



RENCANA BISNIS

LIP SCRUB DAN LIP BALM BRAND BEMEE DI JAKARTA UTARA, DKI JAKARTA

Silke Esmeralda Kuhu

Dibimbing oleh Dr. M. Budi Widiyo Iryanto. S.E., M.E.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

77190465@student.kwikkiangie.ac.id

ABSTRAK

Silke Esmeralda Kuhu / 77190465 / 2023 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Lip Scrub dan Lip Balm Brand Bemeo / Pembimbing: Dr. M. Budi Widiyo Iryanto. S.E., M.E.

Bemeo adalah bisnis yang bergerak di bidang kosmetik, lip care yang secara khusus berfokus pada penjualan lip scrub dan lip balm yang berguna untuk merawat bibir yang kering dan mencerahkan bibir tampak lebih sehat. *Bemeo* akan dijual melalui e-commerce, yaitu Tiktok dan Shopee yang berkisaran produk dari Rp.27.000 untuk lip scrub dan Rp 35.000 lip balm .

Bemeo akan dioperasikan di rumah Jalan Jln Toar Blok B.05, No 06 RT.012/002 Tugu Utara, Koja, Jakarta Utara DKI Jakarta, dengan struktur sederhana dimana terdiri dari seorang manajer yang membawahi 1 karyawan marketing social media dan 2 bagian yaitu staff produksi *Bemeo*. *Bemeo* membutuhkan total karyawan sebanyak 5 orang di dalam menjalankan usaha dengan total jam kerja 40 jam dalam 1 minggu, dan beroperasi dari hari senin hingga sabtu.

Investasi awal sebesar Rp 68.796.942 yang berasal dari diri sendiri dan warisan orang tua. Analisis keuangan *Bemeo* menunjukkan penjualan setiap tahun berada di atas Break Even Point dan menghasilkan, Net Present Value sebesar Rp Rp2.243.651.047 dimana lebih tinggi dari 0. Payback Period selama 1 Tahun 9 Bulan yang kurang dari 5 tahun. Profitability Index sebesar 33,61 dimana lebih tinggi dibandingkan 1. Berdasarkan berbagai analisis keuangan diatas dapat disimpulkan bahwa *Bemeo* layak untuk direalisasikan.

Kata Kunci : Rencana Pendirian Usaha, *Bemeo*

ABSTRACT

Silke Esmeralda Kuhu / 77190465 / 2023 / Business Plan for Establishing a Lip Scrub and Lip Balm Brand Bemeo Business / Supervisor: Dr. M. Budi Widiyo Iryanto. S.E., M.E.

Bemeo is a business that operates in the cosmetics, lip care sector which specifically focuses on selling lip scrubs and lip balms which are useful for treating dry lips and brightening lips to look healthier. *Bemeo* will be sold via e-commerce, namely Tiktok and Shopee, with products ranging from Rp. 27,000 for lip scrub and Rp. 35,000 for lip balm.

Bemeo will be operated at home on Jalan Jln Toar Blok B.05, No 06 RT.012/002 Tugu Utara, Koja, North Jakarta DKI Jakarta, with a simple structure consisting of a manager who supervises 1 social media marketing employee and 2 sections, namely staff *Bemeo* production. *Bemeo* requires a total of 5 employees to run the business with a total of 40 working hours a week, and operates from Monday to Saturday.

The initial investment was IDR 68,796,942 which came from myself and inheritance from my parents. *Bemeo*'s financial analysis shows that sales every year are above the Break Even Point and produce a Net Present Value of IDR 2,243,651,047 which is higher than 0. Payback Period is 1 Year 9 Months which is less than 5 years. The Profitability Index is 33.61, which is higher than 1. Based on the various financial analyzes above, it can be concluded that *Bemeo* is worthy of realization.

Keywords: Business Establishment Plan, *Bemeo*

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.



