



**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*

**Strategi Bersaing Seven Mask dalam Mengembangkan Masker**

**Perawatan Wajah**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Yesslin Aurel Tamara

2016320233

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*

**Strategi Bersaing Seven Mask dalam Mengembangkan Masker**

**Perawatan Wajah**

Skripsi

Oleh

Yesslin Aurel Tamara

2016320233

Pembimbing

Angela Caroline, S.AB., M.M.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Yesslin Aurel Tamara  
Nomor Pokok : 2016320233  
Judul : Strategi Bersaing Seven Mask dalam Mengembangkan Masker Perawatan Wajah

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 5 Agustus 2020  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Gandhi Pawitan, Ir.,M.Sc.,Ph.D. :

**Sekretaris**

Angela Caroline,S.AB.,M.M. :

**Anggota**

Dr. Orpha Jane, S.Sos.,M.M. :

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Yesslin Aurel Tamara

NPM : 2016320233

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Strategi Bersaing Seven Mask dalam Mengembangkan Masker Perawatan Wajah

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

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

Bandung, 21 Juli 2020



Yesslin Aurel Tamara

## ABSTRAK

Nama : Yesslin Aurel Tamara

NPM : 2016320233

Judul : Strategi Bersaing Seven Mask dalam Mengembangkan  
Masker Perawatan Wajah

---

Industri kosmetik yang semakin berkembang seperti sekarang ini menjadikan tata mempercantik dan memperindah kulit wajah banyak digemari oleh para wanita dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup karena wajah dianggap sebagai aset berharga bagi wanita. Di Indonesia perkembangan industri kosmetik mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dengan banyaknya permintaan akan produk kosmetik. Untuk dapat bertahan dan bersaing dalam industri ini, Seven Mask sebagai produk masker perawatan wajah berbahan alami tentunya harus menyiapkan strategi yang baik guna mempertahankan usahanya tersebut.

Jenis Penelitian ini, deskriptif analitis yaitu menggambarkan suatu kondisi dengan subjek berdasarkan fakta. Sumber data diperoleh dari kuesioner, wawancara, observasi dan *focus group discussion*. Dengan teknik analisis data menggunakan analisis internal yaitu manajemen, pemasaran, keuangan, operasional. Sedangkan, analisis data eksternal menggunakan Porter Five Forces dan PESTLE. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan faktor internal yang mempengaruhi Seven Mask yaitu mengenai kualitas SDM, kualitas produk, promosi, dan pemasaran produk serta inovasi yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Kemudian, berdasarkan analisis SWOT, matriks SWOT, EFAS dan IFAS serta matriks Internal Eksternal. Seven Mask sebaiknya menerapkan strategi penetrasi pasar, pengembangan produk, dan integrasi ke belakang.

**Kata Kunci :** *Seven Mask, Strategi Bersaing, Analisis SWOT*

## ABSTRAK

Name : Yesslin Aurel Tamara

NPM : 2016320233

Tittle : Seven Mask competitive strategy for developing facial masks

---

The growing cosmetics industry as it is today makes cosmetology beautifying facial skin much loved by women and has become part of the lifestyle because faces has become assets that are beneficial to women. In Indonesia the development of the cosmetics industry are increasing from time to time with the large demand for cosmetic products. To be able to survive and compete in this industry, Seven Mask as a face care mask product must prepare a strategy that can be used to sustain its business.

This type of research, analytical descriptive which describes a situation with subjects based on facts. Sources of data obtained from questionnaires, interviews, observation and focus group discussions. The data analysis techniques using internal analysis, such as management, marketing, finance, operations. Meanwhile, external data analysis uses Porter Five Forces and PESTLE. Based on the results of research by internal factors that affect to Seven Mask are the quality of human resources, product quality, promotion, and product marketing as well as innovation that can increase competitive advantage. Then, based on the SWOT analysis, the SWOT matrix, EFAS and IFAS as well as the External Internal matrix. The Seven Masks suggested to apply market development, product development and backward integration.

**Keywords: Seven Masks, Competitive Strategy, SWOT Analysis**

## KATA PENGANTAR

Pertama, penulis ingin ucapkan terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat dan Rahmat-NYA dengan ini penulis telah berhasil untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Rancangan Strategi Bersaing Seven Mask dalam Mengembangkan Masker Perawatan Wajah”. Kedua selepas dari Berkat dan Rahmat Tuhan, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan baik moral dan materil selama pengerjaan skripsi. Adapun pihak-pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Keluarga penulis yaitu kedua orang tua yang telah memberikan banyak dukungan kepada penulis dan selalu memberikan doa serta semangat untuk pantang menyerah selama mengerjakan skripsi.
2. Kakak penulis yaitu ce ling-ling, ko lung-lung, dan ko thiwe yang selalu mendukung dan memberikan motivasi-motivasi kepada penulis agar dapat semangat untuk mengerjakan skripsi.
3. Ibu Angela Caroline, S.AB., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan ide-ide, masukan, arahan, waktu serta tenaganya untuk membantu penulis dalam melakukan penulisan laporan skripsi.
4. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. dan Bapak Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan masukan atas kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam proposal dan laporan skripsi
5. Keluarga Penulis yaitu Ayu Wulan Dari, Cindy Oktavia, Clarice Flanesya, Crystal Syanala, dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu-satu oleh penulis.
6. Kepada Yogi Chandres Saputra yang selalu menemani penulis selama proses pengerjaan skripsi.

7. Seluruh dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang pernah mengajar penulis dan memberikan pengetahuan kepada penulis
8. Seluruh dosen di Ilmu Administrasi Bisnis yang memberikan ilmu, pengetahuan, ide, dan pengalaman selama berada di Universitas Katolik Parahyangan.
9. Teman-teman dekat penulis yaitu Jessica Elvina Tansil, Cindy Florence, Vita Priscilia, Michelle Adeline, Ricka Melly, Juwita Putri Tarigan, Novia Florence, Sylvia Nadya, Yohanna Tohir, Lodwyk Devian dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu-satu oleh penulis yang telah memberikan dukungan moral maupun material kepada penulis.
10. Teman-teman anggota kelompok dalam membentuk skripsi yaitu Angelica, Celin Cerita, Jessica Elvina Tansil yang selalu memberikan masukan, ide-ide, dan meluangkan waktu serta tenaga dalam membuat startup bisnis.
11. Seluruh Mahasiswa dan Mahasiswi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2016 atas kebersamaan dan pengalamannya
12. Teman yang selalu membantu mengarahkan penulis dari awal hingga akhir pembuatan yaitu Shintia Paramitha.
13. Teman satu kos yaitu Salsabila Ramadhanti dan Bu Ivo selaku pemilik kosan.
14. Teman dari awal perkuliahan yang membantu penulis Michael Sandy Lim, Lorencius Kurniadi, Naufal Rayhan Ilham.
15. Semua Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan motivasi, semangat, doa dan masukan-masukan selama melakukan penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi yang telah disusun dan diselesaikan ini masih belum sempurna dan terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk saran



dan kritik dari semua pihak yang telah membaca laporan skripsi ini agar dapat membuat laporan skripsi ini lebih baik dari sebelumnya. Penulis juga berharap agar laporan skripsi ini dapat membantu pihak-pihak terkait pada penelitian ini

Bandung, 21 Juli 2020



Yesslin Aurel Tamara

## DAFTAR ISI

|  |          |
|--|----------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                             | i        |
| <b>ABSTRACT</b> .....                            | ii       |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                      | iii      |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                          | vi       |
| <b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....                      | x        |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                       | xi       |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                        | xii      |
| <b>BAB 1</b> .....                               | <b>1</b> |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....                         | 1        |
| 1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....                  | 1        |
| 1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....                    | 3        |
| 1.3 BATASAN MASALAH.....                         | 4        |
| 1.4 TUJUAN PENELITIAN.....                       | 4        |
| 1.5 MANFAAT PENELITIAN.....                      | 5        |
| 1.6 SISTEMATIKA PENULISAN.....                   | 6        |
| <b>BAB 2</b> .....                               | <b>7</b> |
| <b>KERANGKA TEORI</b> .....                      | 7        |
| 2.1 PENGERTIAN STRATEGI.....                     | 7        |
| 2.2 MANAJEMEN STRATEGI.....                      | 8        |
| 2.2.1 Proses Manajemen Strategi.....             | 8        |
| 2.2.2 Manfaat Manajemen Strategi.....            | 9        |
| 2.3 TAHAPAN DALAM MANAJEMEN STRATEGI.....        | 10       |
| 2.4 TINGKATAN STRATEGI.....                      | 11       |
| 2.5 STRATEGI GENERIK.....                        | 12       |
| 2.6 STRATEGI PEMASARAN.....                      | 13       |
| 2.6.1 Perumusan Penerapan Strategi Pemasran..... | 14       |
| 2.6.2 Fungsi Strategi Pemasaran.....             | 15       |

|      |   |           |
|------|---|-----------|
| 2.7  | ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL .....                  | 17        |
| 2.8  | ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL .....                 | 22        |
|      | 2.8.1 Analisis Five Forces Menurut Porter.....      | 24        |
| 2.9  | ANALISIS SWOT .....                                 | 26        |
|      | 2.9.1 Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT .....        | 27        |
|      | 2.9.2 Matriks SWOT .....                            | 27        |
|      | 2.9.3 Matrik IFE dan EFE .....                      | 29        |
| 2.10 | TABEL 2.11.1 CONTOH MATRIX .....                    | 30        |
| 2.11 | MATRIK IE.....                                      | 32        |
|      | 2.11.1 Strategi Integrasi.....                      | 33        |
|      | 2.11.2 Strategi Intensif .....                      | 34        |
|      | 2.11.3 Strategi Diversifikasi .....                 | 34        |
|      | 2.11.4 Strategi Bertahan ( <i>Defensive</i> ) ..... | 35        |
| 2.12 | PENGERTIAN MENGEMBANGKAN .....                      | 35        |
| 2.13 | PENGERTIAN MASKER .....                             | 36        |
|      | 2.14.1 Jenis-Jenis Masker.....                      | 36        |
|      | 2.14.2 Fungsi dan Manfaat Masker Wajah.....         | 36        |
| 2.14 | PENGERTIAN PERAWATAN WAJAH.....                     | 37        |
|      | <b>BAB 3 .....</b>                                  | <b>38</b> |
|      | <b>KERANGKA PENELITIAN.....</b>                     | <b>38</b> |
| 3.1  | JENIS PENELITIAN .....                              | 38        |
| 3.2  | METODE PENELITIAN .....                             | 38        |
| 3.3  | TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....                        | 39        |
| 3.4  | SUMBER DATA .....                                   | 40        |
| 3.5  | TEKNIK ANALISIS DATA .....                          | 41        |
| 3.6  | MODEL PENELITIAN .....                              | 43        |
|      | <b>BAB 4 .....</b>                                  | <b>44</b> |
|      | <b>OBJEK PENELITIAN .....</b>                       | <b>44</b> |
| 4.1  | PROFIL PERUSAHAAN .....                             | 44        |
| 4.2  | SEJARAH PERUSAHAAN .....                            | 45        |

|     |   |           |
|-----|---|-----------|
| 4.3 | VISI DAN MISI PERUSAHAAN.....                                       | 46        |
|     | 4.3.1 Visi .....  | 46        |
|     | 4.3.2 Misi.....   | 46        |
| 4.4 | PENAWARAN PERUSAHAAN .....  | 47        |
|     | 4.4.1 Produk ( <i>Product</i> ).....                                | 48        |
|     | 4.4.2 <i>Price</i> .....  | 50        |
|     | 4.4.3 <i>Promotion</i> .....  | 50        |
|     | 4.4.4 <i>Place</i> .....  | 53        |
| 4.5 | JOB DESCRIPTION ORGANISASI .....                                    | 53        |
| 4.6 | STRUKTUR ORGANISASI SEVEN MASK.....                                 | 55        |
|     | <b>BAB 5 .....</b>  | <b>56</b> |
|     | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                                    | <b>56</b> |
| 5.1 | ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN SAAT INI .....                         | 56        |
| 5.2 | RANCANGAN STRATEGI BISNIS SEVEN MASK.....                           | 58        |
|     | 5.2.1 Aspek Lingkungan Internal Seven Mask.....                     | 58        |
|     | 5.2.1.1 Manajemen .....   | 58        |
|     | 5.2.1.2 Bauran Pemasaran.....                                       | 63        |
|     | 5.2.1.3 Keuangan.....   | 68        |
|     | 5.2.1.4 Operasional.....  | 69        |
|     | 5.2.2 Aspek Lingkungan Eksternal Seven Mask .....                   | 69        |
|     | 5.2.2.1 Analisis Porter Five Forces .....                           | 69        |
|     | 5.2.2.2 Analisis PESTLE .....                                       | 72        |
| 5.3 | HASIL ANALISIS INTERNAL – KEKUATAN DAN<br>KELEMAHAN SEVEN MASK..... | 75        |
| 5.4 | HASIL ANALISIS EKTERNAL – PELUANG DAN<br>ANCAMAN SEVEN MASK .....   | 77        |
| 5.5 | MATRIKS SWOT .....  | 78        |
|     | 5.5.1 Analisis IFAS dan EFAS Seven Mask .....                       | 90        |
|     | 5.5.2 Analisis Matriks Internal dan Eksternal.....                  | 99        |
|     | 5.5.2.1 Alternatif Strategi .....                                   | 101       |

|                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| <b>BAB 6 .....</b>               | <b>105</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b> | <b>105</b> |
| 6.1           KESIMPULAN.....    | 105        |
| 6.2           SARAN.....         | 106        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>       | <b>108</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>             | <b>111</b> |

## **DAFTAR DIAGRAM**

|   |   |
|---|---|
| Diagram 1.1 Peningkatan Pertumbuhan Usaha Kosmetik di Indonesia ..... | 2 |
|---|---|

## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 2.1 Five Forces menurut Porter .....        | 25  |
| Gambar 2.2 Matrix IE .....                         | 32  |
| Gambar 3.1 Model Penelitian .....                  | 43  |
| Gambar 4.1 Logo Seven Mask .....                   | 44  |
| Gambar4.2 Packaging Seven Mask .....               | 48  |
| Gambar4.3 Sepatula Sevent Mask .....               | 48  |
| Gambar 4.4 Black Mask Seven Mask .....             | 49  |
| Gambar4.5 Yellow Mask Seven Mask .....             | 49  |
| Gambar 4.6 Tampilan depan Brosur Seven Mask .....  | 50  |
| Gambar 4.7 Tampak Belakang Brosur Seven Mask ..... | 51  |
| Gambar4.8 Media Sosial Seven Mask .....            | 52  |
| Gambar4.9 Struktur Organisasi Seven Mask .....     | 55  |
| Gambar 6.1 Internal-Eksternal Matriks.....         | 100 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Table 2.9.1 Swot Matrix.....                   | 27 |
| Table 2.10.1 Contoh EFE.....                   | 29 |
| Table 2.10.2 Contoh IFE.....                   | 31 |
| Table 5.2.1 Perencanaan Seven Mask.....        | 60 |
| Table 5.5.1 Matriks Swot Seven Mask .....      | 79 |
| Table 5.5.2 Hasil Analisis IFAS dan EFAS ..... | 91 |



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Industri kosmetik yang semakin berkembang seperti sekarang ini menjadikan tata mempercantik dan memperindah kulit wajah banyak digemari oleh para wanita. Fenomena mempercantik dan memperindah wajah ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup karena wajah dianggap sebagai aset berharga bagi setiap wanita. Semakin berkembangannya zaman maka industri kosmetik juga memiliki banyak inovasi pada produk perawatan wajah.

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun karena banyaknya permintaan pada pasar dan ketatnya persaingan pada industri ini. Menurut Kementerian Perindustrian pertumbuhan pada industri kosmetik sebesar 9% dan terus mengalami peningkatan. Bukan hanya itu, pasar kosmetik di Indonesia merupakan salah satu pasar yang terdepan dengan pertumbuhan yang terus meningkat setiap tahunnya (Ajeng, 2020). Berikut ini dapat dilihat peningkatan yang terjadi pada industri kosmetik setiap tahunnya, yaitu:

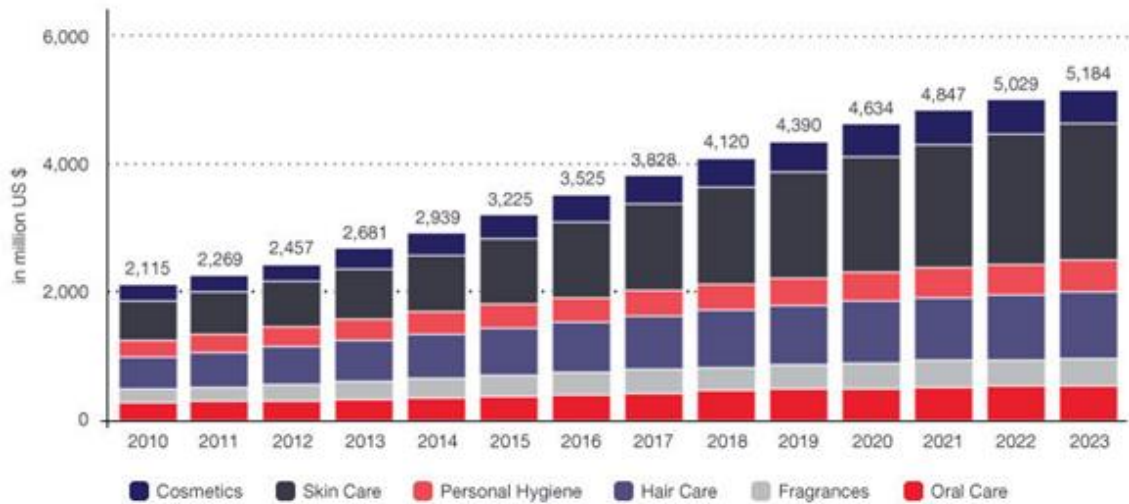


Diagram 1.1 Peningkatan Pertumbuhan Usaha Kosmetik di Indonesia

Sumber: Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM)

Di Indonesia industri kosmetik terdapat 797 industri kosmetik besar, industri kecil, dan menengah. Dari 797 industri kosmetik nasional terdapat 294 industri yang terdaftar di Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) (kemenperin, 2020). Hal ini dikarenakan pada tahun 2020 jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 269,6 juta jiwa, yang dimana 134,27 juta jiwa adalah penduduk perempuan maka, Indonesia merupakan pasar yang menjanjikan bagi industri kosmetik (Kusnandar, 2020).

Salah satu produk yang terkenal pada industri kosmetik adalah perawatan wajah dengan menggunakan masker. Masker wajah memiliki banyak manfaat yang baik untuk wajah jika dipakai secara teratur karena memberikan efek secara langsung pada kulit wajah. Masker wajah bertindak untuk merangsang sirkulasi aliran darah maupun limpa, memperbaiki proses regenerasi, dan memperbaiki nutrisi pada jaringan kulit wajah (halodoc, 2019).

Sebagai salah satu produk baru yang bergerak di industri kosmetik terutama masker wajah dengan nama Seven Mask yaitu masker berbahan dasar alami yang dapat digunakan sebagai perawatan untuk segala jenis kulit wajah. Seven Mask sebagai salah satu startup yang terbilang masih sangat baru dan memiliki banyak pesaing pada industri ini, Seven Mask memiliki kendala yaitu tingkat penjualan pada masker perawatan wajah yang terbilang masih sangat sedikit penjualannya, maka dengan menentukan dan merancang strategi yang baik diharapkan mampu bersaing pada pasar yaitu dengan menentukan sesuatu yang memiliki keunikan yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Penelitian ini menggunakan kerangka SWOT sebagai kerangka utama untuk menentukan strategi yang tepat. Dengan kerangka SWOT, akan dibandingkan dan dievaluasi dengan kerangka SWOT, akan dibandingkan dan dievaluasi kondisi lingkungan internal dan eksternal Seven Mask saat ini sehingga ditemukan strategi yang tepat untuk diterapkan di perusahaan kedepannya

Dari latar belakang masalah tersebut, maka penelitian ini diberi judul “**Strategi Bersaing Seven Mask dalam Mengembangkan Masker Perawatan Wajah**”.

#### Identifikasi Masalah

Identifikasi permasalahan yang terkait yaitu banyaknya pesaing yang ada di dalam industri kosmetik khususnya pada produk perawatan wajah, membuat Seven Mask harus memiliki strategi bersaing yang efektif dan tepat guna bagi perusahaan agar tidak kalah dari pesaingnya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka berikut ini adalah perumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja dari Seven Mask?

2. Strategi apa yang dapat disarankan kepada Seven Mask guna membantu dalam persaingan di sektor kecantikan?

## **1.2 Batasan Masalah**

Penerapan hasil penelitian ini hanya berlaku bagi Seven Mask, perancangan ini dibuat menggunakan SWOT berdasarkan kondisi Eksternal dan Internal yang dihadapi oleh perusahaan saat ini.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui faktor Internal dan Eksternal yang mempengaruhi kinerja dari Seven Mask
2. Untuk mengetahui strategi yang tepat untuk dijalankan oleh Seven Mask sehingga mampu bersaing di tengah persaingan industri kosmetik yang ketat.

## **1.4 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Bagi Penulis
  - Menambahkan pola pikir yang kreatif dan inovatif untuk mendapatkan ide dan gagasan yang dapat menciptakan masker wajah dengan menggunakan bahan-bahan alami sehingga dapat diolah menjadi perawatan kecantikan pada kulit wajah yang sehat sebagai masker wajah.
  - Menambah wawasan tentang merencanakan strategi yang baik bagi perusahaan.
- b) Bagi Bisnis

- Menambah ide kreatif dan inovatif untuk merencanakan strategi pemasaran terhadap produk yang dijual sehingga menarik minat pelanggan.
  - Memberikan masukan pengetahuan terhadap strategi yang seharusnya dilakukan.
  - Membantu menyelesaikan masalah yang terjadi pada strategi pemasaran.
- c) Bagi Pihak Lain
- Menambah wawasan pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk sebuah usaha Start-Up terutama pada bidang perawatan tubuh atau kecantikan.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdapat 6 (enam) bab yaitu pendahuluan, kerangka teori, metode penelitian, objek penelitian, pembahasan serta kesimpulan dan saran.

### **Bab 1: Pendahuluan**

Pada bab ini menjelaskan latar belakang masalah, yaitu mengidentifikasi permasalahan yang ada pada produk Seven Mask. Permasalahan yang dihadapi oleh Seven Mask yaitu perencanaan strategi yang belum maksimal sehingga penulis ingin meneliti mengenai perencanaan strategi agar dapat bersaing dengan produk yang sama jenisnya dengan Seven Mask. Selain itu dengan mengetahui rencana strategi yang sesuai untuk digunakan akan membantu kunci sukses dari Seven Mask

### **Bab 2: Kerangka Teori**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang menjadi pendukung dan dasar dari penelitian yang akan diteliti mengenai strategi.

### **Bab 3: Metode Penelitian**

Pada bab ini akan dibahas mengenai langkah-langkah dari penelitian yang akan dilakukan seperti jenis penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

#### Bab 4: Objek Penelitian

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai objek penelitian, yaitu profil perusahaan, sejarah, struktur organisasi, uraian pekerjaan, serta perwujudan ide dari Seven Mask.

#### Bab 5: Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas mengenai pembahasan yang didasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan diteliti sehingga mampu menjawab hasil dari penelitian Seven Mask.

#### Bab 6: Kesimpulan dan Saran

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran. kesimpulan membahas tentang hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan, sedangkan saran membahas tentang saran apa yang akan diberikan oleh penulis terkait dengan penelitian yang telah dilakukan.