**Tabel 1.1 Tingkat PDB Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Tingkat PDB</b>
2016	5,03%
2017	5,07%
2018	5,17%

(Sumber : Setkab.go.id)

Bentuk usaha atau bisnis di Indonesia dalam bentuk barang sangat berpengaruh pada peningkatan perekonomian Indonesia begitupun dengan usaha atau bisnis dalam bentuk jasa. Peran industri kreatif di negara Indonesia berpengaruh tinggi karena menyumbang cukup banyak terhadap peningkatan perekonomian Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh pada Badan Ekonomi Kreatif (2019), industri kreatif meliputi Aplikasi dan *Game Developer*, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, *Fashion*, Film

Animasi dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Rupa, Televisi dan Radio.

**Tabel 1.2 Industri Kreatif Indonesia**

<b>Subsektor</b>	<b>Total</b>
Aplikasi dan Game Developer	12.441
Arsitektur	5.740
Desain Interior	798
Desain Komunikasi Visual	616
Desain Produk	3.367
Fashion	1.230.998
Film Animasi dan Video	2.418
Fotografi	40.436
Kriya	1.194.509
Kuliner	5.550.960
Musik	34.242
Penerbitan	83.496
Periklanan	3.055
Seni Pertunjukan	19.772
Seni Rupa	17.044
Televisi dan Radio	3.944

(sumber : bekraf.go.id)

Berbagai macam usaha atau bisnis yang bergerak pada industri fashion khususnya kecantikan mendapat peringkat kedua yaitu dengan sebesar 1.230.998. Industri kecantikan saat ini benar-benar sudah sangat dimodif menjadi sangat lengkap dan juga mengikuti trend. Saat ini kecantikan merupakan hal yang penting bagi wanita. Banyak wanita di Indonesia merasa lebih percaya diri apabila memiliki kecantikan seperti menambah riasan pada wajahnya. Menurut *Associate*



*VP Head of Hi-Tech, Property, Consumer Industry Markplusinc Yosanova Savitry*, industri kecantikan di Indonesia akan semakin berkembang di masa depan, Indonesia sendiri mendapatkan angka 16% mengenai kenaikan pertumbuhan industri kecantikan, sedangkan negara lain dibawah 10%. Berdasarkan data yang diperoleh *ZAP Beauty Index 2018* yang telah melakukan survei terhadap 17.889 perempuan di Indonesia melalui kanal *online* menemukan beberapa fakta soal industri kecantikan ini diantaranya adalah para perempuan di Indonesia sekitar 41,9% sudah mengenal dan menggunakan make up pada usia kurang dari 18 tahun yang terbilang masih muda dan sekitar 36,4% telah melakukan perawatan di klinik kecantikan (Nurfadilah, 2018).

Kebutuhan mengenai kecantikan di kota Bandung semakin meningkat, dapat dibuktikan dari semakin menjamurnya klinik kecantikan atau salon yang berada di Kota Bandung. Hal tersebut juga dipengaruhi karena populasi perempuan di Indonesia yang semakin bertambah banyak dan tak hanya itu laki-laki pun sekarang sudah mulai memperhatikan penampilan mereka mulai dari *grooming* (Dwijayanto, 2018).

Semakin bertambah banyaknya keinginan masyarakat khususnya wanita baik ibu rumah tangga maupun wanita berkarir bahkan remaja perempuan yang ingin melakukan perawatan untuk memaksimalkan penampilan mereka. Salon tak harus selalu berkaitan dengan rambut kepala saja, namun banyak cara untuk memaksimalkan penampilan dan salah satu cara untuk memenuhi kata maksimal tersebut adalah dengan adanya *semi permanent make up* seperti *eyelash extensions* dan *keratin lash lift tint*. *Eyelash extensions* dan *Keratin Lash Lift Tint*

sendiri adalah sebuah seni yang berasal dari negara Asia Timur yaitu Korea Selatan, Teknik *Eyelash Extensions* adalah teknik menyambungkan bulu mata palsu ke bulu mata asli satu per satu dengan menggunakan lem khusus agar bulu mata terlihat lentik dan tebal dan dapat bertahan selama 1 bulan meskipun dikenakan air. *Keratin lash lift tint* sendiri adalah teknik untuk memperlentik bulu mata asli dengan menggunakan serum dan vitamin khusus agar bulu mata lentik secara semi permanent selama 1 bulan.

