

## ABSTRAK

Masa kini kecantikan menjadi suatu hal yang penting di kalangan wanita sehingga banyak bisnis di bidang kecantikan pun mulai bermunculan dari *eyelash extention*, suntik *whitening*, sulam alis dan masih banyak lagi. Melihat hal tersebut peluang *eyelash* sangat besar untuk dijadikan bisnis karena di bandingkan bisnis kecantikan lain *eyelash* memiliki daya tarik yang lebih kuat dan lebih banyak peminat dari kalangan bawah hingga atas berbeda dengan bidang kecantikan lain yang hanya bisa dilakukan oleh kalangan menengah hingga atas.

Bisnis bidang *eyelash extention* saat ini merupakan salah satu bisnis yang sedang berkembang pesat saat ini di Indonesia dan banyak kalangan wanita dari yang muda hingga yang tua sehingga bisnis ini cukup menjanjikan untuk jangka panjang. Perkembangan bisnis *eyelash* di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung dan Surabaya sangat pesat. Namun kota-kota kecil masih belum ada atau belum banyak. begitu juga seperti penulis amati di Kota Sukabumi belum terdapat bisnis *eyelash* ini.

Bisnis *eyelash* ini sedang populer, membuat orang berlomba-lomba membuka usaha ini, dimana untuk memulai usaha ini modal yang digunakan termasuk sedikit dan potensi mendapatkan omset yang maksimal. Oleh karena itu penulis mencoba melakukan analisis perencanaan dalam membangun bisnis *eyelash*, dengan nama *Pear Lash Beauty* dengan menggunakan beberapa aspek, antara lain aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya, dan aspek keuangan. Analisis dengan aspek-aspek tersebut diharapkan mampu menjadi dasar untuk membangun bisnis *Pear Lash Beauty* agar dapat berkembang dengan baik di masa mendatang.

Kata kunci: perencanaan bisnis, kecantikan, *eyelash*

## ABSTRACT

*Nowadays, beauty has become an important thing among women, so many businesses in the beauty sector have started to emerge from eyelash extensions, whitening injections, eyebrow embroidery and many more. Seeing this, the opportunity for different eyelashes is very large to become a business because compared to other beauty businesses, eyelashes have a stronger appeal and more enthusiasts from the lower to upper classes with other beauty fields that can only be done by the middle to upper class.*

*The eyelash extension business is currently one of the fastest growing businesses in Indonesia and there are many women from young to old so this business is quite promising for the long term. The development of the eyelash business in big cities in Indonesia such as Jakarta, Bandung and Surabaya is very fast. But small towns are still not there or not many. Likewise, as the author observes in Sukabumi City, there is no eyelash business yet.*

*This eyelash business is currently popular, making people compete to open this business, where to start this business the capital used includes little and the potential to get maximum turnover. Therefore, the author tries to do a planning analysis in building an eyelash business by using several aspects, including marketing aspects, operational aspects, resource aspects, and financial aspects. Analysis with these aspects is expected to be the basis for building the Pear Lash Beauty business so that it can develop well in the future.*

*Keywords: business planning, beauty, eyelashes*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul Perencanaan Bisnis Pearlash Beauty. Tujuan tugas akhir ini untuk memenuhi salah satu prasyarat untuk menempuh sidang Sarjana Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen di Universitas Kristen Maranatha.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin menuliskan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Ibu Nur, S.E., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Dra. Tatik Budiningsih, M.S. yang telah membimbing dan membantu selama proses perkuliahan di Universitas Kristen Maranatha.
3. Tan Ming Kuang, S.E., M.Si., AK., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
4. Dr. Drs. Jahja Hamdani Widjaja, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha.
5. Untuk seluruh karyawan dan dosen Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha yang telah membantu dan memberikan pengajaran ilmu dan pengetahuan.
6. Untuk keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyusun tugas akhir.
7. Michel Cristian Handoko, terimakasih untuk segala bantuan dan dukungan untuk penulis dari awal penyusunan perencanaan bisnis ini.
8. Untuk teman-teman penulis di Universitas Kristen Maranatha yang selama masa perkuliahan telah membantu dan juga memberikan dukungan atas terselesaikannya tugas akhir ini.

Penulis menyadari tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan hati terbuka sebagai bahan perbaikan dan menambah pengetahuan penulis di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga Tuhan selalu melimpahkan kasih dan berkat-Nya kepada semua pihak atas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Semoga tugas akhir ini dapat berguna dan memberikan nilai tambah serta pengetahuan bagi semua pihak yang membaca.

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF .....</b>	<b>1</b>
1.1 Deskripsi Konsep Bisnis.....	1
1.2 Deskripsi Bisnis.....	5
1.2.1 Logo Usaha.....	6
1.2.2 Bentuk Kepemilikan .....	6
1.2.3 Visi, Misi dan Tujuan .....	6
1.2.4 Alamat Usaha.....	7
<b>BAB II ANALISIS PELUANG BISNIS DAN IDE PRODUK.....</b>	<b>7</b>
2.1 Analisis Peluang .....	7
2.2 Analisis Ide Produk dan Pasar .....	26
2.3 Analisis SWOT.....	26
<b>BAB III ASPEK PEMASARAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Strategi Pemasaran .....	29

3.1.1 <i>Segmenting</i> .....	29
3.1.2 Segmentasi Geografis .....	30
3.1.3 Segmentasi Demografis .....	30
3.1.4 Segmentasi Psikografis .....	31
3.1.5 Segmentasi Perilaku.....	32
3.1.6 <i>Targeting</i> .....	32
3.1.7 <i>Positioning</i> .....	33
3.2 Bauran Pemasaran .....	33
3.2.1 <i>Product</i> (Produk) .....	33
3.2.2 <i>Price</i> (Harga) .....	35
3.2.3 <i>Place</i> (Saluran Distribusi).....	35
3.2.4 <i>Promotion</i> (Promosi) .....	36
3.2.5 <i>People</i> (orang).....	37
3.2.6 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik) .....	38
3.2.7 <i>Process</i> (proses).....	39
3.3 Perkiraan Penjualan .....	39
3.4 Metode Bisnis Model Kanvas .....	40
<b>BAB IV ASPEK OPERASIONAL .....</b>	<b>42</b>
4.1 Peralatan dan Perlengkapan.....	42
4.2 Proses Produksi .....	46
4.3 Lokasi <i>Pearl Lash Beauty</i> .....	48

4.4 Tata Letak <i>Pearl Lash Beauty</i> .....	50
<b>BAB V ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN.....</b>	<b>52</b>
5.1 Struktur Organisasi .....	52
5.2 Deskripsi Pekerjaan dan Spesifikasi Pekerjaan.....	53
5.2.1 Deskripsi Pekerjaan .....	53
5.2.2 Spesifikasi Pekerjaan .....	54
5.3 Proses Rekrutmen.....	54
5.4 Waktu Kerja dan Kompensasi.....	56
5.5 <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP).....	57
5.5.1 Standar <i>Operating Procedure</i> Pembelian Bahan Baku .....	57
5.5.2 Standar <i>Operating Procedure</i> <i>Eyelash Extension</i> .....	58
5.5.3 Standar <i>Operating Procedure</i> Pembersihan .....	59
<b>BAB VI ASPEK KEUANGAN .....</b>	<b>60</b>
6.1 Kebutuhan Dana .....	60
6.2 Sumber Dana .....	61
6.3 Proyeksi Neraca.....	62
6.4 Pajak Penghasilan.....	62
6.5 Proyeksi Arus Kas .....	64
6.6 Penilaian Kelayakan Investasi.....	65
6.6.1 <i>Net Present Value</i> .....	66
6.6.2 <i>Payback Period</i> .....	67

6.6.3 <i>Profitability Index</i> .....	68
6.6.4. Kesimpulan.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Area ketertarikan.....	10
Tabel 2.2 <i>Decision matrix analysis</i> .....	11
Tabel 2.3 Analisis perbandingan berpasangan dan skor akhir.....	13
Tabel 2.4 Tabel skor akhir matrix keputusan dan perbandingan berpasangan .....	13
Tabel 2.5 Analisis SWOT dan strateginya.....	28
Tabel 3.1 Tabel perkiraan penjualan 2023-2025.....	39
Tabel 3.2 Model kanvas .....	40
Tabel 4.1 Peralatan dan gambar.....	42
Tabel 4.2 Perlengkapan dan gambar.....	45
Tabel 4.3 Biaya produksi <i>eyelash extension</i> .....	46
Tabel 4.4 Tabel proses <i>chart</i> .....	46
Tabel 5.1 Deskripsi pekerjaan.....	53
Tabel 5.2 Spesifikasi pekerjaan.....	54
Tabel 5.3 Waktu kerja dan kompensasi .....	56
Tabel 6.1 Biaya bahan baku – perlengkapan .....	60
Tabel 6.2 Biaya peralatan.....	61
Tabel 6.3 Proyeksi neraca .....	62
Tabel 6.4 Pajak penghasilan.....	63
Tabel 6.5 Tabel biaya produksi / HPP .....	63
Tabel 6.6 Tabel laporan laba rugi 2024-2026 .....	64
Tabel 6.7 <i>Net present value</i> .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jenis jenis <i>eyelash extension</i> .....	4
Gambar 1.2 Logo <i>lash beauty</i> .....	6
Gambar 3.1 Perbedaan mata sebelum dan setelah dilakukan <i>eyelash</i> .....	34
Gambar 3.2 Ilustrasi interior salon.....	34
Gambar 3.3 Instagram <i>Pearl Lash beauty</i> .....	36
Gambar 3.4 Gambar fisik perlengkapan <i>eyelash</i> .....	38
Gambar 3.5 Ilustrasi saat melakukan kegiatan <i>treatment eyelash</i> .....	39
Gambar 4.1 Lokasi .....	49
Gambar 4.2 Denah lokasi <i>pear lash beauty</i> .....	50
Gambar 4.3 Gambar denah interior <i>pear lash beauty</i> .....	51
Gambar 5.1 Struktur organisasi <i>pear lash beauty</i> .....	52
Gambar 5.2 Cara mendapatkan bahan baku.....	57
Gambar 5.3 Alur SOP pengerjaan <i>eyelash</i> .....	58