



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A.

Ringkasan Kegiatan Usaha, mencakup :

Konsep Bisnis

Bisnis *Make up Artist* "LIMAR" adalah sebuah unit usaha yang bergerak pada bidang jasa *make up* yang berfokus pada kualitas dan hasil *make up* yang sesuai dengan keinginan klien. "LIMAR" juga ingin memberikan pengalaman yang berbeda untuk para *client* dimana pada saat proses makeup berlangsung, klien akan diberikan edukasi terkait *make up* dan *skin care* serta kami juga menggunakan kualitas yang baik dan sangat menjaga seluruh kualitas alat dan perlengkapan *make up* kami, dengan begitu para klien akan memilih "LIMAR" sebagai *make up artist* yang digunakan untuk acara penting mereka.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Visi dari "LIMAR" adalah menjadi *make up artist* pilihan utama dimasyarakat yang profesional dengan kualitas yang diakui dan menjadi *make up artist* yang mengedepankan kepuasan pelanggan.

b. Misi

Misi "LIMAR" adalah:

- a) Memberikan pelayanan yang responsif

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) Memiliki komitmen yang kuat dalam menjaga seluruh produk-produk kecantikan yang digunakan sesuai dengan standar
- c) Meningkatkan kualitas pelayanan secara terus-menerus
- d) Membangun tim yang kuat untuk memperluas jangkauan
- e) Memberikan konsultasi terkait *make up* secara gratis

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Produk / Jasa

Jasa yang akan ditawarkan adalah jasa *make up* yang memiliki 8 jenis yang dihasilkan yaitu *Party Make up*, *Engagement Make up*, *Prewedding Make up*, *Mature Make up*, *Sweet Seventeen Make up*, *Editorial Make up*, *Self Make up Class* dan *Wedding Make up*. Semua alat dan perlengkapan yang digunakan pada saat proses *make up* adalah *make up* yang sesuai dengan standar, dan terdapat dua jenis yaitu lokal dan *high-end product*. Semua produk yang digunakan sudah dipastikan kualitas dan kebersihannya, karena “LIMAR” menggunakan *uv sterilizer* untuk membunuh virus pada benda dan apabila *make up* sudah kadaluwarsa tidak akan digunakan lagi serta pada saat proses *make up* berlangsung, *make up artist* diwajibkan untuk memakai masker dan seminimal mungkin menyentuh wajah klien.

4. Persaingan

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang wajar dan pastinya akan dihadapi oleh setiap pebisnis. “LIMAR” membutuhkan informasi mengenai data usaha pesaing agar dapat menyusun strategi untuk bertahan menghadapi pesaing yang ada. Pesaing dari “LIMAR” yaitu Januarychristymakeup dan Bymagsteva, jasa yang ditawarkan hampir sama dengan jasa yang ditawarkan “LIMAR”. Dari hasil

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.



analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) “LIMAR” memperoleh total poin yaitu 3.62, sedangkan untuk Januarychristymakeup sebesar 3.66 dan Bymagsteva sebesar 2.96. “LIMAR” memiliki kekuatan dibanding pesaingnya yaitu harga yang lebih terjangkau, pelayanan yang responsif, kualitas dan kebersihan *make up* yang terjaga, memberikan edukasi *make up* agar klien juga mengetahui apa saja yang dipakai diwajahnya. Sedangkan kekurangan dari “LIMAR” adalah banyak kompetitor sejenis yang sudah lebih dikenal sedangkan “LIMAR” belum dikenal masyarakat, belum memiliki pengalaman, ide bisnis cukup mudah untuk ditiru, dan belum memiliki loyalitas dari konsumen.

Target dan Ukuran Pasar

Target pasar dari “LIMAR” adalah masyarakat yang tinggal di daerah jabodetabek ataupun diluar daerah tersebut apabila diminta oleh klien. Untuk kelompok usia, pasar yang dituju oleh “LIMAR” adalah usia 15-65 tahun dengan jenis kelamin perempuan. “LIMAR” berfokus pada konsumen dengan kelas sosial menengah hingga menengah ke atas dengan gaya hidup modern, kekinian, dan kreatif sehingga mementingkan suatu momen berharga dalam hidupnya dengan penampilan yang baik.

Strategi Pemasaran

“LIMAR” memiliki beberapa strategi pemasaran yang akan dilaksanakan yaitu:

a) Media Sosial

Adapun media sosial yang digunakan “LIMAR” adalah Instagram, Whatsapp, dan E-mail. Penggunaan media sosial ini berpengaruh terhadap promosi di

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



“LIMAR” dalam perencanaannya “LIMAR” akan lebih fokus kepada penggunaan Instagram untuk memberikan informasi terkait hasil make up, bagaimana perawatan wajah yang baik dan *make up* yang digunakan sebagai konten menarik klien

b) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan yang dilakukan “LIMAR” yaitu menggunakan *Instagram Ads* dimana dalam *ig ads* ini, “LIMAR” dapat mengiklankan secara langsung hasil-hasil *make up* dari tangan “LIMAR” dan untuk segmentasi dan target pasar semua sudah disiapkan sedemikian rupa didalam pengaturan *ig ads* itu sendiri sehingga “LIMAR” tidak perlu repot-repot mencari klien dan hanya perlu memberi materi berupa foto atau video serta mengatur segmentasi yang diinginkan.

c) *Personal Selling*

“LIMAR” juga merencanakan akan melakukan penjualan perseorangan dengan mengikuti *event-event* atau bazaar yang biasa diadakan oleh pameran pernikahan seperti *bridestory*, selain itu juga “LIMAR” dapat bekerjasama dengan *brand make up* atau *make up artist* lainnya dan membentuk sebuah tim.

Tim Manajemen

“LIMAR” merupakan bisnis yang menggunakan struktur organisasi yang sederhana. “LIMAR” membutuhkan 6 tenaga kerja sesuai bidangnya dan bertanggungjawab terhadap pekerjaan yang diberikan. Rencana kebutuhan tenaga kerja ini terdiri dari 1 orang Manager, 1 orang Staff Pemasaran, 1 orang Keuangan, 1 orang *Make up Artist*, 1 orang *Hair Stylist*, dan 1 orang Admin.

© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Kelayakan Keuangan



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisis keuangan dilakukan untuk menentukan usaha “LIMAR” layak untuk dijalankan atau tidak. Analisis keuangan yang dilakukan menggunakan beberapa metode yaitu dengan perhitungan *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break-Even-Point* (BEP) yang dapat dilihat dari tabel berikut yaitu :

Tabel 9.1

Kesimpulan Kelayakan Investasi “LIMAR”

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	5 Tahun	2 tahun 8 bulan 8 hari	Layak
<i>Net Present Value</i>	NPV>0	Rp. 312.408.059	Layak
<i>Profitability Index</i>	PI>1	1.93	Layak
<i>Break Even Point</i>	Penjualan>BEP	Penjualan per tahun > BEP per tahun	Layak

Sumber : BAB VII, Data Diolah

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Berdasarkan ringkasan kegiatan usaha diatas, yang meliputi : konsep bisnis, visi dan misi perusahaan, produk, persaingan, target dan ukuran pasar, strategi pemasaran, tim manajemen dan yang paling penting kelayakan keuangan yaitu dengan melakukan lima analisis yaitu pada analisis *Payback Period* (PP) diperkirakan “LIMAR” akan mencapai titik balik modal dalam waktu 2 tahun 8 bulan 8 hari, untuk *Net Present Value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 312.408.059, untuk *Profitability Index* (PI) nilainya lebih besar dari 1 yaitu 1.93, sedangkan untuk analisis *Break-Even Point*

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(BEP) nilai penjualan yang dihasilkan oleh “LIMAR” per tahunnya lebih tinggi daripada nilai BEP, maka bisnis “LIMAR” dapat direkomendasikan dan layak untuk dijalankan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.