

Analisis Strategi Bisnis Galeri Didik *Wedding* Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) Dan SWOT

Tsania Mahfudloh¹, Denny Kurniawati², Luhur Pembudi Herdanarpatti³

^{1,2,3)} Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi POMOSDA, Nganjuk
e-mail : ¹tsaniahyun3@gmail.com, ²de.kurniawati@gmail.com, ³geodhanar78@gmail.com

Abstract

Galeri Didik Wedding, a 20-year-old makeup service business, operates in Talun-Rejoso with one branch on Jalan Barito Nganjuk. The company faces challenges and intense competition, so it aims to enhance its competitiveness through effective business models and new strategies. This research analyzes Galeri Didik Wedding's strategies using the Business Model Canvas (BMC) and SWOT approaches. The study employs various data collection techniques, including observation, interviews, questionnaires, and literature studies. The results indicate that all nine elements of the Business Model Canvas are fulfilled, with an IFAS value of 1.535 and an EFAS value of 0.724. The SWOT analysis places Galeri Didik Wedding in quadrant 1, suggesting a "Growth Oriented Strategy" that requires an aggressive approach. The implementation of these strategies provides improvement recommendations for the nine Business Model Canvas elements, leading to the identification of relevant SO (Strengths-Opportunities), WO (Weaknesses-Opportunities), ST (Strengths-Threats), and WT (Weaknesses-Threats) strategies. These findings enable Galeri Didik Wedding to make informed choices while implementing marketing strategies.

Keywords: Business Model Canvas (BMC), SWOT, IFAS, EFAS, Aggressive, Didik Wedding

Abstrak

Galeri Didik Wedding merupakan usaha layanan jasa makeup yang sudah berumur 20 tahun, layanan yang diberikan seperti makeup, acara pernikahan, karnaval dan lain lain. Lokasi utama Galeri Didik Wedding beralamat di Talun-Rejoso dan hanya mempunya 1 cabang di Jalan Barito Nganjuk. Dalam perjalanan membangun bisnisnya Galeri Didik wedding mengalami tantangan dan persaingan yang tinggi dari *competitor*, karena itu perlu adanya model bisnis yang tepat dan strategi baru untuk dapat meningkatkan daya saing dalam pemasaran layanannya. Adanya penelitian ini yaitu berfokus dalam menganalisis strategi bisnis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT. Menggunakan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi literatur dengan hasil yang sudah memnuhi aspek 9 elemen *Business Model Canvas* dengan nilai IFAS diangka 1,535 dan EFAS diangka 0,724 kuadran SWOT yang berada pada kuadran 1 yaitu "Growth Oriented Strategy" yang memerlukan strategi agresif. Dengan hasil implementasi yang menunjukan rekomendasi perbaikan dari 9 elemen *Business Model Canvas* dan strategi dari SO,WO,ST,WT yang dihasilkan dapat menjadikan pilihan solutif dalam menerapkan strategi pemasaran di Galeri Didik Wedding.

Kata Kunci : *Business Model Canvas* (BMC), SWOT, IFAS, EFAS, Agresif

Pendahuluan

Pertumbuhan bisnis di Indonesia, khususnya di sektor jasa, terus mengalami peningkatan yang signifikan. Salah satu bidang jasa yang sedang diminati masyarakat adalah tata rias atau *Makeup Artist* (MUA). MUA berfokus pada meningkatkan estetika wajah melalui teknik riasan. Berdasarkan data dari Hello Beauty, pada tahun 2019 terdapat sekitar 6.000 MUA yang menawarkan jasanya melalui Instagram. Angka ini meningkat pesat, dan pada tahun 2021 lebih dari 10.000 penyedia layanan kecantikan, termasuk MUA, beroperasi di 35 kota di seluruh Indonesia. (Safira et al., 2021)

Persaingan di industri jasa tata rias (MUA) sangat ketat, sehingga diperlukan strategi bisnis yang efektif untuk menciptakan kesan unik dan menarik bagi pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan analisis bisnis yang mendalam. Salah satu alat yang dapat digunakan adalah

Business Model Canvas (BMC), yaitu kerangka kerja yang menyajikan model bisnis dalam format visual berupa kanvas untuk memudahkan pemahaman dan analisis. BMC memungkinkan pengguna untuk menjelaskan, memvisualisasikan, mengevaluasi, dan mengubah model bisnis agar mencapai kinerja yang optimal. Selain itu, analisis SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi, sekaligus memaksimalkan keunggulan dan peluang yang tersedia. Kombinasi antara analisis SWOT dan pemetaan menggunakan BMC dapat membantu menciptakan strategi bisnis yang lebih terstruktur dan efektif.

