

Nama : Elfita Pratiwi  
Kelas : 5B  
NIM : 11220251000112  
Mata Kuliah : Digital Marketing

---

### Case Study

Kamu baru saja mengikuti tes untuk menjadi seseorang marketer di Paragon Corp. Dalam tes tersebut, kamu menjalani assesment untuk menganalisis produk mereka yaitu Emina Natural Pal Series demi membuat rencana marketing compaign terbaru. Anda diminta membuat analisis SWOT dan 4C Diamond dengan lengkap.

### Analisis SWOT (Buatlah secara Kualitatif dan Kuantitatif)

Komponen	Detail
Strength	Keunggulan apa yang membedakan product tersebut dengan kompetitor
Weakness	Kelemahan atau kekurangan product yang perlu ditingkatkan
Opportunity	Peluang yang dimiliki untuk mempromosikan produk ini
Threat	Ancaman eksternal apa saja yang mungkin nantinya akan dihadapi oleh produk tersebut

### Jawaban :

#### Kasus Emina Natural Pal Series

Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kualitas produk Emina Natural Pal Series yang sudah teruji dan memiliki reputasi baik</li><li>2. Harga produk Emina Natural Pal Series yang terjangkau</li><li>3. Kemasan produk yang menarik dan</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Persaingan yang ketat</li><li>2. Varian Produk Emina Natural Pal Series yang sangat terbatas</li></ol>

informatif 4. Ketersediaan produk yang Luas	
<b>Opportunity (Peluang)</b>	<b>Threat (Ancaman)</b>
1. Kolaborasi dengan Influencer 2. Tren perawatan kulit yang semakin populer di kalangan remaja 3. Pengembangan produk baru	1. Munculnya merek baru dengan inovasi yang lebih menarik 2. Perubahan perilaku konsumen

## Pendekatan dalam analisis SWOT

### 1. Pendekatan Kualitatif Matriks SWOT

#### Matriks Analisis SWOT

<b>Eksternal</b>	<b>Kekuatan (Strength)</b>	<b>(Kelemahan (Weakness))</b>
	1. Kualitas produk yang sudah teruji dan memiliki reputasi baik 2. Harga produk yang terjangkau 3. Kemasan produk yang menarik 4. Ketersediaan produk yang luas	1. Persaingan yang Ketat 2. Varian produk yang sangat terbatas
<b>Internal</b>		
<b>Peluang (Opportunity)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
1. Kolaborasi dengan Influencer 2. Tren perawatan kulit yang semakin populer	Emina memberikan kualitas produk yang sudah teruji dan harga yang sangat terjangkau sehingga tren perawatan kulit di kalangan remaja semakin populer. Dengan memiliki	Dengan adanya peluang kolaborasi dengan Influencer menjadikan produk ini memiliki persaingan yang ketat. Meskipun varian produk

<p>di kalangan remaja</p> <p>3. Pengembangan produk baru</p>	<p>kemasan produk yang menarik sehingga para influencer ikut berkolaborasi dengan produk ini. Emina secara rutin meluncurkan produk baru menjadikan ketersediaan produk yang luas dan mudah ditemukan di berbagai toko kosmetik dan e-commerce.</p>	<p>yang sangat terbatas tetapi Emina selalu meluncurkan pengembangan produk baru sehingga tidak mengurangi tren perawatan yang semakin populer di kalangan remaja.</p>
<p><b>Ancaman (Threat)</b></p> <p>1. Munculnya merek baru dengan inovasi yang lebih menarik</p> <p>2. Perubahan perilaku konsumen</p>	<p><b>Strategi ST</b></p> <p>Emina selalu memberikan kualitas produk yang sudah teruji dan harga produk yang sangat terjangkau walaupun terdapat munculnya merek baru dengan inovasi yang lebih menarik. Dengan memiliki kemasan produk yang menarik dan ketersediaan produk yang luas maka tidak akan terjadinya perubahan perilaku konsumen yang dapat mengurangi produk penjualan.</p>	<p><b>Strategi WT</b></p> <p>Meskipun adanya persaingan yang sangat ketat maka, Emina harus memunculkan produk baru dengan inovasi yang lebih menarik. Walaupun varian produk yang sangat terbatas tetapi tidak memengaruhi perubahan perilaku konsumen.</p>

## 2. Pendekatan Kuantitatif Matriks SWOT

**Tabel IFAS**

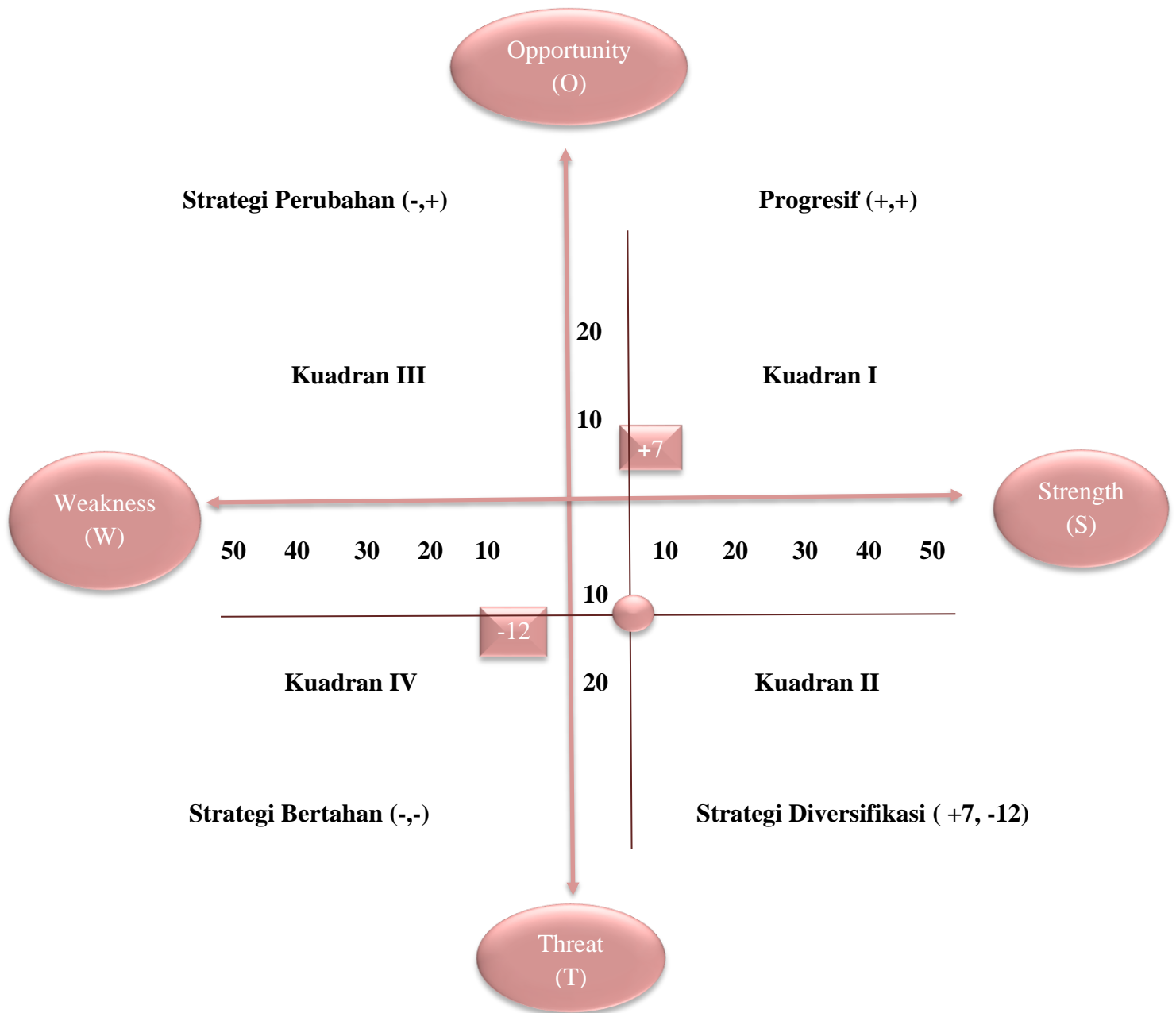
<b>No</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Skor (1-10)</b>	<b>Bobot (1-4)</b>	<b>Total</b>
1.	Kualitas produk yang sudah teruji dan memiliki reputasi baik	9	1	9
2.	Harga produk yang terjangkau	8	1	8
3.	Kemasan produk yang menarik	9	1	9
4.	Ketersediaan produk yang luas	7	1	7
	<b>Total Kekuatan :</b>		4	33
<b>No</b>	<b>Kelemahan</b>	<b>Skor (1-10)</b>	<b>Bobot (1-4)</b>	<b>Total</b>
1.	Persaingan yang Ketat	7	2	14
2.	Varian produk yang sangat terbatas	6	2	12
	<b>Total Kelemahan :</b>		4	26

Selisih total kekuatan - total kelemahan = S - W = X,  $33 - 26 = 7$

**Tabel EFAS**

<b>No</b>	<b>Peluang</b>	<b>Skor (1-10)</b>	<b>Bobot (1-4)</b>	<b>Total</b>
1.	Kolaborasi dengan Influencer	6	2	12
2.	Tren perawatan kulit yang semakin populer di kalangan remaja	6	1	6
3.	Pengembangan produk baru	6	1	6
	<b>Total Peluang:</b>		4	24
<b>No</b>	<b>Ancaman</b>	<b>Skor (1-10)</b>	<b>Bobot (1-4)</b>	<b>Total</b>
1.	Munculnya merek baru dengan inovasi yang lebih menarik	9	2	18
2.	Perubahan perilaku konsumen	9	2	18
	<b>Total Ancaman :</b>		4	36

Selisih total peluang - total ancaman= O - T = Y, 24 - 36 = -12



### Strategi Diversifikasi

Emina selalu memberikan kualitas produk yang sudah teruji dan harga produk yang sangat terjangkau walaupun terdapat munculnya merek baru dengan inovasi yang lebih menarik. Dengan memiliki kemasan produk yang menarik dan ketersediaan produk yang luas maka tidak akan terjadinya perubahan perilaku konsumen yang dapat mengurangi produk penjualan.

### Analisis 4C Diamond

Elemen	Detail
Company	Analisa tentang benefit dan keunggulan dari produk ini
Customer	Tentukan target market yang akan kita tuju secara spesifik
Competitor	Apakah ada produk yang serupa? Analisis kelebihan dan kekurangan produk kompetitor yang ada
Change	Jelaskan trend yang sedang berkembang tentang produk ini: kenapa orang memakainya? dimana orang mencari dan mempromosikannya

#### Jawaban :

- 1. Company (Perusahaan) :** Emina Natural Pal Series di kenal karena menjadi merek perawatan kulit alami yang paling digemari remaja di Indonesia serta menyediakan produk perawatan kulit alami yang berkualitas, terjangkau, dan sesuai dengan kebutuhan kulit remaja. Memiliki keunggulan, yaitu : formula alami, harga terjangkau, kemasan menarik, dan jangkauan distribusi yang luas.
- 2. Customer (Pelanggan) :** Target Market Emina Natural Pal Series yaitu remaja perempuan berusia 13-20 tahun yang peduli dengan kesehatan kulit dan penampilan, serta mencari produk alami dengan harga yang sangat terjangkau.
- 3. Competitor (Kompetitor) :** Terdapat banyak produk yang serupa dengan Emina Natural Pal Series di pasaran. Persaingan di industri skincare, terutama untuk segmen remaja, sangat ketat. Misalnya pada produk brand yang bernama “Wardah” merek ini seringkali dianggap sebagai pemimpin pasar dalam hal inovasi produk dan jangkauan distribusi. Terdapat kelebihan dari produk wardah yaitu formula ringan, varian produk lengkap, distribusi luas. Sedangkan, kekurangannya yaitu harga cenderung lebih tinggi dan kurang fokus pada bahan alami.
- 4. Change (Perubahan) :** Tren yang saat ini sedang berkembang yaitu tren kecantikan dengan bahan alami yang mengutamakan kulit sehat dan bercahaya semakin diminati.

Skincare pemula untuk remaja dari Emina ini menggunakan kacang polong sebagai bahan dasar utama produknya. Kenapa orang memakainya? Karena terpengaruh oleh media sosial dan banyak beauty influencer yang merekomendasikan Emina Natural Pal Series, sehingga produk ini semakin dikenal dan dipercaya oleh remaja. Produk ini bisa di cari dan mempromosikannya lewat media sosial, seperti: Instagram, Tiktok, Youtube atau dapat juga lewat E-commerce: Shopee, Lazada, Tokopedia.