KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENDIRIAN USAHA KOSMETIK *HEY PRETTY SHOP* DI KOJA TRADE MALL, JAKARTA UTARA

Sherlie
Mahasiswi S1 Ilmu Administrasi Bisnis
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Leonardus Saiman, Drs., M.Sc.
Dosen Pembimbing I
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRAK

Usaha Kosmetik *Hey Pretty Shop* adalah sebuah usaha/toko yang bergerak dalam bidang kecantikan. *Hey Pretty Shop* menjual produknya secara *online* dan *offline*. *Online* akan ditawarkan melalui media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, dan line. Sedangkan toko *offline*-nya terletak di Koja Trade Mall, Jalan Kramat Jaya, Koja, Jakarta Utara.

Usaha kosmetik ini mempunyai visi "Menjadi toko kosmetika yang menyediakan produk kosmetik lokal dan Korea Selatan yang berkualitas, asli, bermanfaat bagi konsumen, dan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen menjadi loyal."

Produk yang ditawarkan oleh *Hey Pretty Shop* adalah berbagai jenis kosmetik seperti bedak, pensil alis, maskara, masker, lipstik, dan lain-lain yang berasal dari lokal dan Korea Selatan.

Seperti halnya bisnis yang lain, diperlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. *Hey Pretty Shop* juga memiliki strategi pemasaran, yaitu menggunakan brosur, mengadakan diskon, dan media sosial sebagai media promosi dan pemasaran.

Hey Pretty Shop juga memiliki sumber daya manusia yang profesional dan terlatih agar memberikan dampak positif bagi usaha. *Hey Pretty Shop* memiliki 4 orang pekerja, yaitu 1 orang *manager*, 1 orang kasir, dan 2 orang penjaga toko.

Investasi awal yang dibutuhkan oleh *Hey Pretty Shop* sebesar Rp 146.063.000,-. Modal ini berasal dari hibah orang tua pemilik. Modal tersebut dialokasikan untuk sewa tempat, biaya peralatan dan perlengkapan, pembelian bahan baku, serta kebutuhan kas.

Perkiraan proforma dari *Hey Pretty Shop* telah dinilai secara finansial yaitu melalui proforma laba rugi, proyeksi arus kas, dan proforma neraca. Dalam menilai kelayakan bisnis ini, *Hey Pretty Shop* telah melakukan penilaian dengan metode : BEP, NPV, IRR, dan PP. Dari proforma dan penilaian kelayakan yang telah dilakukan tersebut, hasilnya adalah nilai penjualan lebih besar dari BEP, hasil NPV positif yaitu Rp 73.360.076,81, nilai IRR 27,53%, dan PP yaitu selama 3 tahun 29 hari. Oleh karena itu *Hey Pretty Shop* adalah usaha yang layak untuk dijalankan.

PENDAHULUAN

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

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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
4. Memberikan informasi seperti konsultasi yang berguna bagi kosumen tentang kosmetik
5. Menjaga kerapian dan kebersihan toko kosmetik

Macam-macam Produk

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*.

Besar Kebutuhan Modal

Modal yang dibutuhkan oleh *Hey Pretty Shop* sebesar Rp 146.063.000,-. Modal ini berasal dari hibah orang tua pemilik. Modal tersebut dialokasikan untuk sewa tempat, biaya peralatan dan perlengkapan, pembelian bahan baku, serta kebutuhan kas.

STRATEGI BISNIS

Target 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*.

Strategi Pemasaran

Alat-alat promosi yang digunakan oleh Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk kosmetiknya :

a) 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*.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b) Brosur

Brosur akan disebarkan didaerah sekitar depan Koja Trade Mall.

c) Diskon

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

d) 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.

Segmentation

Segmentasi Geografis : Lokasi yang dipilih oleh Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* untuk menjalankan usaha kosmetik Korea Selatan adalah di Koja Trade Mall lantai 1 Blok A/7 di Jalan Kramat Jaya Raya Semper, Jakarta Utara. Lokasi tersebut cukup strategis karena banyak dilewati banyak orang dan banyak transportasi umum yang dapat dilewati.

Segmentasi Demografi : *Hey Pretty Shop* menargetkan konsumennya yaitu wanita berusia remaja hingga lanjut usia. Produk kosmetik *Hey Pretty Shop* dijual sesuai pendapatan banyak orang yaitu dengan harga yang terjangkau sehingga anak remaja pun dapat membeli dan berbelanja kosmetik.

Segmentasi Psikografis : Produk yang digunakan oleh konsumen merupakan cerminan dari gaya hidup, seperti menggunakan kosmetik agar terlihat *modern* dan menarik.

Segmentasi Tingkah Laku : Fokus segmentasi Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* adalah menyediakan produk kosmetik lokal dan Korea Selatan yang berkualitas, asli, dan aman digunakan.

Product

Produk yang dijual *Hey Pretty Shop* adalah produk kosmetik, seperti bedak, pensil alis, maskara, masker, lipstik, dan sebagainya.

Price

Harga produk yang dijual sangat terjangkau.

Place

Saluran distribusi yang digunakan oleh *Hey Pretty Shop* adalah *direct marketing channel*, yaitu produk dijual langsung ke konsumen akhir.

Promotion

Pemasaran yang digunakan *Hey Pretty Shop* adalah menyebarkan brosur, mengadakan diskon, dan mempromosikan produkdi media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram, dan line.

Rencana Organisasi

Struktur organisasi terdiri dari 4 orang, 1 orang pemilik yang juga selaku *manager*, lalu ada 1 orang kasir dan 2 orang penjaga toko.

Rencana Keuangan

Perkiraan proforma dari *Hey Pretty Shop* telah dinilai secara finansial yaitu melalui proforma laba rugi, proyeksi arus kas, dan proforma neraca. Dalam menilai kelayakan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
©Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

bisnis ini, *Hey Pretty Shop* telah melakukan penilaian dengan metode : BEP, NPV, IRR, dan PP. Dari proforma dan penilaian kelayakan yang telah dilakukan tersebut, hasilnya adalah nilai penjualan lebih besar dari BEP, hasil NPV positif yaitu Rp 73.360.076,81, nilai IRR 27,53%, dan PP yaitu selama 3 tahun 29 hari. Oleh karena itu *Hey Pretty Shop* adalah usaha yang layak untuk dijalankan.

Rencana Pengendalian Risiko. Risiko yang dihadapi mungkin berupa :

1. **Ketergantungan pada satu pemasok**

   Jika Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* hanya memiliki satu pemasok, maka akan menimbulkan resiko seperti keterbatasan stok barang, bahkan tidak adanya stok barang sama sekali dan keterlambatan pengiriman sehingga stok barang di Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* kosong. Karena hal tersebut, maka Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* memiliki 4 pemasok yang dapat di andalkan dan terpercaya.

2. **Ketergantungan pada satu pelanggan**

   Target pasar utama Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* adalah wanita berusia remaja hingga lansia. Selain itu juga yang menjadi pelanggan bagi usaha Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* adalah *beauty blogger*, *Make Up Artist*, dan konsumen yang membeli produk kosmetik untuk dijadikan kado/hadiah.

3. **Ketergantungan pada satu atau karyawan kunci**

   Jika di dalam suatu perusahaan memiliki satu orang karyawan yang memiliki *skill* yang berkompeten dibandingkan yang lain, dan apabila karyawan tersebut keluar dari perusahaan atau meminta gaji yang lebih besar, maka akan menjadi hambatan atau masalah di dalam sebuah perusahaan. Dari hal tersebut, Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* dalam penerimaan karyawan tentu akan melakukan training agar semua karyawan melatih menjadi berkompeten dan profesional.

4. **Perubahan mutu / harga produk karena tuntutan pasar global / internasional**

   Perkembangan zaman di era moderen dapat menyebabkan terjadinya perubahan harga suatu produk terutama pada bahan baku. Fluktuasi harga barang dapat menjadi kendala dalam suatu perusahaan, oleh karena itu Toko Kosmetik *Hey Pretty Shop* akan menargetkan untuk meningkatkan penjualan melalui promosi dan memberikan pelayanan yang baik, serta pemilihan produk yang berkualitas disesuaikan dengan harga jual.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR PUSTAKA

Blocher, Edward J., David E. Stout, Paul E. Juras, & Gary Cokins (2013), *Cost Management: A Strategic Emphasis*, Edisi Ke-6, International Edition, United States: McGraw-Hill.

David, Fred R. dan Forest R. David (2015), *Strategic Managemen: Consepts and Cases*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Dessler, Gary (2015), *Human Resources Management*, Edisi 14, Harlow: Pearson Education Limited.

Heizer, Jay dan Barry Render (2014), *Operations Management: Sustainability and Supply Chan Management*, Edisi Ke-11, Global Edition, United States: Pearson Education.

Keller Kevin Lane (2013), *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Edisi 4, Global Edition, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2012), *Principles Of Marketing*, Edisi 14, Global Edition, New Jersey: Pearson.

Robbins, Stephen P., Mary Coulter (2016), *Management*, Edisi 13, New York: Pearson Education Limited.

Shimp, Terence A dan J. Craig Andrews (2013), *Integrated Marketing Communication: Advertising, Promotion, and other aspects*, Edisi 9, International Edition, South Western : Cengage Learning.

Weygandt, Jerry J., Donald E. Kieso, Paul D. Kimmel (2016), Accounting Principles, Edisi 12, New York: John Wiley & Sons, Inc.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Website

www.indonesiafinancetoday.com (diakses pada 15 Desember 2015)

https://dosenekonomi.com/bisnis/bentuk-kepemilikan-bisnis (diakses pada 1 oktober 2017)

http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU20Tahun_2008UMKM.pdf(diakses pada 02 Oktobe 2017)

http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia- tahun-2017/ (diakses pada 02 Agustus 2017)

https://www.cgma.org/resources/tools/essential-tools/porters-five- (diakses pada 10 Oktober 2017)

www.pajak.co.id (diakses pada 4 November 2017)

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie