BABIX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

RINGKASAN A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1 Konsep bisnis

Toko Kosmetik Hey Pretty Shop adalah sebuah toko online dan juga offline yang menjual berbagai macam produk kosmetik lokal dan produk kosmetik dari Korea Selatan. Produk kosmetik yang dijual seperti: pensil alis, lipstik, eye liner, bedak, eye shadow, BB cream, dan lain-lain. Toko Kosmetik Hey Pretty Shop menjual produk original merek kosmetik lokal dan Korea Selatan. Toko Kosmetik Hey Pretty Shop mengambil produk-produk tersebut dari supplier.

Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* memberikan produk yang original dan berkualitas, memberikan pelayanan, keramahan, dan juga konsultasi kepada konsumen agar konsumen merasa puas, senang, dan juga melakukan pembelian berulang kali kepada Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop*.

Visi dan Misi

Visi Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* adalah menjadi toko kosmetika yang menyediakan produk kosmetik lokal dan Korea Selatan yang berkualitas, asli, bermanfaat bagi konsumen, dan memberikan kepuasaan kepada konsumen sehingga konsumen menjadi loyal.

Misi dari Toko Kosmetik Hey Pretty Shop yaitu:

- 1. Menyediakan produk kosmetika yang berkualitas dan asli
- 2. Memberikan pelayanan terbaik dan mengesankan untuk setiap konsumen
- 3. Memberikan harga yang relatif terjangkau

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Memberikan informasi seperti konsultasi yang berguna bagi kosumen tentang

kosmetik (\cap)

5. Menjaga Menjaga kerapian dan kebersihan toko kosmetik

IBI KKG Toko Kosmetik Hey Pretty Shop menjual produk kosmetik dari lokal dan Korea

Selatan, seperti : bedak, eye shadow, eye liner, pensil alis, BB Cream, maskara,

masker wajah, lipstik, concealer, dan blush on.

(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Persaingan

Toko Kosmetik Hey Pretty Shop mempunyai pesaing yaitu Toko Beranda

Kosmetik dan Kosmetik Family Jaya. Dalam analisis CPM, Toko Kosmetik Hey

Pretty Shop berada diposisi ke dua diantara tiga karena Toko Kosmetik Hey Pretty

Shop masih belum dikenal oleh masyarakat sehingga selanjutnya diperlukan

pemasaran agar dikenal banyak orang.

Target dan ukuran pasar

Target pasar Toko Kosmetik Hey Pretty Shop adalah wanita-wanita Asia,

khususnya Indonesia yang berusia remaja hingga lansia. Dan juga yang bekerja

sebagai Make Up Artist dapat menjadi peluang untuk saling bekerjasama dengan

Toko Kosmetik Hey Pretty Shop, serta orang-orang yang ingin memberikan

kado/hadiah berupa kosmetik dapat dijadikan target oleh Toko Kosmetik Hey

Pretty Shop.

114

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Strategi pemasaran

Alat-alat promosi yang digunakan oleh Toko Kosmetik Hey Pretty Shop Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk kosmetiknya:

Media Sosial

Toko Kosmetik Hey Pretty Shop menggunakan media sosial sebagai wadah untuk berjualan secara online. Toko Kosmetik Hey Pretty Shop memasarkan produknya melalui sosial media berupa Facebook, Instragram, dan Line.

Brosur

Brosur akan disebarkan didaerah sekitar depan Koja Trade Mall.

Diskon

Diskon pada Toko Kosmetik Hey Pretty Shop dilakukan pada setiap tahun selama bulan Januari yaitu sebesar 5%.

Mulut ke Mulut

Promosi dari mulut ke mulut merupakan salah satu cara yang efisien karena selain memberikan kesan seperti testimoni produk, penulis juga tidak perlu mengeluarkan biaya lagi.

Tim manajemen

Institut Bispis dan Informatika Kwik Kian Gie Struktur organisasi terdiri dari 4 orang, 1 orang pemilik yang juga selaku manager, lalu ada 1 orang kasir dan 2 orang penjaga toko.

Kelayakan Keuangan

Berikut ringkasan kelayakan keuangan Toko Kosmetik Hey Pretty Shop:

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tabel 9.1

🖳 Kesimpulan Kelayakan Investasi Toko Kosmetik Hey Pretty Shop

ė,	Instrumen	Hasil Analisis	Batasan Minimal	Keterangan
cipta	Analisis			
3.	BEP	Penjualan > Nilai	Penjualan Per tahun > BEP	Layak
E E		BEP	Per tahun	
<u>B</u>	NDV	· 0	D= 72 260 076 91	T arraly
KKG	NPV	> 0	Rp 73.360.076,81	Layak
(Insti	IRR	>12,03%	27,53%	Layak
tut B	PP	< 5 Tahun	3 tahun 29 hari	Layak

Sumber: Toko Kosmetik Hey Pretty Shop

Hasil analisis pada tabel 9.1 diatas, usaha Toko Kosmetik Hey Pretty Shop

dan In layak untuk dijalankan untuk menjalankan usaha.

Rekomendasi Visibilitas Usaha Toko Kosmetik Hey Pretty Shop masih perlu dimaksimalkan, terutama untuk varian produk dan menggencarkan pemasarannya agar dapat berjalan maju dan berkembang. Varian produk diperbanyak mulai dari warna, bahan alami, halal, dan 鮯 againya sehingga semua wanita bisa menggunakan kosmetik tersebut. Karena 🏟ko Kosmetik Hey Pretty Shop terbilang baru, maka dari itu pemasaran juga perlu dencarkan agar banyak masyarakat yang mengenal toko kosmetik *Hey Pretty Shop*.

Toko kosmetik Hey Pretty Shop juga harus mengedepankan kepuasan konsumen, dengan cara melayani dengan ramah dan memberikan kenyamanan saat Erbelanja sehingga konsumen senang dan berbelanja berulang kali. Penambahan mbduk juga dilakukan seiring berjalannya waktu dan banyaknya permintaan dari kensumen.