

BAB I

PENDAHULUAN



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

1.1. Ide Bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Penampilan merupakan salah satu bagian yang melekat dalam diri manusia. Lewat penampilan, seseorang akan meninggalkan kesan yang baik atau buruk di mata orang lain saat pertama kali bertemu. Demi berpenampilan baik di depan orang lain, tidak sedikit orang merawat diri dengan harga yang murah hingga mahal, seperti misalnya ke salon, tempat kecantikan, hingga dokter operasi plastik. Hal ini sejalan dengan teori *looking glass self*. Teori yang dikembangkan oleh Cooley ini menyatakan bahwa ada maksud terselubung dan imajinasi tersendiri di dalam suatu tindakan yang diambil oleh manusia. Dalam hal berpenampilan, maka ada maksud terselubung juga bagi seseorang yang memiliki penampilan tertentu. Artinya, saat seseorang memilih untuk berpenampilan tertentu, maka ia telah memiliki imajinasi dan maksud terselubung untuk tindakan tersebut, yaitu untuk membentuk gambar diri tertentu dalam benak orang lain. Teori ini pada awalnya dianalisis lewat tindakan anak-anak. Pada usia yang cenderung sangat muda, anak-anak akan secara gamblang mencari perhatian dan kasih sayang orang tuanya dengan berbagai cara, seperti merengek, menarik baju orang tua mereka, serta memeluk orang tua mereka. Akan tetapi, saat mereka beranjak dewasa, anak-anak mulai malu untuk menunjukkan bahwa mereka menginginkan perhatian sehingga mereka melakukan tindakan yang terselubung. Tindakan ini bermula dari imajinasinya tentang bagaimana penampilan atau apa yang ditampilkan olehnya bisa menciptakan tindakan tertentu pada orang lain. Oleh karena itu, terdapat tiga komponen di dalam teori ini.

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.





Komponen pertama adalah bahwa seseorang akan membayangkan atau mengimajinasikan bagaimana dirinya tampak di mata orang yang melihatnya. Ini berkaitan dengan stigma yang ada tentang dirinya yang kemudian akan menjadi suatu hal yang benar-benar dilekatkan oleh orang tersebut atas dirinya. Misalnya, seorang *beauty vlogger* mendapat stigma bahwa mereka harus menggunakan riasan dari kepala hingga kaki sehingga ini menjadi cermin bagi dirinya untuk memperhatikan secara detail apa yang digunakan pada penampilan fisiknya. Komponen yang kedua adalah saat orang tersebut mengimajinasikan tentang bagaimana orang lain melakukan penilaian atas dirinya. Jadi tidak hanya mengetahuinya saja dan melekatkan suatu stigma dalam dirinya, tetapi mengimplementasikan stigma tersebut sehingga timbul penilaian dari orang lain atas dirinya bahwa ia benar-benar menunjukkan diri sebagai *beauty vlogger*. Pada contoh *beauty vlogger* yang sama, maka ia melakukan perawatan pada wajah, tubuh, memakai aksesoris di telinga, tata rias, perawatan kuku, serta berbagai upaya untuk menunjukkan bahwa dirinya telah sesuai dengan stigma masyarakat. Komponen ketiga adalah orang lain akan memberikan reaksi emosional atas orang tersebut dan ini menjadi suatu imajinasi tentang gambar diri yang telah dibuat oleh orang lain. Berbagai penilaian dan komentar dari orang lain bisa meyakinkan seseorang untuk membuat gambaran diri sesuai dengan apa yang disampaikan oleh orang lain tersebut (Fristian dkk, 2020).