Selain memaksimalkan penampilan *Eyelash Extensions* atau *Keratin Lash Lift Tint* juga sangat meminimalisir waktu wanita untuk berdandan karena sebelum adanya treatment ini, wanita menggunakan bulu mata palsu dan penggunaan ini memakan waktu yang cukup lama, sedangkan jika menggunakan *Eyelash Extensions* atau *Keratin Lash Lift Tint* saat bangun tidurpun wajah kita sudah cetar. Hal tersebut menimbulkan ide peluang bisnis dapat dibuktikan tempat *Eyelash Extensions* dan *Keratin Lash Lift Tint* di Indonesia sangat banyak khususnya di Kota Bandung kisaran harga *Eyelash Extensions* dan *Keratin Lash Lift Tint* di kota Bandung berkisar dari Rp 150.000,00 sampai Rp 850.000,00.

**Tabel 1.3 Range harga beberapa Eyelash Extensions dan Keratin Lash Lift  
Tint di Kota Bandung**

<b>Nama</b>	<b>Alamat</b>	<b>Range Harga</b>
<i>Lashtique</i>	Paris Van Java Mall, Unit RL -D-12. Jln. Sukajadi no 131 – 139.	Rp 350.000,00 hingga Rp 850.000,00
<i>Lash Up</i>	Ruko 23 Paskal Hypersquare blok F25-26 (Deretan Lobby Ruhai, Jl. Pasir Kaliki No.25-27	Rp 200.000,00 hingga Rp 400.000,00
<i>MarieKay</i>	Talaga Bodas St No.32	Rp 460.000,00 hingga Rp 552.500,00
<i>My Brow Studio</i>	Mall Festival Citylink, Lantai 1 Nomor 11, Jalan Peta Nomor 241	Harga Rp 400.000,00 hingga Rp 700.000,00
<i>Bob Cat Beauty Bar</i>	Jl. Buah Batu No.28, Burangrang, Kec. Lengkong	Harga Rp 280.000,00 hingga Rp 430.000,00
<i>Isye Salon</i>	Jl. Babakan Tarogong No.2, Suka Asih	Harga Rp 500,000
<i>BellBrow Studio</i>	Jl. Lodaya no.5	Harga Rp 295,000.00 hingga Rp 645,000.00

Sumber : berbagai sumber yang diperoleh oleh penulis

Dapat dilihat menurut data *range* harga dalam table diatas, semua salon bulu mata eyelash extensions dan keratin lash lift tint diatas Rp 200.000,00. Hal ini membuat konsumen merasa jasa yang mereka dapatkan tidak sebanding dengan harga yang telah mereka bayar. Selain dari segi harga banyak juga konsumen yang ingin melakukan treatment home service namun kebanyakan salon bulu mata tidak ada home service.

**Tabel 1.4 Daftar salon bulu mata yang ada/ tidak ada jasa home service**

<b>Nama Salon</b>	<b>Home service (Ya/Tidak)</b>
<i>Lashtique</i>	Tidak
<i>Lashup</i>	Tidak
<i>Mariekay</i>	Tidak
<i>My Brow Studio</i>	Tidak
<i>Bob Cat Beauty Bar</i>	Tidak
<i>Isye Salon</i>	Tidak
<i>Bellbrow Studio</i>	Tidak

Sumber : berbagai sumber yang diolah oleh penulis.

Berdasarkan data diatas, semua salon bulu mata di Kota Bandung tidak dapat melakukan jasa *home service*, sedangkan jumlah penduduk berdasarkan status perkawinan meningkat, itu berarti semakin banyak wanita yang sudah menikah dan bahkan memiliki anak akan semakin sulit bagi mereka untuk pergi keluar rumah.

**Tabel 1.5 Data jumlah penduduk berdasarkan status perkawinan di Kota Bandung**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
2016	2.397.396
2017	2.412.458
2018	2.452.179
2019	2.480.464

Sumber : (data.bandung.go.id)

Dapat dilihat dari data diatas, bahwa semakin meningkatnya wanita yang sudah berumah tangga maka semakin kecil kemungkinan mereka untuk keluar rumah. Sehingga bagi mereka yang ingin mempercantik diri semakin sulit karena tidak dapat keluar rumah. Terkait dengan kebutuhan untuk mempercantik dan

merawat diri dengan harga murah dan dapat dikerjakan di rumah *client* tersebut, membuka pemikiran pemilik bisnis jasa *eyelash extensions* dan *keratin lash lift tint Luxe Studio* untuk membuka jasa *treatment* bulu mata dengan harga dibawah rata-rata salon bulu mata dan jasa *home service* di Bandung agar dapat memenuhi kebutuhan para konsumen yang menginginkan pemasangan bulu mata dengan harga terjangkau dan juga dapat dilakukan di rumah konsumen.

