

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis model bisnis Lamooi Beautycare, pemain baru di industri perawatan kulit yang sangat kompetitif. Meskipun mendapat pengakuan positif dari pelanggan, Lamooi Beautycare menghadapi tantangan untuk membentuk keunggulan kompetitif di tengah pasar perawatan kulit yang dinamis. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi industri perawatan kulit saat ini dan merumuskan strategi pengembangan bisnis yang meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Dalam penelitian ini, informan yang digunakan sebagai subjek penelitian adalah Perusahaan/Brand Kecantikan, yaitu Lamooi Beautycare, dengan responden, yaitu pemilik merek kecantikan yang akan diteliti, manajer. Kerangka Resource-Based View (RBV) akan digunakan untuk menganalisis faktor internal, dilengkapi dengan kerangka Five Forces Porter untuk analisis faktor eksternal. Selain itu, penelitian ini akan menggabungkan Business Model Canvas (BMC) untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis yang komprehensif. Melalui analisis ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika industri perawatan kulit, mengevaluasi faktor-faktor kritis yang memengaruhi kesuksesan Lamooi Beautycare, dan mengembangkan strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan memahami lebih baik faktor internal dan eksternal, diharapkan Lamooi Beautycare dapat mengoptimalkan potensi internalnya, memanfaatkan peluang pasar, dan menghadapi tantangan kompetitif, dengan akhirnya mewujudkan visi dan misinya sambil memperluas bisnisnya di era yang sangat kompetitif ini. Strategi yang sudah atau sedang diimplementasikan oleh pemilik Brand Lamooi Beautycare sesuai dengan sembilan elemen dalam Business Model Canvas, yaitu, Segmen Pelanggan, Proposisi Nilai, Hubungan Pelanggan, dan Sumber Daya Kunci.

Kata kunci: model bisnis, merek perawatan kulit, resource-based view, five forces porter, keunggulan kompetitif.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillahillabill'aalamin, puji syukur tiada henti-hentinya kehadiran sang Ilahi, Allah SWT. Atas berkah rahmat dan ridha-Nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir tesis ini dengan lancar. Tidak lupa sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi akhir zaman, Nabi Muhammad SAW, makhluk mulia yang syafaatnya kita nantikan kelak di Yaumul Akhir.

Banyak dukungan dan bantuan yang telah penulis terima dari berbagai pihak dalam proses penyusunan dan penyelesaian tesis ini. Melalui kesempatan ini penulis ingin menghaturkan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro;
2. Bapak Mirwan Surya Perdhana, S.E., M.M., Ph.D., selaku Kepala Program Studi Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro;
3. Bapak Dr. Susilo Toto Raharjo, S.E., M.T, selaku pembimbing tesis yang selalu memberikan dukungan pengetahuan, solusi, moril dan waktunya untuk kelancaran proses penyelesaian tugas akhir ini;
4. Bapak Dr. Harry Soesanto, M.Kes dan Bapak I Made Sukresna, S.E, Msi, Ph.D, selaku dosen penguji yang banyak memberikan masukan, sudut pandang, dan solusi demi terselesaikannya tugas akhir ini agar menjadi lebih baik;

5. Segenap jajaran Bapak Ibu Dosen di Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmunya;
6. Rekan-rekan Admisi dan Perpus Terpadu Universitas Diponegoro;
7. Kedua orang Tua, Alm Sukiswo Widodo Haryadi dan Ibu Agustina Tersayang, yang telah memberikan restu dan doanya untuk menempuh studi ini; Kakak dan adik tersayang, serta keponakan yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan moril;
8. Seluruh teman-teman MM Undip angkatan 60 kelas reguler pagi, malam dan *weekend* (Khususnya Kelas Konsentrasi Manajemen Strategi) yang tidak dapat saya sebut satu-persatu.
9. Serta para sahabat-sahabat yang tersayang yang selalu memberikan dukungan serta motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga Allah SWT membalas jasa serta budi baik bagi semua pihak yang tersurat di atas karena telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan tesis ini.

Semoga ilmu yang diperoleh penulis dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi masyarakat luas serta pihak-pihak terkait yang membutuhkan khususnya dalam pengembangan ilmu manajemen strategik. Aamin ya Robbal ‘Alamin.

Semarang, 28 Desember 202



Tiara Siska Oktavani

NIM. 12010121420173