Didik Wedding adalah sebuah usaha jasa yang menyediakan layanan tata rias, acara pernikahan, serta berbagai kebutuhan kecantikan sesuai dengan keinginan pelanggan. Di Nganjuk, Didik Wedding dikenal luas sebagai salah satu MUA yang telah lama beroperasi dalam bidang ini. Namun, galeri Didik Wedding kerap menghadapi masalah berupa berpalingnya pelanggan, yang menganggap bahwa layanan yang ditawarkan memiliki harga yang relatif tinggi. Oleh karena itu, diperlukan analisis dan evaluasi model bisnis Didik Wedding untuk memahami gambaran bisnis secara menyeluruh, mengidentifikasi peluang yang ada, serta menyusun strategi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Melalui evaluasi ini, perusahaan diharapkan dapat memperbaiki aliran pendapatan, memperkuat daya saing, dan menyampaikan nilai-nilai perusahaan kepada konsumen dengan lebih efektif.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu dilakukan penelitian tentang strategi bisnis di Galeri Didik Wedding dengan menggunakan pendekatan *Business Model canvas* (BMC) dan SWOT.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, di mana peneliti berperan dalam menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, mengumpulkan data, menilai kualitas data, menafsirkan hasil, dan menarik kesimpulan dari temuan yang diperoleh. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara rinci dan mendalam. Data dalam penelitian kualitatif berbentuk deskripsi, yang umumnya berupa kata-kata, gambar, atau rekaman yang mendukung analisis dan pemahaman terhadap objek yang diteliti.

Analisis Data

Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas terbagi menjadi 9 komponen utama, dan dipisahkan lagi menjadi komponen kanan (sisi kreatif) dan sisi kiri (sisi logik) dengan 9 elemen yang terdiri dari *customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key activities, key partner, key resources, cost structure*.

Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan model bisnis dan menjelaskan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Dikenal sebagai Business Model Generation, BMC merupakan alat yang membantu pelaku usaha untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan akurat mengenai bentuk bisnis yang sedang atau akan dijalankan. Metode ini menyederhanakan konsep bisnis yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami, dengan menampilkan rencana bisnis dalam satu kanvas yang berisi sembilan elemen kunci. Elemen-elemen tersebut saling terintegrasi dan mencakup analisis strategi baik secara internal maupun eksternal perusahaan. (Zulfi, 2021). *Business Model Canvas* memiliki 9 elemen yang terdiri dari *customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key activities, key partner, key resources, cost structure*.

SWOT

Data yang telah dijadikan satu kemudian akan diolah serta dianalisis secara deskriptif dengan memakai alat analisis SWOT yang dapat disebut juga analisis kualitatif yang akan dilakukan dengan cara mengkaji faktor-faktor *internal* serta *eksternal*. Sebagai bentuk analisis deskriptif, SWOT memberikan gambaran menyeluruh tentang situasi atau kondisi yang sedang dihadapi organisasi, dengan mempertimbangkan berbagai faktor sebagai masukan strategis.

Analisis ini bertujuan untuk memahami posisi saat ini atau tantangan yang mungkin muncul, sehingga organisasi dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta meminimalkan dampak dari kelemahan dan ancaman yang ada. Dengan fokus pada pengelolaan elemen-elemen tersebut, pendekatan dengan menghubungkan elemen internal, yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), dengan elemen eksternal, yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). analisis SWOT membantu organisasi mengembangkan strategi yang lebih efektif dan adaptif terhadap kondisi yang ada Rangkuti dalam (Badru et al., 2020).