PENDAHULUAN

Konsep Bisnis

Bemee merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik, lip care yang secara khusus berfokus pada penjualan lip balm dan lip scrub dengan memiliki dua varian yaitu strawberry dan vanilla yang bermanfaat untuk merawat dan mencerahkan bibir kering dan pecah-pecah. Produk *Bemee* akan dijual melalui e-commerce yaitu Tiktok dan Shopee.

Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi
"Visi dari Bemee adalah membuat produk lip scrub dan lip balm yang berkualitas dengan harga yang cukup terjangkau untuk semua kalangan masyarakat dan menjadi produk kecantikan yang selalu mengikuti perkembangan zaman."

2. Misi

- 1) Selalu melakukan inovasi pada produk secara berkelanjutan.
- 2) Selalu memberikan kepuasan bagi konsumen dengan kualitas produk dan pelayanan yang dilakukan sepenuh hati.
- 3) Berupaya untuk terus memberikan penawaran-penawaran yang menarik bagi konsumen.

Peluang Bisnis

Pertimbangkan melalui adanya peningkatan sebanyak 30,5% jumlah tercatat (Fast-Moving Consumer Goods/FMCG) FMCG menyatakan transaksi produk kecantikan. Dan tercatat pada google trend bahwa pertumbuhan sektor industri kosmetik sebesar 5,59%.

Selain itu prediksi pengguna *E-commerce* yang meningkat pada tahun 2024 yaitu sebanyak 189,6 juta, oleh karena penjualan dilakukan secara *online*. Bisnis *online* sendiri dapat menjangkau ke Masyarakat secara luas dibandingkan penggunaan toko fisik, dimana *E-commerce* dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun dengan menggunakan *smartphone* hingga produk sampai ke rumah konsumen.

Kebutuhan Dana

Dalam menjalankan suatu bisnis maka diperlukan investasi awal dalam membangun usaha. Kebutuhan dana yang dimaksud terbagi menjadi peralatan, perlengkapan, bahan baku, dan biaya sewa. Sumber pendanaan *Bemee* berasal dari berupa tabungan orang tua. Pendanaan dilakukan sendiri karena tidak ingin adanya perjanjian yang rumit dan beban bunga. Untuk kebutuhan awak *Bemee* diperlukan dana sebesar Rp 68.796.942.

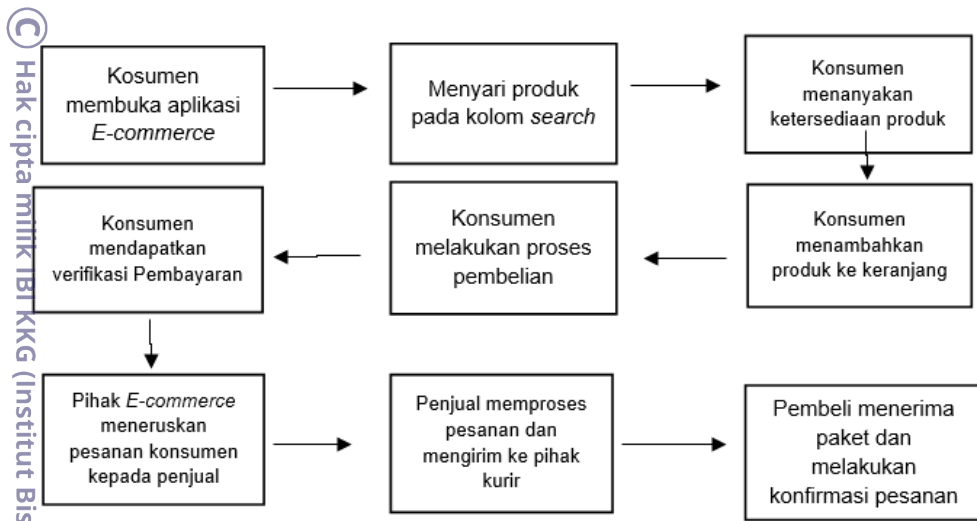
1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar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

