

Marketing Strategy to Increase Sales in Your Next Sett Nail Art Dalung, Badung Bali

Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di *Nail Art Your Nex Set Dalung, Badung Bali*

Virginia Claudia Kaunang¹, I Wayan Ruspindi Junaedi², I Gede Deddy Rahmat³

^{1,2,3}D3 Manajemen Pemasaran, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: rispendijunaedi@undhirabali.ac.id

Article info

<p>Keywords: <i>Marketing Strategy, SWOT Analysis, Nail Design</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstract</p> <p><i>Nail art is the act of beautifying nails by applying designs, paintings, or decorations, either directly on the natural nails or using artificial nails. The benefits of nail art are not only limited to enhancing beauty but also serve as a form of self-expression for modern women, allowing them to appear more fashionable, modern, and attention-grabbing. Nail art also helps women address issues such as brittle nails, ridged nails, and even assists in quickly lengthening nails. This study was conducted with the aim of identifying marketing strategies to increase sales at Nail Art Yournexsett in Dalung, Bali. The research method used in this study is descriptive with a qualitative approach. After distributing questionnaires directly to the owner and employees of Nail Art Yournexsett, the data obtained were then processed using a SWOT analysis to determine the strengths, weaknesses, threats, and opportunities. Furthermore, an analysis of IFAS and EFAS scores was performed, followed by a comparison of both to produce alternatives through the SWOT Matrix. The results of this study indicate that marketing strategies must be consistently implemented, create advertisements that attract consumer interest, always follow the latest trends, and improve the quality of existing services.</i></p>
<p>Kata kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, <i>Nail Design</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Nail art adalah Tindakan untuk mempercantik kuku dengan memberi gambar, lukisan atau hiasan baik secara langsung maupun menggunakan kuku palsu. Manfaat Nail art bukan hanya untuk sekedar menambah kecantikan saja tetapi juga sebagai sebuah bentuk ekspresi diri seorang Wanita masa kini agar tampil lebih modis, tampak modern dan menarik perhatian. Nail art juga berguna untuk membantu Wanita mengatasi masalah seperti kuku mudah patah, bergelombang bahkan untuk memanjangkan kuku dengan cepat. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar dapat mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di Nail Art yournexsett Dalung, Bali. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil setelah menyebarkan kuisioner langsung kepada pemilik dan karyawan <i>Nail Art yournexsett</i>, data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan analisis SWOT agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada. Selanjutnya Melakukan analisis skor IFAS dan EFAS, setelah itu</p>

keduanya dibandingkan agar dapat menghasilkan alternatif lewat Matriks SWOT. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi kegiatan pemasaran harus konsisten dilakukan serta membuat iklan yang dapat menarik minat konsumen, selalu mengikuti tren yang terbaru dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang ada.

PENDAHULUAN

Perkembangan pada dunia *fashion* dan kecantikan sudah ada sejak lama, keduanya mengalami perkembangan yang pesat dan selalu menuntut tren pengembangan yang lebih baru lagi disetiap waktu. Menurut Lestari (2014), aksesoris dapat diartikan sebagai penunjang penampilan wanita dalam menunjukkan jati diri dan identitas fashionnya. Dalam penggunaan riasan kecantikan dan aksesoris ini banyak produk maupun salon yang menyediakan berbagai layanan jasa untuk menunjang sebuah penampilan yang diinginkan. Salah satu aksesoris kecantikan yang sekarang dipergunakan oleh kalangan wanita adalah seni merias kuku atau lebih dikenal dengan sebutan *nail art* (Permatasari dkk, 2024).

Nail art sekarang sangatlah berkembang pesat dari kalangan anak hingga dewasa di seluruh daerah di Indonesia dan khususnya di daerah Dalung, Badung Bali. Selain itu, perkembangan dalam berbagai dunia bisnis sangat ketat sehingga menimbulkan persaingan dalam usaha menciptakan produk dan jasa. Dampak dari adanya persaingan tersebut menimbulkan turun atau naiknya penjualan. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan harus rajin mencari strategi baru dan efektif yang memungkinkannya menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada untuk meningkatkan penjualan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan metode kuantitatif (Sugiyono, 2019). Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan penelitian lapangan (wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner), juga penelitian kepustakaan (penelitian kepustakaan (*Library Research*) yaitu penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai literatur). Selanjutnya menggunakan Teknik analisis SWOT, yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman). Tahap pengumpulan data menggunakan analisis IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analisis Summary). Tahap analisis yaitu ada Matriks Internal Eksternal (IE) dan Matriks SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada *Nail art* yournexset yang berlokasi di Jl Wayan gentug Dalung Bali. Hasil yang didapat setelah melakukan wawancara evaluasi internal (*Strength* dan *Weakness*) yaitu produk yang dimiliki nail art yournexsett yaitu kuku palsu (*fake nail*). *Fake Nail* adalah kuku palsu yang di gunakan sebagai pengganti kuku asli, penggunaannya sendiri menggunakan lem khusus yang aman untuk kuku. *Price* Pemberian harga di *Nail Art* yournextsett relatif murah atau terjangkau. Untuk harga pada design tertentu (simple/menggunakan 1 warna saja) dikenakan harga Rp.50.000-70.000, sedangkan untuk design yang sulit/*request* yang lumayan susah dikenakan harga Rp.120.000 ribu ke atas sesuai tingkat pengerjaannya. *Place* Lokasi *Nail Art* yournexsett ini cukup strategis karena

berada dekat dengan pemukiman (perumahan) masyarakat sehingga mempermudah akses langsung ke tempat *Nail* maupun saat akan melakukan *home service*. *Promotion Nail Art* yournexsett memilih untuk melakukan promosi dengan menggunakan media sosial Instagram yaitu lewat *instagram feeds*, *instagram story* dan *instagram reels*. Juga promosi lewat konsumen, yaitu memposting hasil *design nail* ke *instagram story* pribadi mereka. *People* Dalam hal ini *people* (orang) merupakan karyawan *Nail Art* yang berjumlah 2 orang yang dan pada umumnya sudah dilatih dan memiliki pengalaman atau kemampuan di bidang *Nail design*. Juga memiliki keahlian berbahasa asing minimal bahasa Inggris karena sering di dapati konsumen WNA (warga negara asing). *Proses* yaitu pelayanan yang diberikan langsung oleh karyawan *Nail* kepada konsumen yang datang langsung ke *Nail Art* yournexsett di Dalung atau layanan lewat *home service*. Proses disini yang dimaksud adalah penilaian sikap dari para karyawan kepada konsumen, sering di dapati beberapa konsumen membuat proses layanan jasa terganggu atau waktu pengerjaannya lebih lama dari yang di perkirakan. *Physical Evidence* atau tempat *Nail Art* yournexsett yaitu merupakan sebuah rumah (rumah pemilik langsung) yang diubah menjadi studio mini *Nail* yang berlokasi di Dalung.

Sedangkan hasil evaluasi eksternal (*opportunity* dan *threat*), yaitu Kondisi ekonomi di lingkungan Masyarakat di tentukan dari pekerjaan mereka. Jika lapangan pekerjaan kurang stabil maka itu juga akan berpengaruh di ekonomi mereka, imbasnya ada beberapa masyarakat yang menggunakan alasan itu dan meminta potongan harga secara langsung. Hubungan sosial *Nail Art* yournexsett dengan masyarakat sekitar sudah terjalin cukup baik dan akan tetap dipertahankan agar berdampak baik di *Nail Art* yournexsett. Dalam hubungan sosial *Nail Art* yournexsett dengan *nail art* lain tidak ingin menjadi *competitor* tapi lebih ingin menjalin relasi dengan *nail art* lain agar dapat berkoordinasi jika ada pelanggan yang ingin membuat *design* yang tidak dapat dibuat *nail art* lain bisa di berikan ke *Nail Art* yournexsett, begitu juga sebaliknya. Budaya dan kebiasaan Masyarakat yang selalu ingin mengikuti *trend fashion*, salah satunya yaitu *trend Nail Art* yang sekarang digemari di berbagai daerah, khususnya daerah Dalung. Khususnya di kalangan Wanita mulai dari remaja umur 13 tahun sampai dewasa umur 40an tahun. Keamanan disini yang dimaksud adalah ketika saat ada bencana alam (hujan, banjir dll) yang menjadi penghambat dalam pelayanan *Nail* kepada konsumen secara langsung. Persaingan yang ada antara *Nail Art* yournextsett dengan *Nail Art* lainnya sangatlah wajar, tetapi juga yang menjadi ancaman adalah banyaknya yang membuat kursus *Nail* baru dan membuka *Nail* salon sendiri dengan menawarkan harga yang miring/harga rendah. Untuk mengatasi hal tersebut *Nail Art* berusaha untuk menaikkan kualitas pelayanan dan membuat *design* yang menjadi ciri khas (*design* dengan inspirasi sendiri) agar terus menarik konsumen dan dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada sekarang.

Selanjutnya hasil table IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No	Strengths	Bobot%	Rating	Skor (B x R)
1	Variasi pilihan desain yang banyak	0,15	3	0,45
2	Harga yang terjangkau	0,18	3,7	0,66
3	Lokasi strategis yang dekat dengan pemukiman warga	0,13	2,7	0,35
4	Pengetahuan tentang layanan jasa yang di berikan cukup baik	0,14	3	0,42
5	Proses pelayanan dari awal sampai akhir yang benar	0,13	2,7	0,35

6	Alat yang digunakan lengkap dan steril	0,13	2,7	0,35
No	Weakness	Bobot%		
1	Iklan yang disajikan menarik perhatian	0,10	2,2	0,22
Total		0,96		2,8

Sumber : (Data diolah, 2023)

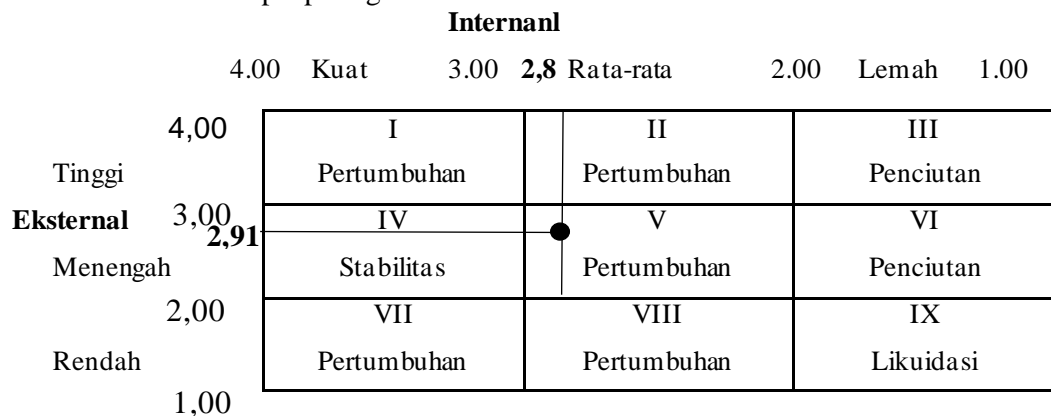
Perhitungan skor IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) diatas diperoleh hasil yaitu 2,8. Skor tersebut menunjukkan bahwa Nail Art yournexsett berada di posisi kuadran V pertumbuhan. Perhitungan skor EFAS (*External Factor Analisis Summary*) dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 2 Eksternal Factor Analisis Summary (EFAS)

No	Opportunities	Bobot	Rating	Skor (B x R)
1	Dapat memenuhi keinginan masyarakat	0,29	3,7	1,07
2	Budaya masyarakat yang selalu ingin mengikuti <i>fashion</i>	0,31	4	1,24
Threats		Bobot		
1	Lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat	0,13	1,7	0,22
2	Bencana alam yang menghambat layanan jasa	0,13	1,7	0,22
3	Persaingan dengan Nail Art lain cukup tinggi	0,11	1,5	0,16
Total		0,97		2,91

Sumber : (Data diolah, 2023)

Perhitungan skor EFAS (*External Factor Analisis Summary*) diatas mendapatkan hasil yaitu 2,91. Skor tersebut menunjukkan bahwa posisi Nail Art yournexsett berada pada posisi menengah. Berdasarkan perolehan jumlah skor IFAS dan EFAS dari *Nail Art yournexsett* yang dianalisis dan dihitung dari indikator-indikator faktor internal dan faktor eksternal di atas, maka dapat diketahui posisi Nail Art yournexsett dalam matriks IE posisi IFAS dan EFAS terdapat pada gambar 4.3



Gambar 1
Matriks Internal Eksternal (IE)

Pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa posisi *Nail Art* yournexsett berada pada Kuadran V yaitu Pertumbuhan (*Growth Strategy*).

Pada Indikator-indikator internal terdapat Kekuatan dan Kelemahan, sedangkan di Indikator-indikator eksternal terdapat Peluang dan Ancama. Tabel 4.7 terdapat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh *Nail Art* yournexsett, diperoleh matriks SWOT berikut :

Tabel 4.7 Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>Strength (s)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi pilihan desain yang banyak 2. Harga yang terjangkau 3. Lokasi strategis yang dekat dengan pemukiman warga 4. Pengetahuan tentang layanan jasa yang baik 5. Proses pelayanan yang memuaskan 6. Alat yang digunakan lengkap dan steril 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan yang disajikan kurang menarik perhatian
<p>Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat memenuhi keinginan Masyarakat 2. Budaya Masyarakat yang selalu ingin mengikuti <i>fashion</i> 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan wawasan karyawan tentang <i>Nail design</i> 2. Selalu mengikuti <i>trand Nail</i> terbaru 3. Meningkatkan layanan jasa yang ada 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat iklan yang lebih menarik dari sebelumnya
<p>Thereat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dengan <i>Nail Art</i> lain yang cukup tinggi 2. Bencana alam yang menghambat layanan jasa 3. Kurangnya lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat 	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas pelayanan 2. Meningkatkan atau menambah Sumber Daya Manusia di bidang <i>service</i> saat diperlukan 3. Melihat perkiraan cuaca saat akan menerima <i>home service</i> 	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih meningkatkan dan memperluas kegiatan pemasaran di Instagram (<i>feeds, story dan reels</i>) 2. Membuat promo pada hari-hari tertentu 3. Membuat website online secara khusus untuk berbagi informasi update dan lengkap

Sumber : Data diolah (2023)

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada *Nail art* yournexset yang berlokasi di Jl Wayan gentug Dalung Bali. Hasil yang didapat setelah melakukan wawancara evaluasi internal (*Strength* dan *Weakness*) yaitu produk yang dimiliki *nail art* yournexsett yaitu kuku palsu (*fake nail*). *Fake Nail* adalah kuku palsu yang di gunakan sebagai pengganti kuku asli, penggunaannya

sendiri menggunakan lem khusus yang aman untuk kuku. *Price* Pemberian harga di *Nail Art* yournextsett relatif murah atau terjangkau. Untuk harga pada design tertentu (simple/menggunakan 1 warna saja) dikenakan harga Rp.50.000-70.000, sedangkan untuk design yang sulit/*request* yang lumayan susah dikenakan harga Rp.120.000 ribu ke atas sesuai tingkat pengerjaannya. *Place* Lokasi *Nail Art* yournexsett ini cukup strategis karena berada dekat dengan pemukiman (perumahan) masyarakat sehingga mempermudah akses langsung ke tempat *Nail* maupun saat akan melakukan *home service*. *Promotion Nail Art* yournexsett memilih untuk melakukan promosi dengan menggunakan media sosial Instagram yaitu lewat *instagram feeds*, *instagram story* dan *instagram reels*. Juga promosi lewat konsumen, yaitu memposting hasil *design nail* ke *instagram story* pribadi mereka. *People* Dalam hal ini *people* (orang) merupakan karyawan *Nail Art* yang berjumlah 2 orang yang dan pada umumnya sudah dilatih dan memiliki pengalaman atau kemampuan di bidang *Nail design*. Juga memiliki keahlian berbahasa asing minimal bahasa Inggris karena sering di dapati konsumen WNA (warga negara asing). *Proses* yaitu pelayanan yang diberikan langsung oleh karyawan *Nail* kepada konsumen yang datang langsung ke *Nail Art* yournexsett di Dalung atau layanan lewat *home service*. Proses disini yang dimaksud adalah penilaian sikap dari para karyawan kepada konsumen, sering di dapati beberapa konsumen membuat proses layanan jasa terganggu atau waktu pengerjaannya lebih lama dari yang di perkirakan. *Physical Evidence* atau tempat *Nail Art* yournexsett yaitu merupakan sebuah ruma (rumah pemilik langsung) yang diubah menjadi studio mini *Nail* yang berlokasi di Dalung.

Sedangkan hasil evaluasi eksternal (*opportunity* dan *threat*), yaitu Kondisi ekonomi di lingkungan Masyarakat di tentukan dari pekerjaan mereka. Jika lapangan pekerjaan kurang stabil maka itu juga akan berpengaruh di ekonomi mereka, imbasnya ada beberapa masyarakat yang menggunakan alasan itu dan meminta potongan harga secara langsung. Hubungan sosial *Nail Art* yournexsett dengan masyarakat sekitar sudah terjalin cukup baik dan akan tetap dipertahankan agar berdampak baik di *Nail Art* yournexsett. Dalam hubungan sosial *Nail Art* yournexsett dengan *nail art* lain tidak ingin menjadi competitor tapi lebih ingin menjalin relasi dengan *nail art* lain agar dapat berkoordinasi jika ada pelanggan yang ingin membuat design yang tidak dapat dibuat *nail art* lain bisa di berikan ke *Nail Art* yournexsett, begitu juga sebaliknya. Budaya dan kebiasaan Masyarakat yang selalu ingin mengikuti *trend fashion*, salah satunya yaitu trend *Nail Art* yang sekarang digemari di berbagai daerah, khususnya daerah Dalung. Khususnya di kalangan Wanita mulai dari remaja umur 13 tahun sampai dewasa umur 40an tahun. Keamanan disini yang dimaksud adalah ketika saat ada bencana alam (hujan, banjir dll) yang menjadi penghambat dalam pelayanan *Nail* kepada konsumen secara langsung. Persaingan yang ada antara *Nail Art* yournextsett dengan *Nail Art* lainnya sangatlah wajar, tetapi juga yang menjadi ancaman adalah banyaknya yang membuat kursus *Nail* baru dan membuka *Nail* salon sendiri dengan menawarkan harga yang miring/harga rendah. Untuk mengatasi hal tersebut *Nail Art* berusaha untuk menaikkan kualitas pelayanan dan membuat *design* yang menjadi ciri khas (design dengan inspirasi sendiri) agar terus menarik konsumen dan dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada sekarang.

SIMPULAN

Hasil Analisis strategi SO, WO,ST,WT di peroleh hasil Strategi pemasaran *Nail Art* yournextsett yaitu :

1. Strategi SO

- a. Meningkatkan dan memperluas wawasan karyawan tentang *Nail design* dengan cara sering mengikuti pelatihan/seminar kecantikan tentang tentang *Nail design*.

- b. Selalu mengikuti *trend Nail* agar selalu siap dengan pilihan serta *request* dari para konsumen yang ada.
 - c. Meningkatkan layanan jasa dengan memberikan pelayanan yang ramah dan berkualitas agar dapat mempertahankan konsumen yang ada dan dapat menarik konsumen yang baru.
2. Strategi ST
 - a. Meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menarik minat dan perhatian para konsumen
 - b. Meningkatkan atau menambah Sumber Daya Manusia di bidang *survice* saat diperlukan agar dapat membuka lapangan pekerjaan di sekitar *Nail Art* yournexset
 - c. Melihat perkiraan cuaca terlebih dahulu sebelum akan menerima *home service* (layanan di rumah konsumen secara langsung)
3. Strategi WO
 - a. Membuat *design* iklan yang lebih menarik dari sebelumnya, serta menganalisis media apa yang lebih efektif digunakan untuk mempromosikan iklan tersebut.
 - b. Menambah pelatihan dan wawasan tentang *design* iklan agar bisa membuat iklan yang lebih menarik.
4. Strategi WT
 - a. Lebih meningkatkan dan memperluas kegiatan pemasaran lewat media sosial Instagram (*feeds, story dan reels*) maupun promosi dari mulut-kemulut para konsumen.
 - b. Membuat promo atau potongan harga pada hari-hari tertentu agar dapat merik lebih banyak konsumen yang baru dan dapat mempertahankan konsumen yang ada sekarang.
 - c. Membuat *website* secara khusus untuk berbagi informasi *update* dan lengkap mengenai *Nail Art* secara umum dan *Nail Art* yournexsett secara khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, S. B. (2014). Fashion sebagai Komunitas Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa. *RAGAM: Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14(3).
- Permatasari, C. M. I., Saputri, N., & Daniati, S. (2024). Pemanfaatan Tanaman Jagung sebagai Seni Menghias Kuku. *Garina: Jurnal Ipteks Tata Rias, dan Tata Busana*, 16(1).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.