Bisnis Jasa

Bisnis jasa merupakan jenis usaha yang menjual dan menawarkan layanan sebagai produk utamanya. Layanan tersebut dapat berupa penjualan kemampuan, pengetahuan, atau keahlian di bidang tertentu. Saat ini, bisnis jasa menjadi tren yang semakin berkembang, karena banyak individu yang telah bekerja tetapi ingin memiliki pekerjaan sampingan dengan menawarkan jasa sesuai dengan keahlian mereka. (Jordhi, 2021).

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis strategi pemasaran menggunakan *metode Business Model Canvas* dan SWOT pada Galeri Didik Wedding, strategi agresif diperlukan untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mengasah keterampilan melalui saluran-saluran yang ada dalam proses pencapaian hasil layanan. Berikut adalah beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada Galeri Didik Wedding untuk memperkuat strategi pemasaran dan meningkatkan kinerja melalui kedua metode ini:

Tabel 1 Elemen Business Model Canvas (BMC) Galeri Didik Wedding

<i>Key Partner</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segment</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Vendor pendukung (<i>wedding organizer, mc, fotografer atau vidiografer dll</i>) • Pekerja <i>freelance</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran digital • Pemasaran konten 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai karakter dan ciri khas <i>makeup</i> • Busana dan aksesoris yang berkualitas • Layanan gratis dan fleksibel 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultasi gratis • Pelayanan yang cepat dan ramah 	<ul style="list-style-type: none"> • Calon pengantin • Berbagai layanan <i>makeup</i> • Layanan persewaan kebaya
<i>Key Resource</i>		<i>Channels</i>		
		<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial (instagram, tiktok, facebook) • Event Festival Wedding 		
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Stream</i>		
<ul style="list-style-type: none"> • Gaji karyawan • Biaya pemeliharaan • Biaya produk <i>makeup</i> • Listrik, wifi, dll • Busana dan asesoris 		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Makeup</i> • Persewaan kebaya dan asesoris • Persewaan dekor 		

Tabel 2 Elemen Rekomendasi Business Model Canvas (BMC)

Key Partner	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
<ul style="list-style-type: none"> • Vendor pendukung (<i>wedding organizer, mc, fotografer atau vidiografer dll</i>) • Pekerja <i>freelance</i> • Gabungan kelompok perias Nganjuk • Anak magang 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran digital • Pemasaran konten • Berpatisipasi dalam pameran • Peningkatan skill 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai karakter khas <i>makeup</i> • Busana dan aksesoris yang berkualitas • Layanan gratis dan fleksibel • Konten yang menarik • Layanan premium 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultasi gratis • Pelayanan yang cepat dan ramah • Support pasca acara • Program loyalitas dan rewards 	<ul style="list-style-type: none"> • Calon pengantin • Berbagai layanan <i>makeup</i> • Layanan persewaan kebaya • Calon pengantin dengan anggaran lebih
	Key Resource			Channels
	<ul style="list-style-type: none"> • Sumber daya manusia • Teknologi • Skill • Tim profesional • Jaringan vendor terpercaya 			<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial (instagram, tiktok, facebook) • Event Festival <i>Wedding</i> • Website profil
				Revenue Stream
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Makeup</i> • Persewaan kebaya dan asesoris • Persewaan dekor • Paket premium • Komisi vendor 	
	Cost Structure			
	<ul style="list-style-type: none"> • Gaji karyawan • Biaya pemeliharaan • Biaya produk <i>makeup</i> • Listrik, wifi, dll • Busana dan asesoris • Biaya langganan aplikasi pengeditan 			

Tabel 3 Internal Factor Evaluation

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL (KEKUATAN)	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
1. Karyawan ramah dan sopan	104	0,12	3,4	0,408
2. Galeri memberikan paket dengan anggaran dan kualitas yang sesuai	106	0,13	3,5	0,455
3. Suasana galeri nyaman dan bersih	104	0,12	3,4	0,408
4. Makeup, baju dan sesoris bersih dan wangi	103	0,12	3,4	0,408
5. Transaksi yang digunakan mudah dan nyaman	106	0,13	3,5	0,455
TOTAL	523	0,62		2,134
FAKTOR-FAKTOR INTERNAL (KELEMAHAN)	Jumlah	Bobot	Rating	skor
1. Layanan yang diberikan tidak sesuai dengan permintaan	51	0,06	1,7	0,102
2. Anggaran yang ditawarkan terlalu tinggi dan tidak sesuai kualitas	62	0,07	2,0	0,140
3. Pelayanan yang lambat dan tidak ramah	53	0,06	1,7	0,102
4. Lokasi galeri yang jauh	64	0,07	2,1	0,147
5. Transaksi yang digunakan berbelit-belit dan tidak nyaman	54	0,06	1,8	0,108
TOTAL	284	0,32		0,599
TOTAL KEKUATAN DAN KELEMAHAN	807	0,94		2,733

Keterangan :

- Total IFE didapat dari total jumlah jawaban 30 dari faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Perhitungannya adalah total kekuatan dan kelemahan = 807
- Perhitungan bobot untuk faktor kekuatan pada nomor 1 didapat dari total jawaban 30 responden dibagi dengan total IFE perhitungannya adalah sebagai berikut

$$Bobot = \frac{104}{807} = 0,12$$
 Untuk Total bobot IFE harus sama dengan 1,00
 Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai bobot untuk faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Galeri Didik Wedding.
- Perhitungan rating untuk kekuatan pada nomor 1 didapat dari total jumlah jawaban 30 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungan sebagai berikut

$$Rating = \frac{104}{30} = 3,4$$
 Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai rating untuk faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Galeri Didik Wedding.
- Perhitungan Skor di peroleh dari Bobot x Rating pada halaman selanjutnya

Tabel 4 External Factor Evaluation

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL (PELUANG)	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
1. Mengadakan promo dan diskon	96	0,12	3,2	0,384
2. Pelayanan dengan lebih dari 1 lokasi	91	0,11	3,0	0,33
3. Berlangganan	89	0,11	2,9	0,319
4. Berkolaborasi dengan vendor lain	98	0,12	3,2	0,384
5. Platform testimoni	93	0,11	3,1	0,341
TOTAL	459	0,57		1,758

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL (ANCAMAN)	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
1. Pesaing yang lebih bagus	86	0,11	2,8	0,308
2. Layanan serupa dengan anggaran yang lebih terjangkau	84	0,10	2,8	0,28
3. Komentar dan testimoni yang tidak bagus	66	0,08	2,2	0,176
4. Trend wedding sederhana	82	0,10	2,7	0,27
TOTAL	321	0,39		1,034
TOTAL KEKUATAN DAN KELEMAHAN	780	0,96		2,792

Keterangan :

- a. Total EFE didapat dari total jumlah jawaban 30 responden dari faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Perhitungannya adalah total peluang + ancaman = 459 + 321 = 780
- b. Perhitungan bobot untuk faktor kekuatan pada nomor 1 didapat dari total jawaban 30 responden dibagi dengan total EFE perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$Bobot = \frac{96}{780} = 0,384$$

Untuk Total bobot EFE harus sama dengan 1,00

Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai bobot untuk faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Galeri Didik Wedding

- c. Perhitungan rating untuk kekuatan pada nomor 1 didapat dari total jumlah jawaban 30 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungan sebagai berikut :

$$Rating = \frac{95}{30} = 3,2$$

Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai rating untuk faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Galeri Didik Wedding

- d. Perhitungan Skor diperoleh dari Bobot x rating.

Dari analisis tersebut dapat di ketahui jumlah nilai dari IFE (*Internal factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) yang akan digunakan dalam pembuatan diagram analisis SWOT pada Galeri Didik Wedding :

Mencari titik X = kekuatan - kelemahan

Total Skor Kekuatan = 2,134

Total Skor Kelemahan = 0,599 – 1,535

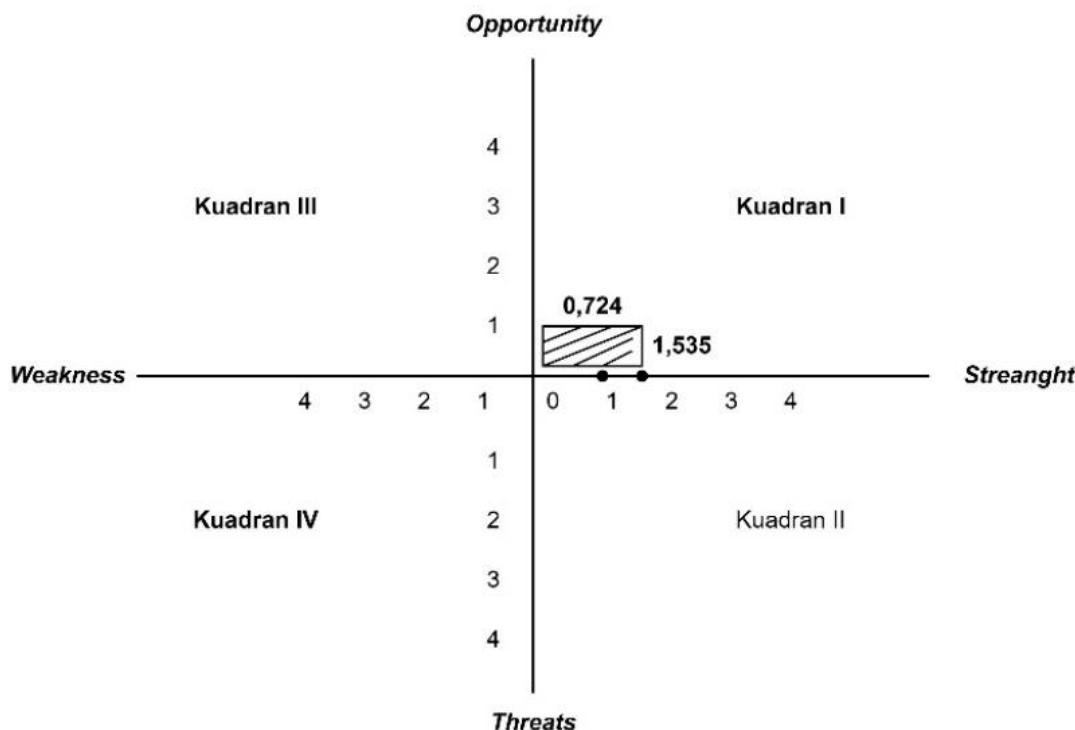
Mencari Y = peluang - ancaman

Total Skor Peluang = 1,758

Total Skor Ancman = 1,034 – 0,724

Matrix Kuadran SWOT

Dari hasil perhitungan yang di dapatkan nilai IFAS dan EFAS, maka dapat diketahui titik gradient nilai SWOT pada Galeri Didik Wedding nilai **1,535** dan **0,724** sebagai berikut:



Gambar 1 Diagram Karterius

Dari hasil perhitungan nilai IFAS dan EFAS yang didapat, posisi Galeri Didik *Wedding* terletak pada kuadran 1 yang menandakan bahwa Galeri Didik *Wedding* mengalami situasi bisnis yang progresif dan situasi bisnis yang sangat menguntungkan dalam jangka panjang. Galeri Didik *Wedding* memiliki peluang dan kekuatan yang dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan strategi agresif yang artinya memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal atau disebut juga *Growth Oriented Strategy*.

Tabel 5 IFAS EFAS

	STRENGHT	WEAKNESS
1. Karyawan Galeri ramah dan sopan	1. Layanan tidak sesuai dengan permintaan	
2. Anggaran yang ditawarkan sesuai dengan kualitas	2. Anggaran yang ditawarkan terlalu tinggi dan tidak sesuai kualitas	
3. Galeri yang bersih dan wangi	3. Pelayanan yang lambat dan tidak ramah	
4. <i>Makeup</i> , baju dan aksesoris bersih dan wangi	4. Lokasi galeri yang jauh	
5. Transaksi yang digunakan mudah dan nyaman	5. Transaksi yang digunakan berbelit-belit dan tidak nyaman	
OPPORTUNITY	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Pengadaan promo dan diskon	1. Meningkatkan dan mempertahankan layanan lebih ramah dan sopan	1. Membuat sistem manajemen yang terstruktur
2. Pelayanan dengan lebih dari 1 lokasi	2. Terus meningkatkan branding dengan kulitas yang tinggi	2. Mengedukasi pelayanan dengan mengutamakan kualitas
3. Berlangganan	3. Meningkat suasana galeri yang bersih dan nyaman	3. Meningkatkan skill karyawan
4. Berkolaborasi dengan vendor lain	4. Selalu upgrade kebaya dan skill <i>makeup</i>	4. Mengaktifkan galeri cabang ke 2
5. Pralftom terstimoni		

		5. Mempertahankan transaksi yang mudah dan amanah	5. Meningkatkan kekompakkan dan kerjasama dalam mengelola usaha.
THREAT	Strategi S-T	Strategi W-T	
1. Pesaing yang lebih bagus 2. Layanan serupa dengan anggaran yang lebih terjangkau 3. Komentar dan testimoni yang tidak bagus 4. Tren pernikahan secara sederhana	1. Menjaga kualitas dan pelayanan agar selalu baik 2. Mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan 3. Meningkatkan estetika media sosial agar lebih menarik 4. Mengedukasi para pengantin dengan konten yang berkualitas	1. Meningkatkan skill makeup 2. Melakukan promosi dengan meningkatkan value dan branding 3. Penataan galeri yang nyaman 4. Mengadakan diskon dan promo	

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan di bab-bab sebelumnya mengenai analisis strategi menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT pada studi kasus Galeri Didik *Wedding* maka peneliti memberikan kesimpulan. Secara keseluruhan, Galeri Didik *Wedding* telah membangun model bisnis yang solid dengan memanfaatkan kekuatan kekompakkan tim, kualitas layanan yang tinggi dan kemitraan yang bagus. Dengan hasil yang sudah memenuhi aspek 9 elemen *Business Model Canvas* dengan nilai IFAS diangka 1,535 dan EFAS diangka 0,724 kuadran SWOT yang berada pada kuadran 1 yaitu “*Growth Oriented Strategy*” yang memerlukan strategi agresif. Dengan hasil implementasi yang menunjukkan rekomendasi perbaikan dari 9 elemen *Business Model Canvas* dan strategi dari SO,WO,ST,WT yang dihasilkan dapat menjadikan pilihan solutif dalam menerapkan strategi pemasaran di Galeri Didik *Wedding*. Meskipun menghadapi beberapa tantangan dengan biaya operasional dan layanan yang cukup tinggi, peluang yang ada di pasar pernikahan dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keuntungan. Melalui penerapan strategi berbasis *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT , Galeri Didik *Wedding* memiliki potensi untuk terus tumbuh dan berinovasi dengan menerapkan strategi agresif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Galeri Didik *Wedding*, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan usaha ke depan

1. Pendaftaran izin usaha
2. Peningkatan pemasaran digital dan luar kota
3. Peningkatan skill sumber daya manusia

Daftar Pustaka

- Badru, M., Pudyansih, R., & Akramiah, N. (2020). Analisis Swot Dalam Bauran Pemasaran Pada Toko Melati Kota Pasuruan. *Jurnal EMA*, 4(2), 62–69.
<https://doi.org/10.47335/ema.v4i2.39>
- Jordhi. (2021). *Peluang Usaha Bisnis Jasa. Peluang Bisnis Jasa.*
<https://www.mokapos.com/blog/bisnis-jasa>
- Safira, A. N., Dwiyanti, S., Megasari, D. S., & Puspitorini, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Makeup Artist (MUA) Hits Di Indonesia dalam Menjalankan Usaha Di Bidang Jasa Makeup. *E-Jurnal, Volume 10*, 165–176.
- Zulfi, I. (2021). *Analisa Business Model Canvas (Bmc) Pada Industri Pengolahan Keripik Nenas Di Desa Kualu Nenas.*