Kwik Kian Gie School of Business

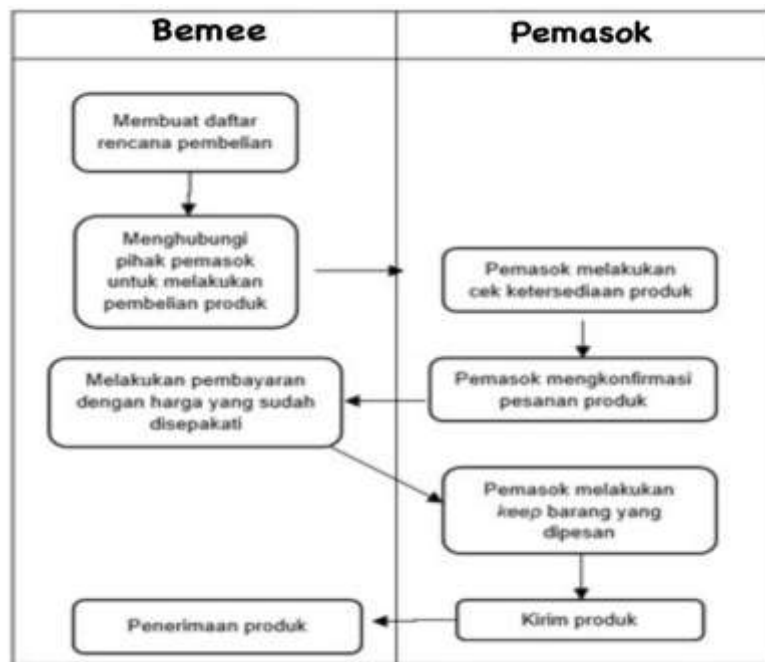


RENCANA PRODUK/JASA, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN

Rencana Alur Produk



Rencana Alur Pembelian



Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan

Adanya perkembangan teknologi akan membuat pekerjaan manusia menjadi lebih cepat sehingga suatu usaha akan menjadi lebih produktif dengan adanya teknologi. Dengan demikian, dalam rangka mendukung operasional bisnis, MiCase menggunakan teknologi sebagai berikut:

1. Smartphone

Bemee memilih menggunakan *smarthphone* yang terjangkau berdasarkan kebutuhan, *Smartphone* ini digunakan untuk menjalankan aplikasi *marketplace* dan juga untuk melayani pembelian konsumen.



2. Laptop
Alat teknologi ini dapat membantu pembuatan laporan keuangan, dan *input output stock*.
3. Printer Resi
Alat teknologi ini yang berfungsi untuk mencetak resi pengiriman pemesanan konsumen.

4. Internet
Internet berfungsi untuk akses cepat ke semua informasi tanpa batasan waktu dan ruang. Internet memainkan peran penting dalam menjalankan bisnis online. Internet terkait erat dengan aktivitas media sosial dan situs *marketplace* untuk menjangkau konsumen.

STRATEGI BISNIS

Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi, merupakan strategi pasar dalam sebuah pembeda dengan pesaing, *Bemee* memiliki keunikan dari pada pesaing yang salah satunya adalah memiliki harga terjangkau dengan kualitas sama, memiliki opsi pengiriman instant, sameday, hingga nextday, serta penggunaan pemasaran online untuk mudah dijangkau masyarakat diluar kota.
2. Positioning, merupakan preferensi pasar sasaran atau dapat dikatakan tujuan sebuah produk, *Bemee* menempatkan brand sebagai penyedia produk yang berfokus pada bidang lip scrub dan lip balm.
3. Penetapan Harga, merupakan sejumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan, atau sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki keuntungan atau menggunakan produk dan layanan. *Bemee* menggunakan strategi penetapan harga berdasarkan pesaing (*Competition-Based Pricing*). Walaupun memberikan harga yang terjangkau tetapi tidak akan memberikan penurunan kualitas produk dengan kualitas layanan yang ada. Harga yang ditetapkan untuk produk yang termurah mulai dari Rp. 27.000 sampai dengan Rp. 35.000
4. Saluran Distribusi, merupakan seperangkat organisasi yang saling bergantung yang membantu membuat produk atau layanan tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. *Bemee* memiliki saluran distribusi langsung karena produk dijual langsung dengan menggunakan platform *E-commerce* ke konsumen tanpa adanya perantara, sehingga produk akan dikirim langsung dari toko hingga ke tempat tinggal konsumen

Strategi Promosi

1. Advertising

Promosi yang dilakukan untuk *Bemee* melalui flashsale, media sosial atau dalam bentuk lainnya yang merupakan promosi berbayar. Dengan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produknya, dengan menggunakan promosi berbayar pada aplikasi Instagram ads dan TikTok ads.

2. Sales Promotion

Bemee melakukan kegiatan promo yang akan di tawarkan untuk pelanggan member dan pelanggan lainnya. Yang khusus untuk pelanggan member akan diberikan potongan promo Rp 10.000 jika melakukan pembelian di hari ulang tahunnya. Sedangkan untuk pelanggan khusus untuk akhir tahun potongan Rp 15.000.

Kebutuhan tenaga kerja dan Kompensasi

1. Gaji Pokok

Gaji pokok merupakan imbalan pasti yang didapatkan para pekerja setiap bulannya. *Bemee* berproduksi di Jakarta Utara, gaji yang harus dibayarkan menurut profesi, jabatan dan sesuai dengan tingkat kesulitan pekerjaannya.

2. Tunjangan Hari Raya (THR)

Tunjangan Hari Raya menurut Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan Pasal 1 ayat 1 membahas mengenai pendapatan non upah yang wajib dibayarkan oleh Pengusaha kepada Pekerja/Buruh atau keluarganya menjelang Hari Raya Keagamaan.

Keuangan

Hasil analisis kelayakan investasi *Bemee* mendapatkan hasil yang positif dimana penjualan setiap tahun berada di atas Break Even Point dan menghasilkan, Net Present Value sebesar Rp 2.243.651.047 dimana lebih tinggi dibanding 0. Payback Period selama 1 Tahun 9 Bulan kurang dari 5 tahun. Profitability Index sebesar 33,61 dimana lebih tinggi dibandingkan 1. Berdasarkan berbagai analisis keuangan diatas dapat disimpulkan bahwa *Bemee* layak untuk direalisasikan

Pengendalian Resiko

1. Kesalahan operasional kerja di dalam pengemasan produksi

Mengawasi dan mengontrol bawahan untuk meningkatkan ketelitian dalam proses pengemasan dan produksi tenaga kerja untuk mengurangi tingkat kesalahan hingga pengiriman barang ke pelanggan.

2. Penurunan kinerja karyawan

Melakukan penilaian kinerja bulanan setiap karyawan, dalam hal ini melihat jika ada peningkatan kinerja setiap bulannya. Selain itu untuk mengevaluasi kinerja, manajer juga akan menanyakan kepada karyawan apa saja yang menjadi masalah dalam sebulan terakhir baik di dalam internal perusahaan maupun dengan lingkungan eksternal, selain itu manajer juga akan siap mendengar setiap keluhan dari karyawan baik dari segi kepemimpinan, dan segi penjualan. Manajer juga akan terbuka di dalam menerima setiap masukan yang diberikan oleh karyawan agar perusahaan bisa menjadi lebih baik lagi..

3. Persediaan stok produk yang sulit untuk diprediksi

Terapkan manajemen inventaris yang lebih terukur ketika melihat tren bahwa produk dengan volume tinggi akan ditambahkan stoknya sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi sehingga pelanggan tidak beralih ke toko lain. Di sisi lain, produk dengan penjualan yang lebih sedikit segera mengurangi persediaan untuk mengurangi risiko jika produk tersebut tidak laku.

Sedangkan pengendalian resiko eksternal antara lain:

1. Persaingan yang ketat

Cara mengantisipasi persaingan yang ketat yaitu dengan menjaga kualitas dan kepercayaan dari konsumen. Selain itu, melakukan kegiatan promosi sesuai dengan target pasar yang dituju dan selalu berinovasi serta mengikuti perkembangan dari segi kemasan dan produk.

2. Harga bahan baku yang meningkat

Harga bahan baku yang tidak menetap dapat diantisipasi dengan cara mencari pemasok tetap yang dapat memberikan informasi dan harga yang spesial atau potongan harga karena sudah berlangganan.





DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari Buku

David, Fred R., Forest R. David (2017), Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Edisi 16, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Dessler, Gary (2017), Human Resource Management, Edisi 15, New Jersey: Pearson.

Gitman, Lawrence J., Chad J., Zutter (2015), Principles of Managerial Finance. Edisi.14, Global Edition, Pearson Education

Haizer, Jay, Barry Render, Chuck Munsuin (2017), Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management. Edisi.12, Global Edition, Pierson Education

Kotler Philip, Gary Armstrong (2018), Principles of Marketing. Edisi.15, Global Edition, Pearson Education

Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt, Terry D. Warfield (2019), Intermediate Accounting: IFRS Edition, Edisi 3, Singapore: Wiley.

Robbins, Stephen P. dan Mary Coulter (2016), Management, Edisi 13, Global Edition, London: Pearson.

Sumber internet:

Badan Pusat Statistik (2023), Data Inflasi, diakses pada Januari 2023, <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>

Badan Pusat Statistik (2023), Suku Bunga Kredit Rupiah Menurut Kelompok Bank 2022, diakses pada Februari 2023, <https://www.bps.go.id/indikator/13/383/1/suku-bunga-kredit-rupiah-menurut-kelompok-bank.html>

Christy, Firdhy Esterina (2022), Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024, diakses pada Desember 2022, <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>

Dwi, Andika (2023), 8 Jenis Kartu ATM BCA, Beserta Limit dan Biaya Adminnya, diakses pada Januari 2023, <https://bisnis.tempo.co/read/1636092/8-jenis-kartu-atm-bca-beserta-limit-dan-biaya-adminnya>

Farhansyah, Jordhi (2023), Cara Menghitung Kenaikan Gaji Karyawan Dengan Mudah, diakses pada Februari 2023, <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/berikut-cara-menghitung-persentase-kenaikan-gaji-karyawan-yang-mudah/#:~:text=Lalu%2C%20berapa%20kenaikan%20gaji%20per,ada%20di%206%2C9%20persen>

Google Trends (2023), Lip care, diakses pada Juni 2023, <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=2020-06-21%202023-06-21&geo=ID&q=lip%20care&hl=en>

Jurnal Entrepreneur (2023), 5 Metode Penyusutan Aktiva Tetap dan Pencatatan Jurnal, diakses pada Januari 2023, https://www.jurnal.id/id/blog/metode-penyusutan-aktiva-tetap-dalam-akuntansi/#1_Metode_Penyusutan_Garis_Lurus_Straight_Line_Method

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Tidak diperbolehkan untuk disebarluaskan atau diubah tanpa seizin penerbit. Untuk keperluan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Penugutan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Tidak diperbolehkan untuk disebarluaskan atau diubah tanpa seizin penerbit. Untuk keperluan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Penugutan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : SILKE ESMERALDA KUHU

NIM : 77190465

Tanggal Sidang : 05-September-2023

Judul Karya Akhir : LIP SCRUB DAN LIP BALM BRAND BEMEE

Jakarta, 19 / September 2023

Mahasiswa/I

SILKE ESMERALDA KUHU

Pembimbing

M. Endang Istiyanto, SE, ME

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.