Sejalan dengan itu, teori dramaturgi yang dicetuskan oleh Goofman (1959 dalam Kirana, 2021) menyatakan bahwa manusia memiliki dua wilayah dalam teater kehidupan. Manusia hidup di dalam lingkungan sosial yang dianggap sebagai suatu teater. Di mana, terdapat dua wilayah, *front stage* dan *back stage*. Di *front stage*, setiap orang berusaha untuk menampilkan yang terbaik sehingga orang lain akan menganggap bahwa dirinya ideal. Sedangkan, *back stage* adalah tempat mereka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

berlatih dan penuh dengan hiruk-pikuk yang dianggap kurang baik untuk ditampilkan kepada orang lain karena akan membuatnya kesulitan untuk menjalankan peran yang akan dibangun di *front stage*-nya. Untuk dapat menunjukkan yang terbaik dalam panggung kehidupan, maka seseorang memiliki *front personal* dan *setting*. *Front personal* adalah kemampuan untuk bermain peran berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Sedangkan, *setting* adalah pengaturan yang terdiri dari penampilan serta gaya. Untuk mampu menampilkan yang terbaik itu, seseorang harus menunjang penampilan dan gayanya. Penampilan sendiri mengacu pada apa yang melengkapi peran dan gaya adalah model yang digunakan oleh orang tersebut sehingga memberikan penampilan yang baik pada orang lain.

Kedua teori tersebut menunjukkan bahwa manusia selalu berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan sosialnya sebagaimana dijelaskan dalam teori kepribadian neo-freud. Dalam teori ini, manusia berusaha untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh orang lain agar merasa tidak rendah diri atau mengurangi rasa gelisah ketika hadir di dalam suatu lingkungan sosial (Pinaraswati, 2020).

Berdasarkan beberapa teori yang telah dijelaskan tersebut, maka sebagai makhluk sosial yang berinteraksi dengan sesama manusia dan mendapat penilaian dari lingkungan sekitar, seseorang akan berusaha untuk menjaga penampilan terbaiknya agar bisa mendapat gambaran diri yang diinginkan. Manusia tidak tampil apa adanya, tetapi mereka berusaha untuk menciptakan “pertunjukkan yang baik” di mata orang lain sehingga mereka mampu mendapatkan citra dan hubungan yang baik dalam aktivitas sosial. Pertunjukkan yang baik ini, salah satunya adalah dengan menjaga penampilan. Penampilan ini menunjang penerimaan manusia di dalam lingkungan sosial sehingga dari penampilan yang baik, maka seseorang akan lebih percaya diri untuk bergaul.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.





Bagian dari menjaga penampilan ini adalah merawat kuku. Meski bagian tubuh terbilang kecil dibanding bagian tubuh yang tampak lainnya, tetapi dapat menarik perhatian orang saat berbicara sehingga perlu merawatnya untuk menunjang penampilan. Ini sejalan dengan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa manusia sangat menjaga penampilannya agar mendapat pandangan yang baik dari orang lain. Tidak heran, hal ini membuat para wanita, kaum yang umumnya pesolek, untuk melakukan perawatan sehingga bisa tampil cantik setiap waktunya.

Di sisi lain, penulis menggemari bidang kecantikan ini sejak berada di bangku sekolah sehingga merasa bahwa usaha yang sesuai dengan *passion* akan lebih menyenangkan dibanding melakukan pekerjaan kantoran atau pekerjaan lain yang kurang diminati. Penulis telah menggeluti bidang ini sejak bangku SMA. Sejak pertama kali mencoba seni merawat dan merias kuku ini, penulis merasa bahwa kuku merupakan salah satu bagian tubuh yang menarik sekaligus merupakan bagian tubuh yang bisa “digambar dan diwarnai”. Dengan menggunakan teknik dan alat tertentu, maka kuku, baik pada jari tangan maupun pada jari kaki, bisa dibentuk maupun diwarnai dengan berbagai bentuk atau model sehingga sangat menarik bagi penulis. Penulis mempunyai hobi mempercantik diri, suka melihat kuku yang terawat cantik, dan rapih. Apalagi, kuku yang memiliki desain-desain indah. Penulis juga kerap membeli serangkaian alat-alat *Gel Polish* untuk mempercantik kuku sendiri, keluarga dan teman-teman. Tidak hanya itu, penulis sering berkumpul bersama *Nailist* lainnya untuk saling berbagi pengalaman dan kisah menarik sehingga semakin tertarik dengan hobi ini serta ingin berbisnis di bidang ini.

Perawatan kuku yang dihadirkan dalam bisnis ini sendiri, terdiri dari *manicure* (perawatan kuku tangan yang membersihkan, merapihkan dan menghilangkan kulit-kulit mati), *pedicure* (perawatan kuku kaki yang membersihkan, merapihkan dan

menghilangkan kulit-kulit mati), serta spa tangan dan kaki yang mampu membantu merelaksasikan bagian yang terasa pegal. Tidak hanya itu, tetapi salon ini juga menyediakan jasa untuk mewarnai kuku dengan kutek *Matte* (membuat warna kuku menjadi tidak berkilau), *Flash Gel* (kutek dengan serbuk glitter yang bila di foto menggunakan cahaya akan terlihat mengkilap), *Cat Eyes* (kutek yang nampak mengkilap tetapi bentuk kilapnya seperti mata kucing yang menggunakan magnet batu permata), *Marble* (membuat warna kuku dengan gambar seperti batu marmer yang berongga), *French* (warna kutek seperti kuku natural yang dimana kuku dicat bening atau pink seperti kuku asli kita, lalu diujung kuku di beri warna putih), *Shell* (tambahan aksesoris pecahan kerang sea shell), *Nail Art* (membuat ragam gambar di kuku menggunakan kutek sesuai dengan gambar yang diinginkan), *Foil* (tambahan aksesoris seperti *aluminium foil*), *Hologram* (cat kuku yang warnanya berubah ketika terkena cahaya), *Swarovski* (tambahan aksesoris seperti emas putih), *3D Flower* (tambahan gel putih dan di bentuk seperti bunga pada kuku), *Remove Gel* (menghapus kutek gel), *Remove Extention* (memotong atau menghilangkan kuku sambung).

Sehubungan dengan latar belakang itu, maka penamaan bisnis ini adalah *SPARKLY BEAUTY BAR* karena *sparkly* memiliki arti gemerlap atau bisa disebut juga mengkilau. Ini sejalan dengan tujuan dari bisnis ini, yaitu untuk membuat kuku para pelanggan tampak bersinar, mengkilap, dan sehat sehingga mampu mendukung penampilan mereka. Tidak hanya kuku saja yang bersinar, tetapi harapannya adalah konsumen yang keluar dari toko juga akan bersinar atau berseri-seri wajahnya karena telah mendapatkan salon kuku yang tepat. Untuk menunjang agar klien benar-benar merasa senang setelah menggunakan jasa salon kuku ini, maka toko ini akan mendahulukan pelayanan yang menciptakan perasaan menjadi seorang “putri” yang dipenuhi kebutuhannya dalam melakukan perawatan pada kuku. Selain itu, konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI BIKG (Asosiasi) Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



akan dimanjakan dengan konsep toko yang dibuat nyaman mungkin sehingga mereka akan merasa ada di rumah.

Salon kuku ini menggunakan konsep berwarna serba putih dan pink yang elegan dengan sentuhan barang-barang estetik yang menghiasi salon ini sehingga klien nyaman dengan konsep salon ini dan mendapatkan pengalaman pelayanan yang berbeda di salon ini. Tidak hanya melayani klien yang merawat kuku, tetapi salon ini juga memberikan fasilitas ruang tunggu yang nyaman, seperti sofa yang nyaman, televisi, *wifi*, serta *welcome drink* gratis. Hal ini menjadi salah satu solusi dari permasalahan pasangan, umumnya para pria, untuk menunggu sang kekasih melakukan perawatan kuku.

Untuk semakin memberi ruang bagi para pasangan yang “budak cinta” atau yang selalu ingin bersama, maka *SPARKLY BEAUTY BAR* menyediakan ruangan privat khusus bagi pasangan yang ingin ketenangan dan keintiman terjaga. Ruangan ini sangat cocok bagi pasangan yang tidak ingin ada bersama dengan banyak orang di satu tempat sekaligus, tentunya ini diberikan dengan harga yang lebih mahal tetapi pelayanan yang diberikan juga lebih tinggi.

1.2. Gambaran Usaha

a. Bidang Usaha

Bidang usaha ini merupakan bidang usaha jasa yang berfokus pada bidang kecantikan, terutama pada tangan dan kaki, mulai dari kuku, jari, hingga lengan, paha, dan betis. Usaha ini dilakukan dengan modal sendiri, tanpa ada campuran modal, tetapi memungkinkan menjadi usaha dengan modal campuran jika sewaktu-waktu diperlukan.

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.



b. Visi dan Misi Usaha

a. Visi

Menjadi penyedia jasa perawatan kuku berbahan alami dengan suasana seperti di rumah dan pelayanan terbaik di Indonesia.

b. Misi

- 1) Menyediakan pekerja yang terampil dan beretika dengan pelayanan profesional, ramah, cepat, dan berkualitas
- 2) Selalu mendengarkan kebutuhan konsumen dan melakukan perbaikan secara kreatif dan inovatif
- 3) Mengikuti tren yang ada dan mengadopsi tren yang ada di luar negeri
- 4) Memberlakukan standar ekstra kepada pelanggan karena “pelanggan adalah raja”
- 5) Meningkatkan motivasi dan semangat kerja karyawan secara optimal melalui peningkatan dedikasi, disiplin, dan kemampuan kerja serta penghargaan yang memadai sesuai dengan kinerjanya
- 6) Menjaga rantai pasok yang ada supaya kualitas barang yang digunakan terjaga dan terjamin alami

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1.3. Tujuan Usaha

Tujuan usaha merupakan sesuatu yang akan dicapai atau dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Tujuan usaha adalah target yang bersifat kuantitatif dan pencapaian target tersebut merupakan ukuran keberhasilan kinerja perusahaan. Maka dari itu dalam membuka usaha harus memiliki tujuan yang jelas karena tujuan merupakan hal penting sebelum seseorang membangun sebuah bisnis. Untuk menetapkan tujuan, baik jangka pendek maupun jangka panjang, usaha ini akan

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.

menggunakan metode SMART (*specific, measurable, achievable, relevant, dan time bound*). Tujuan dari *SPARKLY BEAUTY BAR*, yaitu:

1. Jangka Pendek (6 bulan pertama sejak berdiri)
 - a. *SPARKLY BEAUTY BAR* dapat dikenal sebagai tempat kecantikan yang nyaman oleh 80% customer di Jakarta dan sekitarnya pada enam bulan pertama terbentuknya.
 - b. Memiliki kepercayaan customer terhadap pelayanan dan barang berkualitas yang diberikan oleh *SPARKLY BEAUTY BAR*.
 - c. Mendapatkan keuntungan sebesar 160% dari total biaya. Ini merupakan suatu tujuan yang spesifik, yang awalnya dibuat berdasarkan target peramalan. Pada awalnya, pemilik (karena masih menggunakan modal pribadi dan merupakan *startup*) akan melakukan perhitungan tentang biaya-biaya yang dibutuhkan dalam membuka usaha ini, mulai dari pembangunannya hingga operasional selama 1 tahun. Dari sini, maka akan ditentukan target untuk penjualan tiap hari, tiap bulan, dan harga yang perlu ditetapkan untuk mencapai target yang dimaksud. Hasil akhirnya adalah untuk mendapatkan keuntungan yang 60% lebih besar dari biaya yang dikeluarkan tersebut. Ini merupakan target yang penting untuk menunjang keberlangsungan usaha ke depannya sehingga alokasi keuntungan bisa digunakan untuk keperluan lain yang memperbaiki kualitas salon.
2. Jangka Panjang (2 tahun pertama setelah berdiri)
 - a. Membuka lima cabang di daerah Jabodetabek pada dua tahun pertama. Tujuan ini merupakan suatu langkah untuk memperluas cakupan *SPARKLY BEAUTY BAR* dalam menjadi jasa perawatan kuku dan tangan yang terkenal di Indonesia dengan konsep seperti di rumah serta pelayanan yang terbaik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Cabang ini akan dibangun pada lokasi yang strategis pada masing-masing kota Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

- b. Melakukan kolaborasi dengan 6 merek kutek, peralatan kecantikan kuku, *pedicure*, dan *Manicure* ternama di Indonesia. Hal ini dilakukan untuk menekankan pada penggunaan barang-barang yang berkualitas sehingga relevan dengan tujuan usaha untuk menciptakan citra berkualitas pada setiap pelayanan yang diberikan.
- c. Menjadi setidaknya sekali *trend setter* kutek di Indonesia, yang desain atau metodenya ditiru oleh salon kuku lainnya.
- d. Mendapatkan minimal dua penghargaan pada ajang kecantikan yang ada pada tahun kedua berdirinya usaha. Penghargaan seolah menjadi bukti yang objektif dari pihak lain bahwa usaha ini merupakan usaha yang berkualitas sehingga perlu mendaftarkan usaha pada berbagai perlombaan agar diakui. Dengan diakuinya usaha, maka ini akan membuat kepercayaan konsumen akan produk meningkat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.4. Besarnya Peluang Bisnis

Saat ini, industri kecantikan mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat serta adanya perubahan gaya hidup di dalam masyarakat, terkhusus pada generasi Z dan Milenial. Kedua generasi ini merupakan generasi yang dekat dengan teknologi sejak mereka kecil. Berbeda dari generasi sebelumnya yang perlu beradaptasi dengan teknologi karena sejak kelahirannya teknologi belum berkembang tetapi baru berkembang saat mereka beranjak dewasa, generasi Z dan Milenial lahir di tengah masifnya teknologi berkembang sehingga mereka akrab dengan teknologi, termasuk teknologi informasi dan komunikasi. Ini

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.

membuat mereka selalu dekat dengan tren yang ada serta menjunjung tinggi penampilan. Sebagaimana teori yang telah disebutkan pada bagian IDE BISNIS, kita mengenal bahwa manusia menjaga penampilannya agar terlihat baik.

Di dunia maya, akan ada banyak orang yang bisa melihat aktivitas kita atau menilai kita hanya dengan foto atau video yang diunggah di sosial media. Melihat banyaknya tren yang terjadi, serta penampilan orang lain yang lebih baik daripada kondisi dirinya, akan mendatangkan suatu gangguan mental. Salah satunya adalah *fear of missing out*. Pada awalnya, mereka akan merasa cemas jika ketinggalan suatu berita atau aktivitas tertentu yang dilakukan oleh orang lain. Kecemasan yang berlebih ini membuat mereka memiliki rasa takut akan kehilangan atau tidak mengikuti tren yang sedang terjadi (Christina, Yuniard, Prabowo, 2019). Oleh karena itu, tidak jarang kita lihat, orang-orang yang berlomba-lomba menunjukkan penampilan terbaik mereka di sosial media.

Selain itu, kemudahan mendapatkan informasi untuk penampilan di era digitalisasi ini juga menjadi salah satu pendorong perubahan gaya hidup yang semakin memikirkan penampilan. Bidang kecantikan pun terkena imbasnya, tren silih berganti dan terus bermunculan. Gaya hidup lainnya adalah kedua generasi ini merupakan generasi yang lebih boros karena mereka diterpa begitu banyak informasi sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian yang impulsif sekaligus untuk terus mengikuti tren yang ada (Aurelia, Setyabudi, Manalu, 2021).

Tentunya, sikap *fomo* dan impulsif ini menjadi suatu peluang dalam bisnis, terutama kecantikan kuku yang terus menghadapi tren perubahan. Di sisi lain, peluang juga tercipta karena terjadinya peningkatan pendapatan masyarakat. Berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statistik, pendapatan negara Indonesia terus bertambah,



meski sempat turun di tahun 2020 karena pandemi Covid-19. Pendapatan sendiri, dalam rumus ekonomi didefinisikan sebagai penjumlahan pengeluaran dengan tabungan. Artinya, pendapatan yang meningkat akan turut meningkatkan pengeluaran masyarakat seiring dengan sifat manusia yang tidak pernah puas dan berusaha untuk melakukan perbaikan kualitas hidup. Dengan demikian, meningkatnya pendapatan masyarakat Indonesia juga akan turut meningkatkan pengeluarannya untuk bidang kecantikan.

Tren perawatan dan kecantikan kuku di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Menurut lembaga riset ZAP Beauty dalam *Kompas.com*, industri kosmetik di Indonesia berkembang sekitar 16%, mengalahkan negara lain seperti Amerika Serikat atau negara di Asia Tenggara karena hanya Indonesia dan Mesir saja yang bisa menyentuh angka dua digit di dalam pertumbuhannya. Survei yang dilakukan pada 7.889 perempuan yang ada di Indonesia ini juga menemukan suatu bukti bahwa 41,9% anak remaja yang berumur 13-15 tahun sudah kenal dengan industri kecantikan (Nurfadilah, 2018).

Selain penggunaan kosmetik sejak dini, saat ini, kebutuhan masyarakat pun semakin beragam. Akan tetapi, kebutuhan akan kosmetik berbahan alami-lah yang sedang mengalami peningkatan. Survei yang telah dilakukan oleh Sociolla di tahun 2021 menunjukkan bahwa terjadi kenaikan sebesar 18,36% pada merek-merek yang menggunakan bahan dasar alami sehingga ini menjadi suatu peluang yang baik bagi usaha ini untuk menyediakan barang yang berbahan baku alami (MediaIndonesia.com, 2021).

Beberapa hal tersebut menunjukkan adanya peluang yang baik bagi usaha kecantikan kuku untuk berkembang. Semakin banyak pula gerai yang menawarkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



jasa dan produk untuk perawatan dan kecantikan kuku. Agar tidak terlambat dan melihat besarnya potensi bisnis untuk perawatan dan kecantikan kuku di Indonesia, maka *SPARKLY BEAUTY BAR* akan di didirikan pada tahun 2023 di Jelambar Jakarta oleh penulis, yaitu Sicilia Pertiwi yang menawarkan pelayanan jasa perawatan kecantikan kuku yang lengkap dengan harga terjangkau.

SPARKLY BEAUTY BAR juga berencana untuk melakukan inovasi usaha dengan cara membuat layanan *private room for couple*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Bruce Tulgan bersama dengan Rainmaker Thinking, Inc. pada tahun 2003 hingga 2013, mereka menemukan karakteristik generasi Z yang salah satunya adalah sosial media sebagai masa depan generasi ini. Artinya, tidak perlu ada percakapan jika tidak benar-benar perlu. Oleh karena itu, untuk menjaga privatisasi dari konsumen ini, sekaligus yang ingin membawa pasangannya ke salon kecantikan kuku, maka penulis membuat konsep ruangan privat untuk mereka. Namun demikian, pasangan yang menunggu bisa menikmati berbagai fasilitas seperti televisi untuk menonton bersama, makanan, minuman, ataupun *pedicure* dan *Manicure*.

1.5. Kebutuhan Dana

Dalam menjalankan suatu bisnis tentu harus memiliki modal awal untuk membangun bisnis tersebut. Penulis memakai tabungan pribadi dan mendapatkan ruko dari orang tua untuk modal awal membuka *SPARKLY BEAUTY BAR*. Jadi tidak perlu membayar biaya sewa. Kebutuhan dana ini akan digunakan sebaik-baiknya dan dibagi menjadi kas awal, biaya perlengkapan, biaya peralatan, biaya pembelian barang, biaya renovasi, dan biaya operasional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

Tabel 1. 1

Rencana Kebutuhan Modal Awal *SPARKLY BEAUTY BAR*

Keterangan	Jumlah
Biaya Sewa Bangunan	Rp 100.000.000
Biaya Renovasi	Rp 295.000.000
Biaya Peralatan	Rp 291.323.500
Biaya Perlengkapan	Rp 29.280.000
Biaya Bahan Baku	Rp 6.000.000
Kas Awal	Rp 10.000.000
Total	Rp 659.603.500

Sumber : *SPARKLY BEAUTY BAR*

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