

RENCANA BISNIS (*BUSINESS PLAN*) PERAWATAN KECANTIKAN PADA FAZIA BEAUTY DI KOTA METRO LAMPUNG

¹Denny Kurniawan, ²Sastya Putri
^{1,2} Universitas Nahdlatul Ulama Lampung
E-mail: dennykwn@gmail.com¹
sastyaputri285@gmail.com²

FIDUSIA

*Jurnal Ilmiah Keuangan
dan Perbankan*

ISSN Cetak : 2621-2439
ISSN Online : 2621-2447

Kata kunci: *Rencana Bisnis,
Perawatan Kecantikan, Fazia
Beauty Metro*

ABSTRAK

Penelitian ini berupa penyusunan perencanaan bisnis Fazia Beauty di Kota Metro Lampung dimaksudkan untuk mendapatkan hasil kajian tentang peluang dalam pengembangan usaha Fazia Beauty dan untuk dapat dijadikan sebagai pedoman bagi pengelola dalam hal ini adalah pemilik. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif. Melalui metode analisis ini diharapkan diperoleh gambaran tentang lingkungan bisnis penjualan produk berupa perawatan kecantikan dan produk *skincare* dengan cara mengkaji kondisi lingkungan yang ada dan dilakukan simulasi perhitungan secara matematis untuk melihat prospek bisnis ini secara finansial. Hasilnya menunjukkan bahwa peluang usaha sektor kecantikan masih menguntungkan bagi pelaku usaha. Kualitas pelayanan dan produk yang terus ditingkatkan akan membuat konsumen merasa terpenuhi semua kebutuhannya. Peningkatan penjualan serta efektifitas dan efisiensi agar dapat terus dilakukan untuk memperoleh laba bersih yang meningkat.

This research is about the preparation of business planning intended to obtain the results of the study of opportunities in the development of Fazia Beauty business and can be used as a guideline for the manager in this case is the owner. The research methods used are qualitative descriptive analysis and quantitative analysis. Through this method of analysis is expected to obtain an overview of the business environment of sales of products such as beauty care and skincare products by studying the existing environmental conditions and performing mathematical simulation calculations to see the prospects of this business financially. The results show that business opportunities in the beauty sector are still profitable for entrepreneurs. Continuously improving the quality of services and products will make consumers feel satisfied with all their needs. Increased sales as well as efficiency and efficiency so that they can continue to earn increased net profits.

I. PENDAHULUAN

Kecantikan merupakan bagian dari seni, dimana dalam industri ini setiap wanita dapat mengekspresikan kreatifitas seni tersebut dalam bentuk melakukan perawatan yang menunjukkan identitas dan kepribadian wanita tersebut (Coe, 2021). Salah satu bentuk kreatifitas dalam rangka menjaga kecantikan wanita khususnya adalah dengan melakukan perawatan wajah (*aesthetic treatment*). Usaha dalam perawatan wajah (*aesthetic treatment*) merupakan satu usaha yang sangat positif dan mulia, selain itu juga memiliki prospek yang sangat cerah dimasa mendatang (Windiyanti dkk, 2019).

Saat ini usaha dalam industri kecantikan berkembang begitu sangat pesat yang di tandai dengan semakin banyaknya jumlah klinik kecantikan atau tempat melakukan perawatan kecantikan, sehingga hal ini membuat setiap usaha klinik kecantikan atau tempat perawatan kecantikan berusaha keras untuk merebut hati setiap pelanggannya agar tetap setia menggunakan produk atau jasanya (Agrevinna, 2020). Layanan yang inovatif, kreatif, dan didukung dengan teknologi modern serta layanan (*service*) yang sangat baik (*excellent*) akan menjadi daya tarik tersendiri bagi usaha ini untuk dapat memenangkan persaingan yang cukup kompetitif seperti saat ini, dimana terdapat banyak konsumen dalam hal ini adalah pembeli dan banyaknya penyedia layanan yakni penjual (Runci, 2021).

Langkah awal yang wajib dilakukan dalam membangun usaha adalah dengan membuat perencanaan bisnis (*business plan*) yang merupakan rencana strategis yang akan dilakukan untuk bisa mencapai target (Munawaroh dkk, 2016).

Berdasarkan data kependudukan dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) pada pertengahan tahun 2022 diperoleh data bahwa jumlah populasi perempuan di Kota Metro Lampung yakni sebanyak 86.082 jiwa. Sehingga menjadi suatu hal yang tidak berlebihan jika dalam kegiatan usaha perawatan kecantikan Fazia Beauty menargetkan konsumen yang melakukan perawatan kecantikan sebanyak 300 orang per bulannya.

Berdasarkan pemaparan singkat yang diuraikan tersebut, maka dapat dibuat sebuah rumusan masalah yakni perlu adanya penyusunan perencanaan bisnis (*business plan*) pada kegiatan usaha perawatan kecantikan Fazia Beauty di Kota Metro Lampung yang memuat beberapa bagian penting yakni pemasaran, manajemen, operasional dan keuangan dengan meliputi aspek internal dan eksternal (lingkungan sekitar). Tujuan utama dalam pembuatan karya ilmiah ini adalah untuk mengevaluasi kelayakan bisnis dalam bidang perawatan kecantikan dan menganalisa serta menyusun sebuah perencanaan bisnis (*business plan*) yang baik pada Fazia Beauty di Kota Metro Lampung.

II. KAJIAN PUSTAKA

A. Perencanaan Bisnis

Perencanaan Bisnis (*business plan*) merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh pihak yang melakukan kegiatan wirausaha yang menggambarkan semua unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai pada waktu usaha. Adapun isinya sering merupakan perencanaan terpadu menyangkut pemasaran, permodalan, operasional dan sumber daya manusia. Rencana bisnis (*business plan*) harus mencakup informasi tentang status saat ini, kebutuhan mendatang, serta hasil yang diharapkan (John, 2020).

Rencana bisnis berfokus pada tercapainya sebuah tujuan, dimana tujuan tersebut adalah keuntungan dan keberlangsungan usaha (Fakhrudin dkk, 2022). Sukses sebuah bisnis ditentukan dalam perencanaan strategis dan langkah-langkah usaha untuk menerapkan rencana yang dibuat tersebut. Penyusunan rencana bisnis menggunakan 9 (Sembilan) langkah yang perlu dilakukan, meliputi:

1. Ringkasan eksekutif
2. Deskripsi perusahaan
3. Target pasar
4. Kompetisi
5. Rencana pemasaran dan penjualan

6. Rencana operasi
7. Rencana manajemen
8. Rencana pengembangan
9. Rencana keuangan/finansial

B. Pentingnya Membuat Perencanaan Bisnis

Rencana bisnis menjadi penting karena rencana bisnis sebagai alat yang digunakan untuk melakukan proyeksi dan analisa bagi pengambil keputusan dan kebijakan dimasa mendatang. Rencana bisnis menjadi pedoman strategis untuk mempertajam rencana yang diharapkan dalam menentukan arah tujuan dan cara mencapai sasaran yang diinginkan.

Menurut Munawarah et al (2016) terdapat banyak manfaat yang diperoleh sebelum memulai usaha membuat perencanaan bisnis terlebih dahulu, diantaranya:

1. Kejelasan rencana bisnis dalam menentukan poin-poin penting dalam usaha
2. Potensi besar keberhasilan bisnis karena adanya kejelasan arah tujuan serta visi dan misi bisnis
3. Persiapan lebih matang dalam menghadapi masalah/risiko yang akan terjadi
4. Kejelasan peluang serta potensi pasar
5. Dapat memprioritaskan sumber daya yang dibutuhkan
6. Sebagai pegangan atau dasar fungsi pengendalian

Berikut merupakan alasan mengapa perlu adanya sebuah rencana bisnis sebelum atau ketika memulai sebuah usaha:

1. Mengetahui apa saja yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis
2. Membuat fokus pada tujuan
3. Membantu menghadapi persaingan dengan competitor
4. Mendapatkan modal dari investor

C. Komponen Perencanaan Bisnis

Ada tiga komponen penting yang perlu diperhatikan dalam menyusun rencana bisnis, yaitu:

1. Konsep bisnis

Merupakan ide bisnis tertulis yang berisi visi, misi sebuah bisnis dan nilai produk atau jasa yang akan diberikan kepada pelanggan.

2. Market/Pasar

Analisa mengenai pasar meliputi meliputi pelanggan, pesaing, proses distribusi, dan promosi. Dalam hal ini perlu dibuat sebuah perencanaan pemasaran yang matang yang menjabarkan rencana pemasaran yang akan dijalankan dalam rangka memenangkan persaingan, dan mencapai target yang telah ditentukan.

3. Finansial

Menjelaskan tentang situasi keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, neraca, arus kas, dan tingkat pengembalian dari sebuah investasi bisnis

D. Analisa SWOT

Kinerja sebuah perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal dalam sebuah analisa SWOT, dimana SWOT merupakan singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Kekuatan dan kelemahan berasal dari lingkungan internal perusahaan. Sedangkan peluang dan ancaman berasal dari lingkungan luar perusahaan (eksternal). Analisa SWOT merupakan sistematis untuk menentukan strategi yang terbaik bagi perusahaan sehubungan dengan faktor – faktor kondisi internal dan eksternal perusahaan.

E. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam aspek pasar dan pemasaran ada tiga hal yang harus diperhatikan yaitu:

1. Menentukan target pasar

Dapat diartikan bahwa target pasar adalah pasar yang memiliki konsumen dengan daya beli yang cukup potensial. Dengan target pasar yang jelas maka akan mempermudah untuk menentukan produk yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Melakukan analisa pasar

Langkah-langkah yang dilakukan untuk analisa pasar yakni dengan mengukur permintaan dan penawaran dan mencari tahu tentang pelanggan dan pesaing.

3. Memuaskan pelanggan

Informasi analisis pasar digunakan untuk memuaskan pelanggan yang selanjutnya akan meningkatkan penjualan dan laba.

F. Aspek teknis dan Produksi

Dalam aspek teknis dan produksi hal yang menjadi perhatian adalah:

1. Desain produk dan jasa

2. Manajemen kualitas

3. Perencanaan proses dan kapasitas

4. Penentuan lokasi

5. *Layout* fasilitas

6. Manajemen persediaan

7. penjadwalan

G. Aspek keuangan

Beberapa hal yang dibahas dalam aspek keuangan adalah :

1. Modal awal

Modal awal diperlukan untuk pembayaran tanah, gedung, perabotan dan peralatan, iklan dan promosi sebelum memulai bisnis, pembelian peralatan, penyediaan barang dan inventaris, biaya perijinan, biaya listrik dan telpon/internet, dan pengeluaran lainnya

2. Menetapkan harga produk yang dijual

Sebelum menetapkan harga produk kepada pelanggan, maka lakukan kalkulasi terhadap biaya untuk memproduksi barang atau jasa tersebut

3. Menyusun rencana keuangan

Komponen dalam menyusun rencana keuangan, meliputi:

- Rencana biaya
- Rencana penjualan dan biaya
- Rencana neraca
- Rencana arus kas (*cashflow*)
- Rencana perhitungan tingkat pengembalian investasi
-

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini yakni berupa perancangan sebuah perencanaan bisnis (*business plan*) menggunakan model penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2018).

Objek dalam penelitian yakni produk yang dijual berupa barang dan jasa (layanan) yang diberikan kepada konsumen, dimana akan dilihat bagaimana respon konsumen

dalam menggunakan produk atau menggunakan layanan jasa berupa facial dan treatment. Lokasi tempat dimana penelitian dilakukan yakni Fazia Beauty yang berlokasi di Jl. Brigjen Sutyoso no 32B Metro Pusat Lampung. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan gabungan data dari berbagai sumber baik yang berasal dari internal Fazia Beauty dan juga eksternal.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Fazia beauty menjalankan kegiatan usaha kecantikan perawatan wajah melalui facial, treatment dan penjualan produk kecantikan yakni *skincare* dengan sasaran pangsa pasar (target market) yakni konsumen wanita yang berusia 18 hingga 60 tahun.

2. Visi dan Misi

Visi dari Fazia Beauty adalah menjadi salah satu penyedia jasa perawatan kecantikan terpercaya yang memberikan layanan terbaik (*service excellent*) dengan didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten. Misi dari Fazia Beauty adalah:

- Memberikan layanan terbaik (*service excellent*) dan memuaskan kepada seluruh konsumen dengan memenuhi bahkan melebihi ekspektasi pelanggan
- Membuat suasana yang nyaman bagi pelanggan dengan mengedepankan etika dan sopan santun dalam memberikan pelayanan
- Menjaga keunggulan dalam teknologi perawatan kecantikan kulit wajah dengan menyediakan bahan baku utama treatment yang aman dan peralatan yang mengikuti perkembangan jaman dan kebutuhan konsumen
- Menciptakan inovasi perawatan kecantikan yang aman dan berkualitas

3. Kunci Sukses

Dalam mewujudkan visi dan misi Fazia Beauty untuk mencapai kesuksesan dalam berusaha, maka beberapa kunci sukses yang menjadi acuan dalam menjalankan kegiatan usaha adalah :

- Mengikuti trend (berinovasi) dan memahami kebutuhan konsumen
- Memiliki sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan berakhlak
- Pendidikan (pelatihan) dan teknologi
- Menciptakan *customer experience* unik
- Menciptakan *customer engagement* dalam jangka panjang

4. Sasaran Bisnis

Dalam jangka pendek sasaran bisnis dari Fazia Beauty adalah:

- Memberikan pendidikan dan pelatihan para tenaga kerja yang merupakan aset penting usaha
- Melengkapi kebutuhan sarana dan prasarana utama dalam kegiatan usaha
- Menambah menu perawatan sesuai dengan kebutuhan masalah kulit wajah konsumen yang bervariasi
- Menciptakan *awareness* masyarakat kalangan wanita mengenai pentingnya perawatan kulit wajah khususnya yang dilakukan di Fazia Beauty dengan menggunakan beberapa media promosi dalam digital marketing

Dalam jangka panjang sasaran bisnis Fazia Beauty adalah:

- Memiliki bangunan usaha milik sendiri dengan konsep ruangan pelayanan multietnis (memiliki ruangan nuansa jawa, nuansa eropa, nuansa amerika klasik, dan nuansa lainnya)
- Membuka tempat pendidikan kecantikan yang bersertifikasi dan diakui secara nasional dan internasional
- Melakukan ekspansi usaha dengan membuka jaringan pelayanan baru keseluruhan wilayah diprovinsi lampung dan sumatera yang dapat dilakukan dalam bentuk *Franchise*

B. Produk dan Layanan

1. Penjelasan produk dan layanan

Jenis perawatan di Fazia Beauty fokus perawatan kulit wajah yaitu facial, totok aura dan treatment. Manfaat perawatan kulit wajah sendiri adalah mampu membantu membuat kulit nampak bersih, terhidrasi dengan baik, terlihat lebih muda, meningkatkan kemampuan penyerapan kulit dan membuat wajah lebih rileks. Berikut adalah jenis-jenis perawatan yang tersedia di Fazia Beauty. Perawatan Wajah Facial Detox Fazia, Facial Oxy Bening Fazia, Facial Princes Fazia, Facial Bubble Cristal Fazia, Facial Aura Magic Fazia.

2. Biaya Perawatan

Biaya perawatan pada Fazia Beauty di tetapkan dari HPP dan laba yang di sesuaikan dengan kondisi lapangan setelah di lakukan survey terhadap pasar dan pesaing yang ada, barulah di tentukan harga jual yang sesuai.

Tabel 1. Daftar Harga Perawatan

| No | Jenis Perawatan | Durasi | Harga |
|----|-----------------------|-----------|---------|
| 1 | Facial Aura Magic | 120 menit | 750.000 |
| 2 | Facial Bubble Crystal | 90 menit | 450.000 |
| 3 | Facial Princes Fazia | 90 menit | 400.000 |
| 4 | Facial Oxy Bening | 90 menit | 175.000 |
| 5 | Facial Detox Fazia | 90 menit | 175.000 |

3. Pamflet Promosi

Pamflet (*Flyer*) digunakan dalam materi promosi Fazia Beauty, baik dalam bentuk pamlet online mau pun offline (cetak), keduanya diperlukan sesuai dengan kegiatan promosi yang dilakukan. Tujuan dari adanya Pamflet (*flyer*) promosi ini adalah untuk memberikan kemudahan informasi kepada konsumen atau calon konsumen mengenai menu perawatan yang ada di Fazia Beauty dan media promosi seperti ini merupakan salah satu bentuk yang memberi kemudahan untuk menyebarkan informasi dalam skala yang cukup luas.



Gambar 1. Pamflet (*flyer*) promosi produk perawatan kecantikan Fazia Beauty

C. Analisa Pasar

1. Ukuran Pasar

Mengetahui besarnya ukuran pasar potensial yang menjadi sasaran pemasaran atau penjualan layanan perawatan di Fazia Beauty menjadi sangat penting guna menentukan jenis layanan yang akan disediakan dan kapasitas yang perlu dipersiapkan. Selain itu, dengan ukuran pasar yang ada Fazia Beauty akan melakukan analisa seberapa besar demand akan layanan perawatan kecantikan yang ada disekitar wilayah usaha. Dari jumlah penduduk di Kota Metro yang berjenis kelamin wanita sebanyak 80.429 jiwa, dengan rentang usia 18 – 50 tahun diambil perkiraan bahwa sekitar 8.000 orang wanita akan melakukan perawatan kecantikan. Maka dari jumlah tersebut ditargetkan dapat terpenuhi 24 orang wanita yang akan melakukan perawatan di Fazia Beauty dalam sehari.

2. Analisa SWOT

Berikut merupakan hasil analisis SWOT dari Fazia Beauty:

a. Kekuatan (*strength*)

- Harga/biaya perawatan yang terjangkau untuk semua kalangan
- Memiliki menu perawatan yang bervariasi
- Memiliki peralatan/teknologi terkini dan bahan baku berkualitas dan berbeda dari yang lain
- Memiliki kualitas pelayanan yang baik yang dapat melebihi ekspektasi konsumen
- Memiliki tempat usaha yang mudah diakses dan terletak dipusat kota
- Memiliki *therapist (beautician)* yang kompeten dan berpengalaman

b. Kelemahan (*weakness*)

- Merupakan pendatang baru dalam usaha sehingga *brand* belum terkenal
- Adanya persepsi bahwa melakukan perawatan memerlukan biaya yang besar

c. Peluang (*opportunity*)

- Belum adanya usaha sejenis disekitar tempat usaha yang menawarkan perawatan dengan menu yang bervariasi
- Jumlah populasi wanita disekitar tempat usaha yang cukup besar
- Bekerjasama dengan selegram yang sudah dikenal untuk mereferensikan/mempromosikan perawatan kecantikan di Fazia Beauty
- Banyaknya konsumen pembeli produk kecantikan yang memberikan referensi untuk melakukan perawatan di Fazia Beauty

d. Ancaman (*threat*)

- Bermunculannya usaha perawatan kecantikan disekitar wilayah usaha
- Konsumen yang semakin selektif dan kritis
- Munculnya teknologi/peralatan yang semakin berkembang dipasaran
- Terdapat kompetitor yang lebih besar dan lengkap yang telah ada lebih dulu

3. Analisa Kompetitif

Analisa kompetitif diperlukan untuk mengidentifikasi strategi yang dimiliki oleh kompetitor didalam memasarkan produk atau jasanya, dimana melalui analisa ini kita dapat juga mengetahui kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh masing-masing kompetitor. Berikut merupakan analisa kompetitif dari kompetitor yang ada disekitar (lokasi yang cukup berdekatan) tempat usaha Fazia Beauty:

a. Meilleur Aesthetic Clinic

- Telah beroperasi lebih dulu (pemain lama)
 - Sudah memiliki peralatan dan perlengkapan dengan teknologi terkini (canggih)
 - Memiliki banyak therapist
 - Memiliki dokter kecantikan sendiri
 - Letak lokasi tempat usaha yang kurang strategis karena tidak berada dipusat kota
 - Pelayanan dan hasil yang kurang memuaskan menurut sebagian konsumen yang pernah mencoba perawatan ditempat tersebut
 - Harga/biaya perawatan yang cukup tinggi
- b. Luxella Beauty
- Telah beroperasi lebih dulu dibandingkan Fazia Beauty
 - Lokasi berada dipusat kota (strategis) – berdekatan dengan Fazia Beauty
 - Menu perawatan sedikit (hanya facial biasa)
 - Pemasaran kurang agresif dilakukan (tidak melakukan promo melalui sosial media)
 - Harga/biaya perawatan cukup tinggi
- c. Luxderma Clinic
- Telah beroperasi lebih dulu dibandingkan Fazia Beauty
 - Lokasi strategis dipusat kota – berdekatan dengan Fazia Beauty
 - Memiliki dokter kecantikan sendiri
 - Harga/biaya perawatan cukup tinggi
 - Konsultasi dikenakan biaya
 - Area parkir sempit

D. Segmentasi Pelanggan

1. Target Pasar

Dalam menjalankan kegiatan usaha perawatan kecantikan, Fazia Beauty memiliki target pasar yakni kalangan wanita berusia antara 18 s/d 50 tahun dengan latar belakang pegawai kantoran (pemerintah dan swasta), mahasiswi, pengusaha (pedagang) dan ibu rumah tangga. Para konsumen yang melakukan perawatan tersebut biasanya merupakan kalangan wanita yang secara sosial aktif dalam suatu perkumpulan atau kegiatan tertentu, sehingga informasi mengenai Fazia Beauty diperoleh tidak hanya melalui media sosial akan tetapi juga melalui informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

2. Analisa Segmentasi

Analisa segmentasi perlu dilakukan untuk melihat besarnya peluang pasar yang ada, dimana perusahaan menentukan target pasar dengan membagi pasar kedalam kelompok yang lebih rinci (spesifik) yang memiliki karakter atau kesamaan tertentu. Segmentasi konsumen yang menjadi sasaran Fazia beauty berdasarkan kriteria dibawah ini:

- a. Segmentasi demografis, yakni para wanita usia 18 s/d 50 tahun yang memiliki latar belakang pegawai kantoran (pemerintah dan swasta), mahasiswi, pengusaha (pedagang) dan ibu rumah tangga yang memiliki anggaran belanja (disposable income) untuk perawatan kecantikan berkisar Rp. 500.000 – 3.500.000 perbulan
- b. Segmentasi geografis, yakni lokasi yang strategis berada dipusat kota, maka secara geografis konsumen disekitar wilayah metro akan dapat dengan mudah

mengakses atau berkunjung ke tempat perawatan di Fazia Beauty dan tidak menutup kemungkinan konsumen yang berada diluar Kota Metro seperti konsumen dari Lampung Timur dan Lampung tengah memiliki kemudahan untuk mengakses lokasi Fazia Beauty

- c. Segmentasi Psikologis, Layanan yang ditawarkan oleh Fazia Beauty diposisikan sebagai pilihan perawatan yang tepat dengan berbagai macam menu perawatan yang mengakomodir permasalahan kulit wajah konsumen dengan biaya/harga yang terjangkau, dimana secara psikologis para konsumen memiliki hampir kesamaan kriteria (life style)
 - d. Segmentasi perilaku, Fazia Beauty menawarkan berbagai macam menu layanan yang dapat memenuhi harapan (ekspektasi) konsumen baik untuk kalangan menengah keatas dan juga kalangan menengah kebawah dengan layanan yang berkualitas dan manfaat yang dapat dirasakan dengan segera.
3. Strategi Pemasaran
- Beberapa strategi pemasaran yang dilakukan Fazia Beauty:
- a. Produk (*product*). Produk dan layanan perawatan yang ditawarkan Fazia Beauty disesuaikan dengan kebutuhan dan permasalahan kulit wajah konsumen.
 - b. Harga (*price*). Fazia beauty menawarkan harga yang terjangkau bagi konsumennya. Penentuan harga dilakukan dengan melakukan survey beberapa usaha sejenis.
 - c. Tempat (*place*). Tempat kegiatan usaha yang memiliki lokasi yang strategis berada dipusat kota (pusat aktifitas dan keramaian).
 - d. Promosi (*promotion*). Promosi dilakukan dengan menggunakan *digital marketing* dalam rangka memudahkan dan mempercepat proses pengenalan keberadaan/merk Fazia Beauty.
 - e. Orang (*people*). Pemberian layanan yang mengedepankan sopan santun dan keramahan akan memberikan kesan yang luar biasa bagi konsumen.

E. Rencana Pemasaran

1. Rencana pemasaran merupakan sebuah proses yang harus dilakukan dengan mengumpulkan sebanyak mungkin informasi mengenai pasar yang akan dituju untuk selanjutnya membuat sebuah strategi yang tepat sasaran. Salah satu bentuk rencana pemasaran yang saat ini akan dilakukan oleh Fazia Beauty adalah sosial media marketing yang saat ini menjadi sistem pemasaran langsung yang mulai banyak digunakan oleh para pelaku usaha, dimana hal tersebut selain terbukti efektif juga biaya yang dikeluarkan relatif tidak terlalu besar.
 2. Metode pemasaran
- Beberapa metode pemasaran yang akan dilakukan oleh Fazia beauty antara lain:
- a. Menggunakan Platform Media Sosial
Dengan jangkauan yang sangat luas ini, media sosial menjadi bagian metode pemasaran yang utama bagi Fazia Beauty.
 - b. Menggunakan jasa influencer
Influencer memiliki peran yang cukup signifikan dalam membentuk persepsi konsumen untuk mencoba produk atau layanan baru yang belum dikenal sebelumnya.
 - c. Membuka program afiliasi

Bentuk kerjasama dengan unit usaha lain melalui program potongan harga (diskon) jika berbelanja disalah satu mitra afiliasi akan menjadi salah satu metode pemasaran yang akan dijalankan.

3. Basis Data Klien

Basis data mengenai permasalahan dan solusi yang diberikan oleh Fazia Beauty merupakan bagian dari informasi yang harus dikelola terlepas apakah terjadi penjualan (closing) atau tidak. Solusi yang dikumpulkan dalam basis data ini dapat berupa konten, tutorial, ataupun testimoni dari para konsumen yang sudah mendapatkan manfaat dari penggunaan produk atau perawatan di Fazia Beauty.

4. Poin Unik Penjualan

Keunggulan suatu produk atau layanan yang diberikan dibandingkan yang ada dipasaran merupakan faktor yang utama untuk mendapatkan pangsa pasar potensial. Keunggulan ini yaitu berupa keunikan yang membedakannya dari penawaran yang muncul dari para kompetitor atau pelaku usaha sejenis. Fazia beauty mencoba memperkenalkan berbagai macam menu pelayanan perawatan yang tidak tersedia ditempat layanan perawatan lainnya disekitar tempat usaha atau ditempat pesaing langsung

F. Rencana Operasional

1. Pemasok

Jenis perawatan yang ditawarkan Fazia Beauty yakni perawatan kulit wajah dengan menggunakan produk perawatan yang berbahan dasar alami dan juga produk perawatan import dari beberapa negara yang merupakan ikon kecantikan atau perawatan kulit wajah seperti korea. Pasokan produk ini diperoleh Fazia Beauty dari beberapa rekanan yang berada diluar daerah yang sudah lama berkecimpung dalam produk perawatan.

2. Produksi

Fazia Beauty menentukan harga jual berdasarkan besarnya ongkos produksi (biaya modal) yang dikeluarkan yang dihitung secara rinci (termasuk biaya tidak langsung), untuk selanjutnya menentukan berapa besar prosentase margin yang akan diambil. Secara umum besaran margin yang akan diambil nilainya bervariasi (tidak sama setiap jenisnya) antara menu layanan yang ditawarkan. Berbeda halnya untuk produk kecantikan Fazia Beauty yang dijual, dimana Fazia Beauty memiliki saluran pemasaran dari mulai agen hingga reseller dengan penentuan margin sebesar 40% agen dan 65% dari reseller. Untuk harga jual eceran terendah ke konsumen (end user) besaran margin yang bisa diperoleh yakni sebesar 95%.

3. Fasilitas dan Akses

Fazia Beauty berada dipusat kota yang berdampingan/berdekatan dengan pusat perkantoran (pemerintah/swasta), pusat pendidikan, pusat bisnis (usaha) dan fasilitas umum sangat memudahkan bagi konsumen dan calon konsumen untuk dapat mengakses lokasi usaha tersebut. Dengan lahan parkir cukup luas dan jalan jalur utama yang besar akan menambah kenyamanan dan memberikan kemudahan konsumen dan calon konsumen. Fasilitas tempat usaha yang berada di ruko 3 lantai dengan space ruangan yang cukup besar memberikan kesan sejuk dan luas sehingga membuat nyaman konsumen yang masuk untuk membeli produk ataupun yang akan melakukan perawatan wajah di ruang treatment yang telah dilengkapi dengan pendingin ruangan (AC) dan perlengkapan treatment (bed) yang nyaman.

4. Inventaris Peralatan dan Produk

Inventaris peralatan dan persediaan produk yang ada di Fazia Beauty dicatat dalam sistem komputerisasi untuk memudahkan kontrol terhadap ketersediaan dan kecukupan yang harus disiapkan. Untuk produk yang berhubungan dengan kegiatan layanan treatment, persediaan atas kecukupannya menjadi tanggung jawab dari therapist/beautician yang harus membuat laporan persediaan untuk disampaikan kebagian operasional (selaku penanggung jawab persediaan).

5. Tamu Misteri dan Umpan Balik Konsumen

Operasional usaha Fazia Beauty dilakukan dengan senantiasa berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan dapat memuaskan seluruh konsumen. Namun dalam kenyataannya tentu umpan balik dari konsumen menjadi hal yang sangat berharga bagi Fazia Beauty untuk selalu berbenah untuk menjadi lebih baik lagi dari kondisi saat ini. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan tamu misteri (mystery guest) yang berasal dari orang-orang yang sudah kita kenal dekat untuk memberikan penilaian atas seluruh aspek dari usaha yang dijalankan. Umpan balik dari konsumen Fazia Beauty mengenai pelayanan dan aspek lainnya dilakukan dengan menyediakan kotak penilaian yang nantinya akan dimasukkan kertas sesuai dengan pilihan konsumen dari mulai kotak nomor satu hingga nomor lima yang menjelaskan tingkat kepuasan yang diperoleh dari Fazia Beauty.

G. Rencana Keuangan

1. Modal dan Investasi

Sebuah usaha baru dibidang perawatan dan penyediaan produk kecantikan yang dirintis tentu memerlukan modal dan investasi yang cukup besar terutama usaha yang berskala menengah. Perencanaan mengenai keuangan diperlukan untuk mengalokasikan kebutuhan yang disesuaikan dengan kemampuan Fazia Beauty. Dalam tahap awal usaha perencanaan modal dan investasi Fazia Beauty sebagaimana yang disajikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2. Investasi dan Modal Awal

| Investasi | Jumlah | Biaya/Tahun | Total |
|-------------------------------------|---------------|--------------------|------------------------|
| Building Rent 5 Years | 5 | Rp. 60.000.000 | Rp. 300.000.000 |
| Renovation & Interior Decoration | 1 | Rp. 25.000.000 | Rp. 25.000.000 |
| Furniture | 1 | Rp. 100.000.000 | Rp. 100.000.000 |
| IT | 1 | Rp. 25.000.000 | Rp. 25.000.000 |
| Operating Supplies | 1 | Rp. 15.000.000 | Rp. 15.000.000 |
| Linen & Towel | 1 | Rp. 20.220.000 | Rp. 20.220.000 |
| Legal | 1 | Rp. 5.000.000 | Rp. 5.000.000 |
| 3 Month Pre Operational Cost | | | |
| Training | 1 | Rp. 20.000.000 | Rp. 20.000.000 |
| Stock for 1 st 3 Month | 1 | Rp. 15.000.000 | Rp. 15.000.000 |
| Total | | | Rp. 525.220.000 |

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa Fazia Beauty memulai usaha dengan menyiapkan tempat usaha melalui sewa yang direncanakan dalam 5 tahun dan

diharapkan setelah waktu tersebut akan dapat memiliki tempat usaha milik sendiri. Investasi awal lainnya yakni renovasi dan penataan interior ruangan, pembelian furniture, pembelian perlengkapan yang berhubungan dengan teknologi informasi, pembelian perlengkapan operasional usaha, dan termasuk biaya pengurusan perijinan usaha. Selain itu juga Fazia Beauty mengalokasikan investasi awal sebelum kegiatan operasional berjalan yakni berupa investasi pendidikan berupa training dan penyediaan persediaan untuk 1 sampai dengan 3 bulan kedepan.

2. Proyeksi Keuangan

Fazia Beauty membuat proyeksi keuangan dalam 5 tahun kedepan yakni tahun 2024 – 2028, dimana diperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia yakni tumbuh sebesar 5,7% ditahun 2024, 5,90% ditahun 2025, 6,10% ditahun 2026, 6,30% ditahun 2027 dan 6,50% ditahun 2028

Tabel 3. Proyeksi Keuangan 5 tahun

| 5 Year Forecast 2024-2028 | | FORECAST of Economic growth in Indonesia | | | | |
|---------------------------|--------------------|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | 5,7% | 5.90% | 6.10% | 6.30% | 6.50% |
| | TOTAL 2023 | Forecast 2024 | Forecast 2025 | Forecast 2026 | Forecast 2027 | Forecast 2028 |
| Revenue | 1,728,000,000 | 1,826,496,000 | 1,934,259,264 | 2,052,249,079 | 2,181,540,771 | 2,323,340,921 |
| Expense | 1,127,502,000 | 1,191,769,614 | 1,262,084,021 | 1,339,071,147 | 1,423,432,629 | 1,515,955,750 |
| Profit Before Tax | 600,498,000 | 634,726,386 | 672,175,243 | 713,177,933 | 758,108,142 | 807,385,172 |
| Taxes | 172,800,000 | 182,649,600 | 193,425,926 | 205,224,908 | 218,154,077 | 232,334,092 |
| Profit After Tax | 427,698,000 | 452,076,786 | 478,749,316 | 507,953,025 | 539,954,065 | 575,051,079 |

3. Laporan Laba Rugi

Besar dan kecilnya keuntungan yang dapat dihasilkan oleh Fazia Beauty dipengaruhi oleh seberapa besar pendapatan yang dapat dihasilkan dari usaha ini dan sebesar besar usaha ini dapat mengelola beban/biaya yang dikeluarkan. Salah satu cara yang juga dapat dilakukan dalam melakukan pengelolaan pengeluaran berupa beban/biaya adalah dengan melakukan langkah efisiensi biaya.

Tabel 4. Laporan Laba Rugi

| Income Statement - Tahun 2023 | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| (in millions) | 50% | Jan | Feb | Mar | Apr | May | Jun | Jul | Aug | Sep | Oct | Nov | Dec |
| Revenue | 90,000.00 | 126,000.00 | 162,000.00 | 162,000.00 | 126,000.00 | 126,000.00 | 144,000.00 | 144,000.00 | 144,000.00 | 144,000.00 | 144,000.00 | 144,000.00 | 162,000.00 |
| Expense | 61,665.00 | 82,936.50 | 95,590.50 | 95,590.50 | 82,936.50 | 82,936.50 | 89,263.50 | 89,263.50 | 89,263.50 | 89,263.50 | 89,263.50 | 89,263.50 | 95,590.50 |
| Profit Before Tax | 28,335.00 | 43,063.50 | 66,409.50 | 66,409.50 | 43,063.50 | 43,063.50 | 54,736.50 | 54,736.50 | 54,736.50 | 54,736.50 | 54,736.50 | 54,736.50 | 66,409.50 |
| Taxes | 4,500.00 | 12,600.00 | 16,200.00 | 16,200.00 | 12,600.00 | 12,600.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 16,200.00 |
| Profit After Tax | 23,835.00 | 30,463.50 | 50,209.50 | 50,209.50 | 30,463.50 | 30,463.50 | 40,336.50 | 40,336.50 | 40,336.50 | 40,336.50 | 40,336.50 | 40,336.50 | 50,209.50 |

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa pada awal operasional yakni ketika *soft opening* diperkirakan tingkat *occupancy* atau ketersediaan layanan adalah sebesar 50% dari kondisi normal, sehingga diperkirakan rata-rata keuntungan bersih (laba setelah pajak) yang dapat diperoleh dari kegiatan usaha yang dijalankan oleh Fazia Beauty selama tahun 2023 yakni sebesar 27,80%, dengan asumsi bahwa pajak atas hasil usaha hanya dikenakan/dibebankan sebesar 5% dari keuntungan kotor (laba sebelum pajak).

4. Neraca

Tabel 5. Laporan Neraca

| Balance Sheet First Month Operation - Jan 2023 | | | | | |
|--|-------------------------------|--------------------------|--------------|-------------------------------------|--------------------------|
| Ref | Nama Perkiraan | Aktifa | Ref | Nama Perkiraan | PASIVA |
| | Cash & Bank | | | | |
| | Petty cash | -Rp 500,000.00 | | Akumulasi Depreciation | Rp 11,497,500.00 |
| | Bank | Rp 356,684,334.00 | | | |
| | Accounts receivable | | | | |
| | Property | | | | |
| | Fixed Asset of building rent | Rp 300,000,000.00 | | | |
| | Renovation | Rp 25,000,000.00 | | | |
| | Inventory | | | | |
| | Furniture & Decoration | Rp 100,000,000 | | | |
| | IT | Rp 25,000,000.00 | | | |
| | Operational Suply | Rp 15,000,000.00 | | | |
| | Training investment | | | | |
| | Training | Rp 20,000,000.00 | | payable to product suppliers | Rp 75,000,000.00 |
| | Legal | Rp 5,000,000.00 | | | |
| | Stock | | | | |
| | Linen & Towel | Rp 20,220,000 | | | |
| | Product Stock for 1st 3 month | Rp 15,000,000.00 | | | |
| | | | | Training budget | Rp - |
| | | | | Investor | Rp 881,404,334.00 |
| | TOTAL | Rp 881,404,334.00 | TOTAL | | Rp 881,404,334.00 |

5. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas merupakan bagian penting dari laporan keuangan yang menggambarkan posisi atau aliran dana kas masuk dan dana kas keluar baik berupa tunai maupun investasi tunai. perkiraan arus kas masuk yang berasal dari penjualan pada januari 2023 yakni sebesar Rp. 126.000.000 dengan arus kas keluar yang berasal dari biaya tetap dan biaya variabel sebesar Rp. 75.984.833 dan pada desember 2023 arus kas masuk sebesar Rp. 162.000.000 dengan arus kas keluar sebesar Rp. 92.238.833. Pada awal tahun yakni januari 2023 diperkirakan besarnya penjualan (sales receipt) adalah sebesar 70% dari perkiraan penjualan per bulan yang telah dibuat perkiraannya dalam penyusunan laporan keuangan usaha Fazia Beauty

6. Tingkat Pengembalian Investasi

Semakin besar tingkat penjualan dengan margin yang sesuai dengan perkiraan maka tingkat pengembalian modal awal usaha akan dapat dipenuhi dalam waktu yang tidak lama. Sebagaimana dalam laporan tingkat pengembalian investasi (ROI), bahwa perkiraan tingkat pengembalian dari investasi modal awal yang dikeluarkan oleh Fazia Beauty akan dapat dikembalikan dalam jangka waktu kurang lebih 33 bulan (2,75 tahun).

V. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian berupa perancangan/penyusunan perencanaan bisnis (*business plan*) yakni bahwa industri kecantikan dalam kegiatan perawatan berupa facial and treatment dan produk *skincare* merupakan bidang usaha yang masih cukup menarik dan memiliki prospek usaha yang baik. Namun untuk sebuah usaha yang baru dijalankan tentunya memerlukan banyak strategi khususnya dalam pengelolaan dan pemasaran usaha tersebut. Perancangan strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan dan masyarakat disertai dengan dukungan penggunaan teknologi digital marketing diharapkan dapat menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan usaha dibidang ini. Dari hasil pengolahan data laporan keuangan dapat dilihat bahwa tingkat

profitabilitas dari usaha ini cukup tinggi dan baik yang juga ditandai dengan tingkat pengembalian investasi dalam jangka waktu 33 bulan (2,75 tahun).

Saran yang dapat diberikan agar usaha ini nantinya dapat lebih berkembang antara lain dengan melakukan *improvement* produk dengan lebih inovatif, dalam hal pemasaran agar Fazia Beauty dapat melakukan kerjasama dengan komunitas atau perkumpulan tertentu dan dengan adanya website tentu akan menjadi nilai tambah positif agar Fazia Beauty dapat dikenal dalam skala yang lebih luas (nasional).

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal:

Agrevinna, M. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis dalam Bidang Kecantikan. *Jurnal Tata Rias dan Kecantikan* 155(1), 58-66

Coe, C. (2021). Business Plan Bisnis Salon Kecantikan “Daily Salon” di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. 5(2), 190-194

Keri, I. (2021). Strategi Penerapan *Business Plan* dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal akunsyah: Jurnal Akuntansi & Keuangan Syariah* 1(2), 65-80

Runci, H. S. (2021). Model Bisnis Penerbit Buku Darul Haq dengan Pendekatan *Business Model Canvas*. *Al-Misbah* 2(1), 14-21

Sumber Buku:

Fakhrudin, A., Yudianto, K., dan Melly, Y. S. (2022). *Perencanaan Bisnis*. Deepublish Publisher. Yogyakarta

Hermawan, S., Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative. Malang

John, E. H. J., (2020). *Perencanaan Bisnis (Business Plan): Aplikasi dalam Bidang Sumberdaya Alam*. Deepublish Publisher. Yogyakarta.

Munawaroh, M., Rimiyati, H., dan Hindasah, L. (2016). *Perencanaan Bisnis*. LP3M UMY. Yogyakarta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung

Windyati dan Tjahjono, M. (2019). *Perawatan Kecantikan Kulit*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta