

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

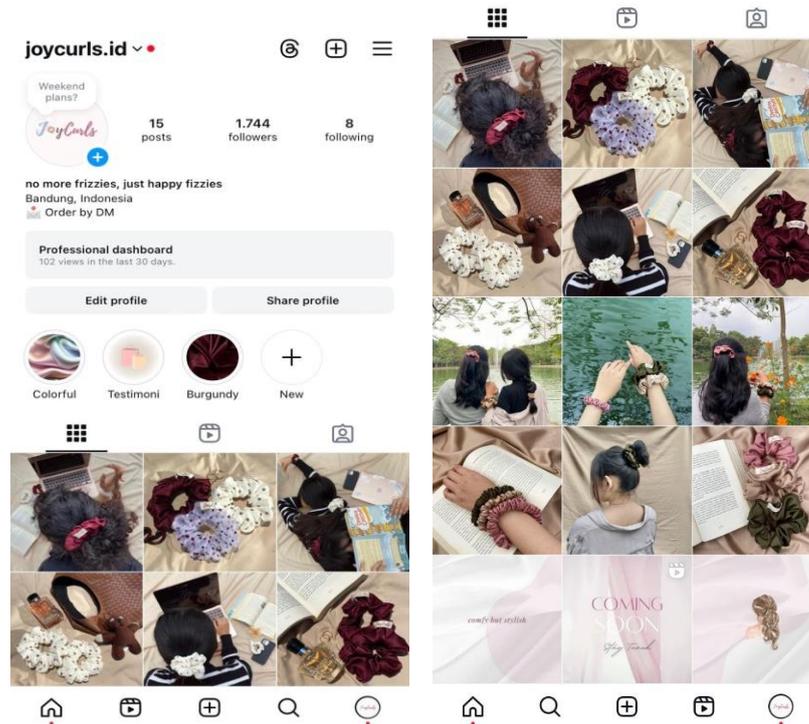
#### 1.1.1 Profil Bisnis JoyCurls

JoyCurls adalah bisnis yang bergerak dibidang *fashion* lebih tepatnya aksesoris. JoyCurls merupakan usaha bisnis yang dibangun oleh mahasiswa WRAP *Entrepreneur* Telkom University pada tanggal 12 Juni 2024. Pada awalnya, bisnis ini dibentuk dengan tujuan utama untuk mengurangi limbah kain yaitu kain perca, namun ketika bisnis ini dikembangkan, tujuan utama juga ikut berubah yaitu untuk mengurangi kerontokan atau kerusakan rambut bagi wanita yang memakai *scrunchie*.

JoyCurls merupakan produk *scrunchie* lokal yang menggunakan kain yang berkualitas yang lembut sehingga bisa mengurangi kerusakan rambut seperti kerontokan pada rambut. Logo JoyCurls memiliki makna tersendiri yaitu “Joy” yang artinya kebahagiaan sedangkan “Curls” adalah rambut ikal. Dengan begitu JoyCurls dapat diartikan sebagai produk *scrunchie* yang akan membuat pengguna merasa bahagia dan ceria saat menggunakannya.

JoyCurls merupakan solusi bagi setiap masalah rambut yang dialami oleh setiap perempuan yang memiliki berbagai macam bentuk rambut. JoyCurls memiliki *Tagline* yaitu *no more frizzies, just happy frizzies* yang artinya ucapkan selamat tinggal pada rambut kusut, dengan JoyCurls kamu akan selalu merasa ceria. *Scrunchie* JoyCurls tersedia dengan desain yang menarik serta tersedia dengan berbagai warna dan ukuran dengan *packaging* yang menarik dan *reusable* sehingga dapat meminimalisir limbah dan menjaga kelestarian lingkungan.

Saat ini JoyCurls melakukan pemasaran dan promosi pada sosial media Instagram dan Tiktok. JoyCurls lebih berfokus melakukan pemasaran di *platform* Instagram dengan *followers* untuk saat ini berkisar 1.744 pengikut, mengikuti sebanyak 8 akun, dan telah mengupload postingan sebanyak 15 postingan.



Gambar 1.1 Instagram JoyCurls

Penulis 2024

### 1.1.2 Deskripsi Produk

Satin merupakan salah satu bahan yang sangat bagus untuk produk *scrunchie* karena satin memberikan kesan yang lebih mewah dan elegan dengan kilau alami dari satin itu sendiri. Selain itu satin juga memiliki bahan yang halus dan lembut yang bagus untuk mengurangi kerusakan rambut, mencegah kekusutan, elastis dan mudah dibentuk.

#### 1. Tema *Colorful*

##### a. Besar Satin *Colorful*

*Scrunchie* dengan ukuran besar cocok untuk rambut tebal atau panjang, gaya rambut yang dramatis, dan untuk tampil mencolok. *Scrunchie* besar berbahan dasar satin ini memiliki diameter 10 cm yang cocok dijadikan sebagai ikat rambut atau sebagai aksesoris tangan.



Gambar 1.2 Satin Besar *Colorful*  
*Penulis 2024*

b. Kecil Satin *Colorful*

*Scrunchie* ukuran menengah cocok digunakan untuk rambut yang memiliki ketebalan sedang dan bisa memberikan efek ikatan yang nyaman tanpa membuat rambut terlalu ketat atau kendur. *Scrunchie* kecil berbahan satin ini memiliki diameter 7 cm yang cocok dijadikan sebagai ikat rambut atau sebagai aksesoris tangan.



Gambar 1.3 Satin Kecil *Colorful*  
*Penulis 2024*

c. Produk *Bundling*

Pada produk bundling JoyCurls menyediakan *scrunchie* dalam ukuran besar atau kecil dalam satu paket. Dimana konsumen dapat memilih varian model *scrunchie* dengan berbagai motif yang memiliki ukuran yang sama. Dengan *bundling*, pembeli bisa mendapatkan tiga *scrunchie* dengan harga yang lebih ekonomis dari pada membeli setiap produk secara terpisah.



Gambar 1.4 Produk *Bundling*  
*Penulis 2024*

## 2. Tema Burgundy

Warna burgundy adalah warna merah gelap yang memberikan kesan elegan dan mewah yang tidak terlalu mencolok saat digunakan. Warna ini sangat *trending* saat ini karena warna burgundy merupakan warna netral yang mudah dipadukan dengan warna lain. Warna burgundy diminati karena bisa menciptakan kesan yang mewah, hangat, dan serbaguna dalam berbagai gaya, baik itu untuk pakaian, aksesoris, maupun dekorasi.

a. Satin Burgundy

*Scrunchie* satin burgundy terdiri dari ukuran besar dan *medium* yang memberikan kesan mewah, dewasa dan hangat bagi para pemakai *scrunchie*. *Scrunchie* besar berbahan dasar satin memiliki diameter 10 cm dan yang *medium* memiliki ukuran 7 cm.



Gambar 1.5 Satin Burgundy

*Penulis 2024*

b. Organza Burgundy

*Scrunchie* organza burgundy terdiri dari ukuran besar dan *medium* yang memberikan kesan kilau lembut dan elegan bagi para pemakai *scrunchie*. *Scrunchie* besar berbahan dasar satin memiliki diameter 10 cm dan yang *medium* memiliki ukuran 7 cm.



Gambar 1.6 Organza Burgundy

*Penulis 2024*

c. Katun Burgundy

*Scrunchie* katun burgundy terdiri dari ukuran besar dan *medium* yang memberikan kesan nyaman, alami, praktis, dan bersih, bagi para

pemakai scrunchie. *Scrunchie* besar berbahan dasar satin memiliki diameter 10 cm dan yang *medium* memiliki ukuran 7 cm.



Gambar 1.7 Katun Burgundy

*Penulis 2024*

d. *Bundling* Burgundy

Pada produk bundling JoyCurls menyediakan *scrunchie* dalam ukuran besar atau *medium* dalam satu paket. Dimana konsumen dapat memilih varian model *scrunchie* dengan berbagai motif yang memiliki ukuran yang sama. Dengan *bundling*, pembeli bisa mendapatkan tiga *scrunchie* dengan harga yang lebih ekonomis dari pada membeli setiap produk secara terpisah



Gambar 1.8 *Bundling* Burgundy

*Penulis 2024*

### 1.1.3 Logo, Visi, Misi, Tagline, Tujuan, Manfaat

Logo, visi, misi, *tagline*, tujuan dan manfaat usaha *scrunchie* ini telah dibuat dengan mempertimbangan kebutuhan dari para konsumen.

#### 1. Logo



Gambar 1.9 Logo JoyCurls

*Penulis 2024*

Logo JoyCurls memiliki makna tersendiri yaitu “*Joy*” yang artinya kebahagiaan sedangkan “*Curls*” adalah rambut ikal. Dan tulisan dengan berbagai warna yang menandakan kalau JoyCurls memiliki ciri khas yang ceria dan unik. Dengan begitu JoyCurls dapat diartikan sebagai produk *scrunchie* yang akan membuat pengguna merasa bahagia dan ceria saat menggunakannya.

#### 2. Visi dan Misi

Visi

Menciptakan produk berkualitas dengan desain yang fungsional

Misi

- Mengekspresikan kepercayaan diri
- Mengutamakan kenyamanan rambut agar mengurangi kerontokan dan menjaga bentuk rambut
- Menyediakan desain produk yang sesuai dengan tren
- Produk yang ramah lingkungan

### 3. Tagline

“No more frizzies, just happy fizzies” yang memiliki arti ucapkan selamat tinggal pada rambut kusut, dengan JoyCurls kamu akan selalu merasa ceria. Serta memiliki hashtag #comfybutstylish, dari penggabungan dua konsep yaitu kenyamanan dan gaya.

### 4. Tujuan

- Menarik minat konsumen
- Mencapai target penjualan
- Mencapai keuntungan/laba
- Memperkenalkan *Scrunchie* JoyCurls lebih nyaman digunakan

### 5. Manfaat

- Mengurangi rambut rontok dengan mencegah rambut kusut dan patah.
- Menjaga bentuk rambut
- Meningkatkan kenyamanan

## 1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 1.10 Struktur Organisasi JoyCurls

*Penulis 2024*

Struktur organisasi merupakan kerangka atau sistem yang menunjukkan bagaimana suatu organisasi diatur dan bagaimana tanggung jawab, tugas, serta wewenang distribusi di antara anggota atau departemen dalam organisasi tersebut. Struktur organisasi menjelaskan bagaimana komunikasi atau peran dari masing-masing posisi yang berbeda-beda dalam mencapai tujuan organisasi.

1. *Chief Executive Officer (CEO)*

Sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) JoyCurls, tugas utama adalah memimpin, mengelola, dan mengawasi seluruh aktivitas perusahaan agar berjalan sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. CEO bertanggung jawab dalam merumuskan strategi bisnis, mengambil keputusan penting terkait arah pengembangan produk, pemasaran, dan ekspansi pasar. Selain itu, CEO juga memastikan bahwa semua bagian organisasi berjalan harmonis, mulai dari operasional, keuangan, hingga pengembangan brand.

2. *Chief Operating Officer (COO)*

*Chief Operating Officer* (COO) JoyCurls bertanggung jawab untuk mengelola dan memastikan seluruh operasional bisnis berjalan lancar setiap hari. Tugas utamanya meliputi mengawasi produksi, pengelolaan stok, distribusi produk, serta memastikan proses pelayanan pelanggan berjalan efektif. COO juga memastikan bahwa semua kegiatan operasional sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan dan mendukung target bisnis perusahaan.

3. *Chief Financial Officer (CFO)*

*Chief Financial Officer (CFO)* JoyCurls bertugas mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan, mulai dari perencanaan anggaran, pengelolaan arus kas, pencatatan laporan keuangan, hingga analisis kinerja finansial. CFO memastikan bahwa keuangan perusahaan tetap sehat, mengontrol pengeluaran, mengawasi pemasukan, serta memberikan rekomendasi strategi keuangan untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

4. *Chief Marketing Officer (CMO)*.

*Chief Marketing Officer (CMO)* JoyCurls bertugas merancang, mengelola, dan mengawasi seluruh strategi pemasaran perusahaan. CMO bertanggung jawab membangun brand awareness, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan engagement konsumen, serta memastikan kampanye pemasaran berjalan efektif di berbagai platform, seperti Instagram, TikTok, dan marketplace.

5. *Chief Technology Officer (CTO)*.

*Chief Technologi Officer (CTO)* merupakan posisi yang memiliki fokus di bagian teknologi dan inovasi. *CTO* memiliki tanggung jawab atas teknologi informasi dan inovasi dalam perusahaan. *CTO* harus memastikan perusahaan memiliki teknologi yang tepat untuk mendukung operasinya dan mencapai tujuan bisnis.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

JoyCurls merupakan bisnis yang bergerak dibidang industri *fashion* tepatnya aksesoris yang sudah berjalan kurang lebih selama tujuh bulan dengan mengusung konsep *handmade* yang mengedepankan desain yang tren, kualitas bahan yang baik, memperhatikan proses produksi, serta harga yang murah. Joycurs merupakan bisnis *scrunchie* yang menggunakan bahan berkualitas dalam produksi produk dengan mengutamakan kebutuhan pelanggan. Produk JoyCurls diproduksi dengan berbagai jenis tema disetiap *launching* nya, dimana saat ini JoyCurls telah meluncurkan produk dengan dua tema yaitu tema *Colorful* dan *burgundy*.

JoyCurls memproduksi *scrunchie* dengan bahan dasar satin, *cotton foam* dan organza yang dipilih secara langsung untuk mendapatkan bahan yang berkualitas. Bahan dipakai dalam pembuatan *scrunchie* disurvei dan dipilih langsung dan ke tempat penjualan bahan dasar kain tradisional di Pasar Baru yang beralamat di Jl. Otto Iskandar Dinata, Kota Bandung, Jawa Barat. Pada periode pertama *scrunchie* dapat di produksi total sebanyak 105 pcs, dan periode kedua menghasilkan *scrunchie* dengan total produksi sebanyak 95 pcs. Yang dimana *scrunchie* pada periode pertama dengan ukuran besar dapat diproduksi dengan jumlah 45 pcs dan ukuran medium dengan jumlah 60 pcs, pada periode kedua *scrunchie* dengan total produksi ukuran besar sebanyak 45 pcs dan ukuran kecil sebanyak 50 pcs.

Selanjutnya yaitu proses pemotongan kain yang dipotong manual dengan menggunakan pola standar sesuai ukuran *scrunchie*, dimana ukuran *scunchie* besar dipotong dengan ukuran 80 cm x 10 cm dan ukuran *scrunchie* medium dipotong dengan ukuran 60 cm x 7 cm. Penjahitan dilakukan oleh penjahit yang sudah ahli dibidangnya dengan menggunakan mesin jahit listrik yang dikerjakan oleh pekerja yang telah terampil dibidangnya. Pengisian karet dilakukan manual oleh penjahit sesuai dengan ukuran *scrunchie* yang akan dibentuk dan menggunakan kualitas karet yang elastisitas yang baik dan nyaman saat digunakan oleh konsumen. Proses pemotongan kain, penjahitan, serta pengisian karet dilakukan di PD konveksi yang beralamat di Baleendah

Kab. Bandung Jawa Barat dengan melakukan *quality control* agar produk yang dihasilkan adalah produk yang berkualitas.

Selain itu JoyCurls menggunakan *packaging* yang bisa digunakan kembali (*reusable*) sehingga konsumen bisa menggunakan *packaging* untuk hal lain. *Packaging* yang digunakan adalah *packaging* ziplock untuk pembelian produk satuan dan menggunakan jar kaca untuk pembelian produk *bundling*. Pembelian *packaging* dilakukan di toko khusus yang menjual kemasan yang mulai dari kemasan plastik, kertas, hingga kaca yang beralamat di Jl. Cibadak, Kec. Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat.

Setelah produk selesai dibuat, dilakukan pemeriksaan kualitas mulai dari kerapian jahitan hingga memastikan produk dikemas dengan aman dan menarik sebelum dikirim ke konsumen. Produk yang lolos *quality control* merupakan produk yang akan dijual kepada konsumen. Selain itu proses pengiriman barang dilakukan secara langsung tanpa menggunakan jasa pengiriman, sehingga JoyCurls bisa secara langsung berinteraksi dengan konsumen dan mendapatkan *feedback* dari konsumen pada produk.

Saat ini usaha dibidang *fashion* dan aksesoris terus berkembang pesat dan menjadi salah satu usaha yang sedang *trending* di masyarakat. Dengan tren *fashion* yang selalu berubah, membuat konsumen jadi semakin pintar dalam memilih produk yang tidak hanya *stylish*, fungsional, dan harga yang terjangkau. Dengan begitu membuat persaingan di sektor ini semakin kompetitif yang ditandai dengan banyaknya pelaku usaha baru yang menawarkan produk serupa dengan harga yang sangat variatif bahkan cenderung murah. Hal ini membuat persaingan tidak hanya berfokus pada kualitas dan desain, tetapi juga pada harga jual produk. JoyCurls menghadapi tantangan untuk tetap kompetitif di tengah kondisi pasar yang semakin sensitif terhadap harga tanpa harus mengorbankan kualitas produk.

Untuk menghadapi fenomena ini, JoyCurls perlu menerapkan strategi yang tepat dan terarah agar dapat berkembang, tumbuh, dan bertahan di industri ini. Strategi tersebut harus mencakup seluruh rantai operasional, mulai dari proses produksi, pengelolaan biaya produksi dan penjualan, proses penjualan, hingga

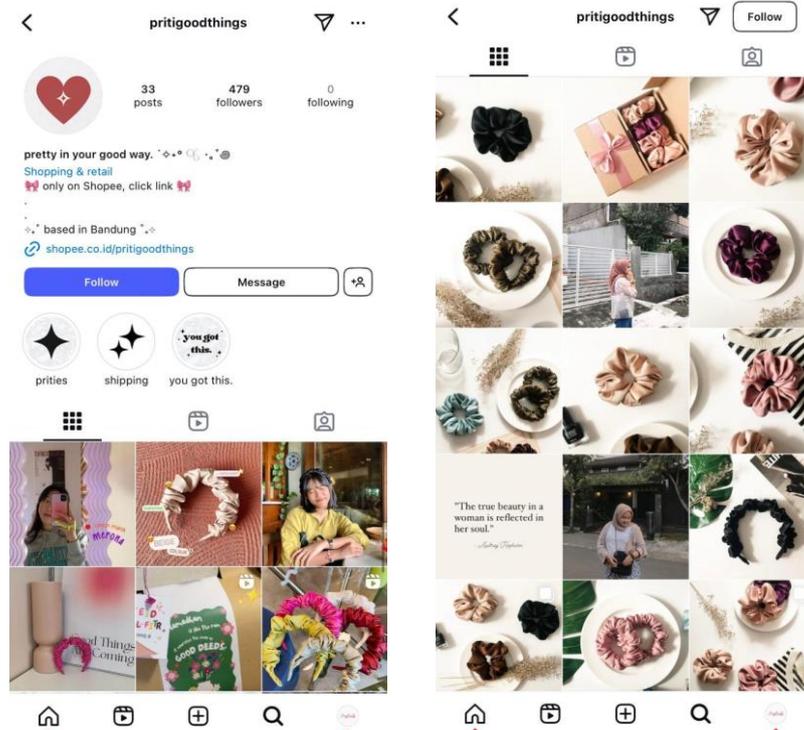
distribusi produk ke tangan konsumen akan membuat strategi operasional JoyCurls jadi lebih tertata karena dengan itu bisa diketahui apa langkah yang akan dilakukan oleh JoyCurls untuk dapat bertahan dan tumbuh di pasar.. Dalam hal ini, peran Chief Operating Officer (COO) sangat penting dengan memastikan semua proses produksi termasuk membeli bahan baku, memproduksi produk, sampai mendistribusikannya berjalan lebih efisien. Selain itu pengelolaan keuangan yang cermat juga menjadi kunci penting agar setiap langkah yang diambil dapat berjalan secara berkelanjutan dan seimbang antara efisiensi biaya serta pencapaian target pertumbuhan.

(Marbun, 2003; dalam Agung et al., 2021) menyatakan persaingan dalam dunia usaha terjadi ketika dua pihak atau lebih saling berlomba untuk mendapatkan pesanan dengan menawarkan harga atau ketentuan yang paling menarik. Persaingan ini muncul saat individu atau organisasi berupaya mencapai tujuan tertentu seperti menarik konsumen, meningkatkan pangsa pasar, memperoleh peringkat yang lebih baik dalam survei, atau mengakses sumber daya yang dibutuhkan.

JoyCurls menghadapi persaingan yang cukup ketat, baik dari kompetitor di dalam negeri maupun dari luar negeri yang menawarkan pilihan produk serupa dengan kualitas dan harga yang bersaing. (Kasmir, 2012; dalam Fikram, 2023) Pesaing atau perusahaan bisa dikategorikan sebagai pesaing yang kuat dan lemah atau mungkin terdapat pesaing di wilayah terdekat yang memiliki produk serupa atau mirip dengan produknya.

Salah satu kompetitor JoyCurls di dalam negeri adalah produk lokal yang berada di daerah yang sama dengan bisnis JoyCurls yaitu *brand* Pritigoodthings yang merupakan usaha bisnis yang berada di Bandung yang menyediakan berbagai aksesoris mulai dari *scrunchie*, jeda atau jepitan badai, bandana, dan aksesoris manik-manik yang dibuat menjadi cincin maupun gelang. Pritigoodthings memulai usaha pada tanggal 14 Maret 2021 yang dimulai dengan memperkenalkan produk *scrunchie* dengan warna prussian dan rosegold yang berbahan dasar satin dengan harga yang dimulai dari Rp 7.000,00 – Rp 10.000,00. Usaha bisnis Pritigoodthings melakukan kegiatan

jual beli pada *platform* Instagram dan shopee dalam menjalankan bisnisnya, dimana saat ini Pritigoodthings memiliki postingan sebanyak 33 postingan dan memiliki 479 *followers*.

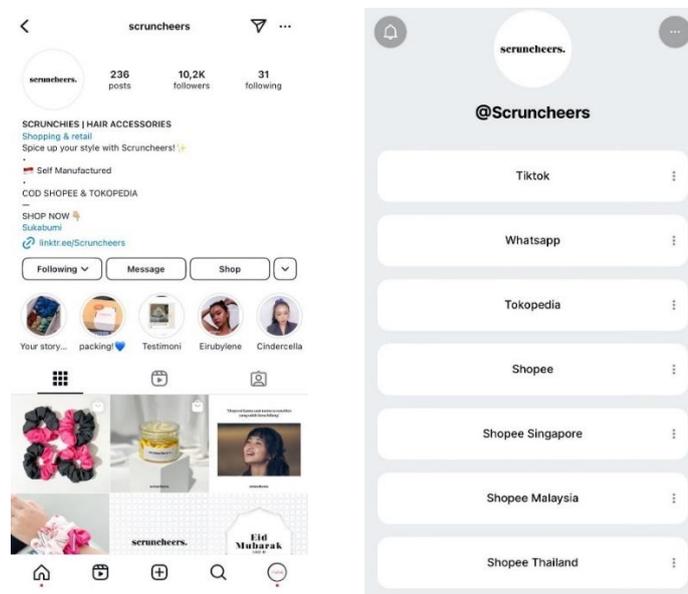


Gambar 1.11 Instagram Pritigoodthings

Penulis 2024

Istilah "pesaing" merujuk pada perusahaan yang memproduksi atau menjual barang dan jasa yang serupa atau sejenis dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain. (Fikram, 2023). Pesaing JoyCurls pada tingkat nasional di Indonesia mencakup berbagai merek yang menawarkan produk serupa dari produsen lokal yang telah membangun pangsa pasar di Indonesia. Salah satunya yaitu *brand* Scruncheers, sebuah usaha yang bergerak di bidang *fashion* dan aksesoris *scrunchie* yang telah berhasil menarik perhatian konsumen di Indonesia dengan berbagai desain yang menarik dan berkualitas.

Scruncheers merupakan usaha *scrunchie* yang terletak di Sukabumi yang sudah melakukan pemasaran dan membangun pangsa pasar di Asia Tenggara. Scruncheers sudah melakukan pemasaran dan penjualan di negara Singapore, Malaysia, dan Thailand dengan menggunakan *platform* shopee sebagai *platform* dalam melakukan penjualan produk internasional. Selain itu Scruncheers juga melakukan pemasaran melalui berbagai macam *platform* yaitu Tiktok, Tokopedia, Whatsapp, Instagram dan Shopee. Dengan memiliki 10.000 lebih pengikut di *platform* Instagram yang membuat Scruncheers menjadi usaha bisnis *scrunchie* lokal yang sukses dalam memasarkan produknya.



Gambar 1.12 *Platform* Pemasaran Scruncheers

Penulis 2024

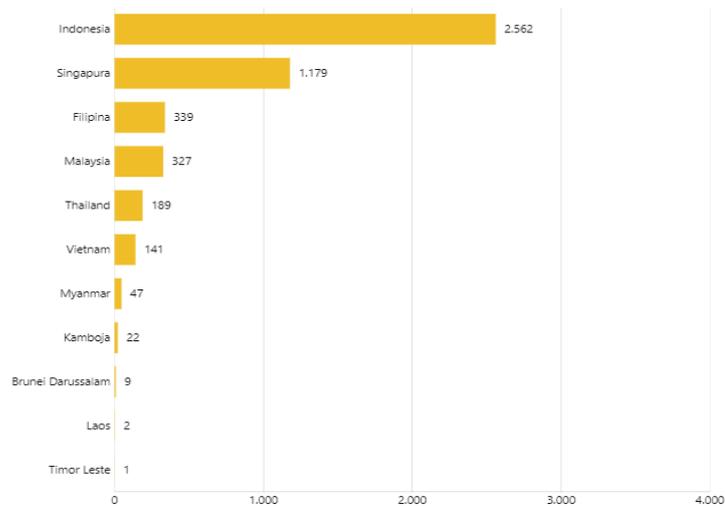
(Muslikhah, 2014; dalam Arumsari & Nursari, 2024) yang mengatakan Industri *fashion* adalah sektor kreatif yang mencakup aktivitas perancangan pakaian, alas kaki, dan aksesoris mode lainnya, termasuk proses produksi, konsultasi terkait lini produk *fashion*, hingga pendistribusian produk-produk *fashion* tersebut. Kata *fashion* selalu melekat dengan berbagai aspek kehidupan mulai dari tren atau musim, gaya hidup, status sosial, teknologi dan inovasi, isu

lingkungan dan sosial, pilihan pakaian, aksesoris, serta penampilan yang sedang populer di masyarakat atau budaya pada waktu tertentu.

Pasar terbesar Asia Tenggara menjadikan Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki potensi terbesar karena memiliki populasi lebih dari 270 juta orang dengan mayoritas penduduk usia produktif, yang menjadikan potensi Indonesia sebagai pasar *fashion* yang sangat besar. Industri kreatif merupakan salah satu pendorong utama pembangunan ekonomi Indonesia dan pemerintah menyadari bahwa populasi generasi muda yang dimiliki Indonesia saat ini merupakan aset berharga bagi pertumbuhan ekonomi kreatif. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pada tahun 2019, sektor ekonomi kreatif menyumbang sekitar 7,44% terhadap PDB nasional, dengan nilai mencapai Rp 1.100 triliun (Syafitri dan Nisa, 2024).

Berdasarkan data dari Databoks, situs portal data statistik ekonomi dan bisnis, Indonesia berada di nomor satu dengan data *startup* terbanyak di ASEAN dengan jumlah *startup* 2.562, dimana Indonesia mengalahkan Singapura dengan jumlah *startup* 1.179. Selanjutnya disusul oleh Filipina, Malaysia, Thailand, Kamboja, Myanmar, Vietnam, Brunei Darussalam, Laos dan posisi terakhir ditempati oleh Timor Leste yang hanya memiliki 1 *startup* pada awal tahun 2024 (Cindy Mutia Annur, 2024a).

Sedangkan berdasarkan skala dunia dari data Databoks, situs portal data statistik ekonomi dan bisnis, Indonesia menempati peringkat keenam *startup* terbanyak, dimana posisi pertama ditempati oleh Amerika Serikat dengan jumlah *startup* 77.984 yang selanjutnya diikuti oleh India, Inggris, Kanada, dan Australia. Selain dari negara tersebut ada juga negara yang masuk jajaran top 10 *startup* terbanyak dengan skala dunia yaitu ada Jerman, Prancis, Spanyol, dan Brasil (Cindy Mutia Annur, 2024b)



Gambar 1. 13 Jumlah Startup di Negara ASEAN (11 Januari 2024)

Sumber : Databoks 2024

*Startup* merupakan perusahaan baru atau rintisan yang berkembang dengan cepat dan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan inovasi dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar. (Joobstreet tim konten, 2024). Joycurls dapat dikatakan sebagai sebuah *startup* karena memiliki kualifikasi sebagai usaha yang berjalan selama tujuh bulan yang dijalankan oleh tim kecil yang terdiri dari seorang *Chief Executive Officer* (CEO), *Chief Operating Officer* (COO), *Chief Financial Officer* (CFO), dan *Chief Marketing Officer* (CMO) yang memiliki skill dan kompetensi dari masing-masing anggota.

Selain itu JoyCurls akan selalu berkembang dan tumbuh untuk mencapai kemajuan dari rancangan ide bisnis yang inovatif. Kemampuan dalam ber-tumbuh adalah satu hal yang dapat disebut sebagai atribut yang penting dalam sebuah *startup* (Deu, 2022).

Dengan banyaknya *startup* atau usaha bisnis yang semakin bertambah di industri *fashion*, membuat JoyCurls perlu menganalisis strategi bersaing bisnis agar usaha JoyCurls semakin unggul dan banyak diminati oleh konsumen. Selain itu JoyCurls juga perlu meningkatkan manajemen strategi untuk meningkatkan keunggulan bersaing antar sesama bisnis *scrunchie* dengan menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis (Mashuri dan Nurjannah, 2020). Dengan menganalisis dengan analisis SWOT ini membantu menggali bagaimana kekuatan internal seperti kualitas produk dan proses produksi dapat dimaksimalkan serta bagaimana kelemahan seperti biaya tinggi dapat diatasi.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang dapat dilihat pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah pada tugas akhir ini adalah “Apa rancangan strategi bersaing dari *Startup* JoyCurls agar dapat meningkatkan keunggulan dari kompetitor ?”

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya maka tujuan penelitian ini yaitu merancang strategi bersaing dari *Startup* JoyCurls agar dapat meningkatkan keunggulan dari kompetitor.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berikut merupakan manfaat penulisan dari penelitian bisnis JoyCurls yaitu:

- Bagi Perusahaan

Hasil penelitian tugas akhir ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber data internal meningkatkan strategi pengembangan bisnis sehingga perusahaan dapat berkembang dan bersaing dengan kompetitor lainnya.

- Bagi Peneliti

Hasil penelitian tugas akhir ini semoga dapat menambah pemahaman yang bermanfaat dan menambah pengetahuan mengenai masalah pada bisnis. Selain itu dapat bisa dijadikan sumber referensi untuk penelitian dan tugas akhir lainnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan Skripsi**

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi pendahuluan mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan hasil tinjauan pustaka secara jelas, singkat, dan padat, yang berkaitan dengan topik serta variabel penelitian sebagai landasan dalam menyusun kerangka pemikiran dan merumuskan masalah penelitian. Tinjauan pustaka harus mencakup teori-teori yang telah mapan dan tercantum dalam buku-buku teks yang telah diterbitkan secara resmi.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat uraian tentang metode penelitian yang digunakan, dan langkah-langkah pelaksanaan penelitian secara operasional.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini dijelaskan perihal proses verifikasi dan validasi yang dilakukan atas model bisnis yang dihasilkan. Selain itu juga dilakukan evaluasi atas model bisnis usulan.

### **e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran dalam penelitian yang telah dilakukan.