*Luxe Studio* adalah sebuah bisnis jasa khusus bulu mata yang berlokasi di Jalan Taman Kopo Indah 2 blok 3a no 140 Bandung. *Luxe Studio* yang sudah beridiri sejak tahun 2017 ini tumbuh sebagai salon bulu mata yang diminati oleh kaum wanita. Maka penulis tertarik untuk meneliti kasus ini dengan menganalisis *Luxe Studio* untuk mencapai keunggulan bersaing dengan melihat faktor internal serta factor eksternalnya. Menurut David (2011:180) faktor internal meliputi kekuatan (*strength*) yaitu segala sesuatu yang menjadi keunggulan bagi suatu perusahaan, dan kelemahan (*weakness*) yaitu segala sesuatu yang menjadi kelemahan perusahaan. Faktor eksternal meliputi peluang (*opportunities*) yaitu segala sesuatu yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai kesempatan untuk meningkatkan pendapatan dan tantangan (*threats*) yaitu segala sesuatu yang dapat menghambat kinerja perusahaan. Analisis yang menggunakan faktor eksternal dan internal ini disebut dengan analisis SWOT.

Analisis SWOT yang digunakan untuk menetapkan strategi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan serta mencapai keunggulan bersaing dari para kompetitornya. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti **“ANALISIS STRATEGI**

## **BERSAING PADA LUXE STUDIO BANDUNG MELALUI ANALISIS SWOT”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Pada era sekarang ini, manusia semakin tidak dapat lepas dari teknologi yaitu salah satunya adalah *gadget*, banyak *social media* yang digunakan oleh manusia di seluruh dunia seperti salah satunya adalah *Instagram*, aplikasi tersebut merupakan aplikasi yang menampilkan foto dan video, banyak kaum wanita yang ingin mengunggah dirinya pada aplikasi tersebut sehingga agar terlihat cantik dan sempurna juga percaya diri salah satu caranya adalah dengan melakukan perawatan kecantikan serta make up untuk memaksimalkan penampilan mereka baik secara nyata ataupun dalam *social media* tersebut. Dengan meningkatnya kesadaran akan memiliki penampilan yang sempurna menjadi salah satu faktor berkembang pesatnya bisnis jasa kecantikan. Para wanita yang sangat gemar bermain *social media* khusus foto dan video tersebut tak hanya remaja, namun banyak dari wanita yang sudah berumah tangga juga gemar *selfie* dan *snapgram*, namun tidak dapat memaksimalkan penampilannya karena mereka tidak dapat keluar rumah dan juga sibuk. Tuntutan mengenai penampilan cantik dan sempurna yang semakin tinggi juga menjadikan tingkat persaingan dalam bisnis kecantikan ini sangat meningkat sehingga perusahaan harus terus melakukan perkembangan serta inovasi bagi perusahaannya agar dapat menarik perhatian konsumen terhadap jasa yang ditawarkan dapat berkualitas dengan harga yang terjangkau. Permintaan pasar khususnya kecantikan yang tinggi saat ini membuat bisnis jasa

kecantikan harus bersaing ketat dengan setiap pesaing-pesaingnya agar konsumen puas dan akan kembali lagi sehingga perusahaan memerlukan strategi bersaing.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan pokok permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apa strategi bersaing yang digunakan oleh *Luxe Studio* dalam mencapai keunggulan bersaing ?
2. Bagaimana analisis kondisi lingkungan internal dan eksternal *Luxe Studio* ?
3. Di mana posisi *Luxe Studio* dalam persaingan bisnis jasa kecantikan ?
4. Apa analisis yang disarankan kedepannya untuk *Luxe Studio* ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Pada penelitian ini berdasarkan perumusan masalah-masalah di atas, penulis memiliki tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui dan apakah sudah tepatkah strategi yang digunakan oleh *Luxe Studio* dalam mencapai keunggulan bersaing.
2. Untuk mendeskripsikan kondisi internal serta eksternal *Luxe Studio*.
3. Untuk mengetahui posisi *Luxe Studio* dalam persaingan bisnis jasa kecantikan.
4. Untuk mengetahui strategi yang disarankan kedepannya bagi *Luxe Studio*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Terkait pada penelitian ini penulis mengharapkan mampu memberikan manfaat dalam akademis bagi penulis dan bagi pihak yang membacanya sehingga penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk kedepannya juga manfaat manajerial

bagi pihak perusahaan. Penulis mengharapkan adanya manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran informasi dan pengetahuan untuk menetapkan sasaran-sasaran dan perencanaan Luxe Studio dalam mencapai keunggulan bersaing.

2. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini dapat menambah ilmu juga memperluas wawasan dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori dan literatur yang dipelajari dibangku kuliah dalam bidang strategi kebijakan bisnis.

3. Bagi Pihak Lainnya

Diharapkan penelitian ini akan menjadi referensi atau bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang.