

Analisis Rencana Bisnis Pada Nayanika Beauty Bar

Ahmad Noval Galendra¹, Fauzan Aziz²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, novalgalendra@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, fauzanaziz@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This research aims to provide an overview of the business plan for Nayanika Beauty Bar through a market analysis approach, marketing strategy, operational strategy, management team plan and financial plan. This research is qualitative research to understand the phenomena or problems that exist in the object studied with descriptive explanations. Through a market analysis approach, researchers will analyze competitors, using the TAM SAM SOM method, and STP (segmenting, targeting, positioning). Next, after carrying out a market analysis, you will create a marketing strategy that suits your market share using 4ps and 4cs marketing. Then you will create an operational strategy that aims to develop a good operational strategy that will enable a business to examine and implement an effective and efficient system for managing resources. A management team plan must be in place because it will shape good performance in a company or business. In financial strategy, we will determine company or business financial decisions in a broad and long term manner by looking at the impact of decisions that will affect future profits and be able to attract investors to invest funds in the company to develop existing businesses. Researchers recommend a business plan to develop all functional aspects of the company's business.

Keywords-business plan analysis, market analysis, marketing strategy, operational strategy,, financial plan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran rencana bisnis bagi Nayanika Beauty Bar melalui pendekatan analisis pasar, strategi pemasaran, strategi operasional, rencana tim manajemen, dan rencana keuangan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif untuk memahami fenomena atau permasalahan yang ada pada objek diteliti dengan penjelasan deskriptif. Melalui pendekatan analisis pasar peneliti akan menganalisis kompetitor, menggunakan metode TAM SAM SOM, dan STP (segmenting, targeting, positioning). Berikutnya setelah melakukan analisis pasar akan membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan pangsa pasar dengan menggunakan 4ps dan 4cs marketing. Lalu akan membuat strategi operasional yang bertujuan untuk mengembangkan strategi operasional yang baik akan membuat suatu bisnis dapat memeriksa dan menerapkan sistem yang efektif dan efisien dalam mengelola sumber daya. Rencana tim manajemen harus ada karena akan membentuk kinerja yang baik dalam suatu perusahaan atau bisnis. Dalam strategi keuangan kita akan menentukan keputusan keuangan perusahaan atau bisnis secara luas dan jangka panjang dengan melihat dampak keputusan yang akan mempengaruhi profit di masa yang akan datang serta mampu menarik investor agar menginvestasikan dana pada perusahaan guna mengembangkan bisnis yang ada. Peneliti merekomendasikan business plan untuk mengembangkan seluruh aspek fungsional bisnis perusahaan.

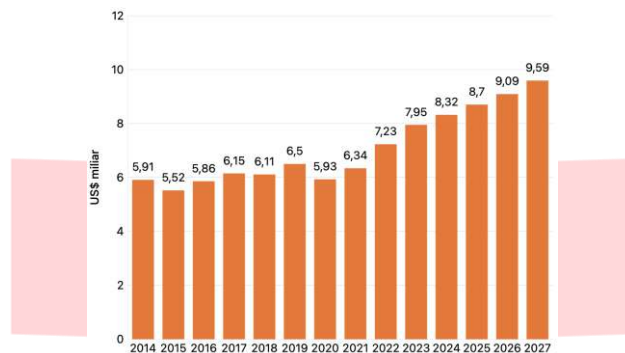
Kata Kunci-analisa rencana bisnis, analisis pasar, strategi pemasaran, strategi operasional, rencana keuangan

I. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, gaya hidup modern turut berkembang pula di Indonesia. Dimana gaya hidup modern saat ini menuntut seseorang untuk memperhatikan penampilan baik itu laki-laki atau perempuan, tua ataupun muda. Penampilan menjadi hal yang penting dan menjadi gaya hidup bagi banyak orang. Penampilan seseorang saat ini bukan hanya dinilai dari cara berbusana atau berpakaian, tetapi juga terkait merawat dan mempercantik anggota tubuh dari ujung kepala hingga ujung kaki. Bagaimanapun di zaman modern ini semua orang sibuk dengan pekerjaan, karir dan keluarganya, sehingga kebanyakan orang memilih untuk menghabiskan waktu luangnya untuk memanjakan diri dengan melakukan perawatan kecantikan di salon atau *beauty bar*.

Setiap orang akan merasa senang apabila memiliki bulu mata dan kuku yang terlihat indah. Dimana merias kuku saat ini menjadi hal yang banyak digemari baik oleh kalangan anak muda maupun orang tua. Saat ini banyak orang berpikir memiliki kuku yang indah dengan desain yang kita inginkan dan bulu mata yang tebal menjadi impian semua orang. Kesesuaian antara warna dan model kuku dengan gaya berpakaian seseorang tentu akan membuat penampilan seseorang tersebut menjadi lebih menarik..

Dunia kecantikan merupakan bagian dari seni dan setiap perempuan untuk mengekspresikan seni tersebut dalam bentuk perawatan kecantikan yang menunjukkan identitas dan kepribadian perempuan tersebut. Demi mempercantik diri lebih baik khususnya perempuan di Indonesia akan banyak melakukan perawatan diri. Salon menjadi salah satu tempat terbaik untuk melakukan perawatan dari ujung kaki sampai kepala dan berbagai salon banyak memberikan pelayanan yang hadir di Indonesia. Menurut Annisa Mutia (databoks.katadata.co.id, 2022) berdasarkan laporan statistik, pendapatan di pasar kecantikan dan perawatan diri mencapai US\$7,23 miliar atau Rp.111,83 triliun (dengan kurs 1 dollar sebesar Rp.15,467.5) pada tahun 2022. Pasar akan tumbuh setiap tahunnya 5,81%(CAGR atau tingkat pertumbuhan per tahun dari 2022 - 2027). Secara akurat, segmen pasar terbesar adalah segmen perawatan diri dengan volume pasar sebesar US\$3,18 miliar pada tahun 2022. Diikuti Skincare sebesar US\$2,05 miliar, kosmetik US\$1,61 miliar, dan parfum US\$39 juta. hal ini bisa terlihat jelas di Gambar 1.

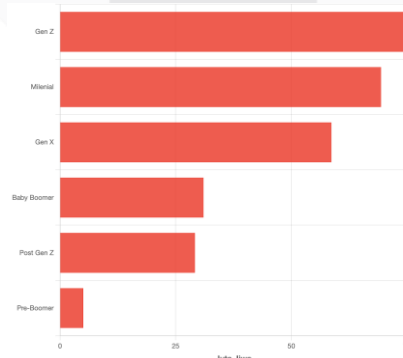


(Gambar 1 Pendapatan dipasar kecantikan dan Perawatan Diri)

Sumber gambar : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>

Dilihat dari presentasi diatas dapat disimpulkan hal ini akan menjadi faktor besar yang dapat mendorong jumlah konsumen atau pelanggan pada dunia perawatan diri (Salon kecantikan) akan terus meningkat dan membantu dalam memasarkan jasa yang ditawarkan oleh salon tersebut. Perkembangan dunia kecantikan akan terus berkembang juga dengan perkembangan teknologi yang ada sekarang sebagai media seperti Tik Tok untuk memasarkan jasa yang diberikan.

Dengan perkembangan sosial media khususnya Tik Tok banyak gen Z yang menghabiskan waktunya untuk menggunakan aplikasi Tik Tok dalam mencari salon kecantikan dengan treatment yang berkualitas serta harga terjangkau. Gen Z merupakan generasi yang lahir saat peran internet sudah semakin pesat dan berkembang. Karena alasan ini banyak pelaku bisnis salon kecantikan menargetkan gen Z sebagai target market mereka. Dalam hasil sensus penduduk 2020 menurut Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data statistik yang mengungkapkan komposisi Indonesia berdasarkan kelompok umur, Gen Z yang lahir 1997-2012 mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi, Milenial yang lahir 1981-1996 menyusul dengan jumlah sekitar 69,38 juta jiwa, Generasi X yang lahir 1965-1980 mengikuti dengan jumlah sekitar 58,65 juta jiwa, Post Generasi Z dan Pre-Boomer menyusul dengan jumlah 29,17 juta jiwa dan 5,03 juta (data.goodstats.id, 2023) lihat Gambar 2.



(Gambar 2 Sensus Penduduk)

Sumber gambar : <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerrainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>

Dilihat dari persentase diatas terlihat bahwa Gen Z di Indonesia merupakan generasi yang mendominasi cukup tinggi dari generasi sebelumnya. Hal ini akan menjadi peluang yang besar bagi pelaku bisnis salon

kecantikan. Merk ZAP Clinic merilis survei terbarunya terkait industri kecantikan di Indonesia dalam ZAP Beauty Index 2020 dalam surveinya menunjukkan bahwa sebanyak 45,4% perempuan Indonesia sadar akan pentingnya kecantikan bahkan mereka mendatangi salon kecantikan sejak 19 tahun. (Dian Reinis Kumampang dan Bestari Kumala Dewi dalam Kompas.com,2020).

Dalam perencanaan bisnis atau business plan kita harus melakukan analisis pasar yang bertujuan untuk menganalisa pesaing sampai pasar yang kita targetkan agar menghasilkan analisis yang bisa membantu usaha dalam perkembangan bisnis di masa yang akan datang.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Analisis Pasar

Analisis pasar merupakan rangkaian kegiatan untuk mempelajari berbagai hal mengenai kondisi pasar. Salah satu kunci pemasaran adalah kemampuan pemasar untuk memahami kebutuhan pelanggan dan mengenali tingkah perilaku pelanggan (serupa.id, 2022). Dalam analisis pasar kita akan melakukan analisis kompetitor, mencari TAM-SAM-SOM, dan STP (Segmenting, Targeting, Positioning).

B. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah kerangka langkah bisnis yang telah digabungkan pada tingkat presentasi untuk menarik pelanggan untuk membeli produk atau layanan jasa yang ditawarkan. Dalam strategi pemasaran akan menggunakan 4ps dan 4cs marketing.

C. Strategi Operasional

Strategi Operasional merupakan operasi yang memberikan keseluruhan pengarahan atau dorongan bagi pengambilan keputusan agar satu arah atau searah dengan tujuan perusahaan. Dalam strategi operasional akan membahas blueprint usaha, supply chain, dan inventory.

D. Rencana Tim Manajemen

Rencana tim manajemen proses pengambilan keputusan yang meliputi pemilihan tujuan dan pengembangan rencana untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam hal ini akan ada struktur perusahaan, pemilihan *Job Desc*, dan sistem HR

E. Rencana Keuangan

Perencanaan keuangan merupakan cara mengelola keuangan dengan baik dan bijak agar mencapai tujuan perusahaan. Jika perhitungan keuangan suatu perusahaan bagus akan menarik investor untuk menginvestasikan dana untuk perkembangan bisnis kedepannya. Dalam hal ini akan menggunakan laporan keuangan, initial investment, dan GPM, NPM, ROA, ROE.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dengan data yang dihasilkan dari penelitian bersifat deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran kedepan tentang bisnis Nayanika Beauty Bar dan terus fokus pada target yang ingin dicapai.

Penelitian ini dilakukan pada usaha Nayanika Beauty Bar yang beralamat Jl.Surya Sumantri No.84A, Kota Bandung. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja dengan mempertimbangkan bahwa sumber data dan informasi berada di lokasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sekunder. Menurut Sugiyono (2008) Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti atau pengumpul data secara tidak langsung (detikedu.com, 2023). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber melalui sumber internal usaha. Selain itu, melalui berbagai internet seperti data literatur, jurnal, materi online atau websites, dan perpustakaan umum.

Teknik pengumpulan yang digunakan hanya melalui data sekunder. Data sekunder yang didapatkan akan digabungkan dan disesuaikan dengan topik yang dibahas. Lalu data dianalisis untuk mengetahui hipotesis dan melakukan penarikan kesimpulan.

Alat bantu analisis yang digunakan adalah analisis pasar, strategi pemasaran, strategi operasional, rencana tim manajemen, dan rencana keuangan. Peneliti juga merekomendasikan penyusunan Business Plan sebagai dasar pengambilan keputusan dan gambaran dalam mengembangkan bisnis kedepannya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Nayanika Beauty Bar merupakan sebuah jasa perawatan dan kecantikan kuku serta bulu mata yang memberikan konsep futuristik ataupun industrial sehingga para konsumen akan merasakan suasana yang berbeda dari tempat beauty bar umumnya dalam menikmati treatment nail art maupun eyelash extension seperti spa mani pedi, reflexy, dan eyelash extension. Usaha ini adalah usaha yang sudah dimulai sejak 1 Agustus 2023 beralamat Jl.Surya Sumantri No.84A, Kota Bandung. Berikut adalah logo Nayanika Beauty Bar. Bisa terlihat logo dari Nayanika Beauty Bar lihat Gambar 3.



(Gambar 3 Logo Nayanika Beauty Bar)
Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

A. Analisi Pasar

1. Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor adalah proses ketika perusahaan mencoba untuk mendefinisikan dan memahami bisnisnya, mengidentifikasi pesaing, menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya, dan mengantisipasi langkah mereka. Berikut tabel kompetitor pada Gambar 4.

Nama	Treatment	Harga	Alamat
YEJE Beauty	- Nail Art - Eyelash Extension	Rp. 100.000 - Rp. 410.000	Jl. Setrasari, Setrasari Mall blok B2 No.13.
IC Beauty	- Eyelash Extension - Nail Art - Eye Brow - Waxing - BB Glow	Rp. 100.000 - Rp. 300.000	Jl. Surya Sumantri No. 106, Bandung.
MCHIC Beauty	- Nail Art - Eyelash Extension - Lash Lift - Eye Brow	Rp. 50.000 - Rp. 400.000	Jl. Surya Sumantri No. 54, Bandung.
Nayanika Beauty Bar	- Nail Art - Eyelash Extension	Rp. 30.000 - Rp. 235.000	Jl. Surya Sumantri No. 84a, Bandung.

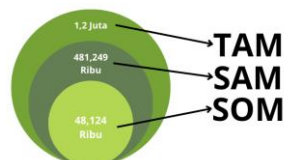
(Gambar 4 Tabel Kompetitor)
Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

berikut disimpulkan bahwa diantara YEJE Beauty, IC Beauty, dan MCHIC Beauty hanya Nayanika Beauty Bar memasarkan harga *treatment* dengan harga terjangkau di daerah Jl. Surya Sumantri dari harga Rp.30.000-Rp.235.000. Nayanika Beauty Bar akan berfokus akan fokus pada strategi yang telah ditargetkan dan mampu bersaing dengan para pesaingnya setelah menganalisis kompetitor yang ada.

2. TAM SAM SOM

Dengan metode TAM SAM SOM, entrepreneur atau pengusaha bisa memprediksi potensi akan pertumbuhan dan keuntungan yang akan dicapai.

- TAM(Total Addressable Market) merupakan gambaran total permintaan pasar pada suatu produk atau layanan secara keseluruhan.
- SAM(Serviceable Addressable Market) merupakan mengukur kemampuan bisnis dalam memberikan layanan
- SOM(Service Obtainable Market) merupakan total pasar yang dapat dilayani menggunakan jasa produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.



1,2 juta, Jumlah Perempuan di Kota Bandung
481,249 Ribu, Jumlah Perempuan di Kota Bandung range usia 17-40 Tahun
48,124 Ribu, Jumlah Perempuan yang suka Nail Art & Eyelash Extension di Kota Bandung

(Gambar 5 TAM SAM SOM)
Sumber Gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

Dari market size di atas pada Gambar 5 dapat terlihat bahwa TAM-SAM-SOM yang didapatkan dari analisis pasar bisnis Nayanika Beauty Bar sangatlah besar tentunya ini akan menjadi gambaran yang jelas bahwa produk/layanan yang ditawarkan Nayanika Beauty Bar akan diarahkan kemana dan dapat meminimalisir risiko yang ada. Hal ini akan mendukung Nayanika Beauty Bar untuk mencapai target yang ditargetkan.

3. STP (*segmenting, targeting, positioning*)

a. *Segmenting*

- 1) Segmentasi Demografi = target konsumen Nayanika Beauty Bar adalah wanita dan laki-laki yang berumur 17 - 40 tahun.
- 2) Segmentasi Geografi = lokasi yang menjadi target pasar merupakan daerah perkotaan dan lingkungan kampus.
- 3) Segmentasi Psikografis = Nayanika Beauty Bar mau menawarkan pengalaman perawatan dengan nuansa futuristik yang kekinian, dekat, dan dapat diandalkan.

b. *Targeting* = Nayanika Beauty Bar menargetkan wanita dan laki-laki dengan usia muda hingga dewasa yang tinggal di daerah perkotaan dan mahasiswa sebagai target pasar.

c. *Positioning* = Nayanika Beauty Bar selalu mau menempatkan diri sebagai salon kecantikan yang bernuansa futuristik, memberikan perawatan yang berkualitas, dan dengan harga terjangkau bagi semua kalangan yang ingin selalu yang terbaik.

B. Strategi Pemasaran

Rencana dan strategi pemasaran yang sudah diterapkan dan akan digunakan Nayanika Beauty Bar adalah menggunakan marketing kerangka 7Ps dan 4Cs Marketing Mix.

1. Kerangka 7Ps Marketing Mix

4'Ps Marketing merupakan kerangka yang meliputi product, price, place, dan promotion. Strategi marketing ini mengacu pada produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan dan bagaimana produk atau layanan diberikan kepada pelanggan dan pelanggan sebagai inti dari upaya pemasaran. Berikut elemen yang meliputi 4'Ps marketing mix:

a. Product

Nayanika Beauty Bar menawarkan berbagai macam layanan atau treatment kecantikan seperti nail art dan eyelash extension. Treatment Nail Art bisa bertahan 3 minggu - 5 minggu dan Eyelash Extension bisa tahan 3 minggu - 5 minggu.

b. Price

Nayanika Beauty Bar memasarkan treatment dengan harga terjangkau dengan berani memberi jaminan garansi 3 hari setelah treatment apabila dalam 3 hari tersebut ada kendala akan di treatment ulang secara gratis. Harga treatment di Nayanika Beauty Bar mulai dari Rp.30.000-Rp.235.000.

c. Place

Nayanika Beauty Bar berlokasi di Jl.Surya Sumantri No.84A, Kota Bandung tepatnya daerah pasteur merupakan daerah yang padat penduduk dan berada di tepi jalan raya kota Bandung. Selain itu, Nayanika Beauty Bar juga menerapkan tema futuristik dan industrial yang akan memberikan pelanggan pengalaman yang berbeda pada saat treatment di Nayanika Beauty Bar.

d. Promotion

Nayanika Beauty Bar menggunakan media sosial sebagai media promosi untuk membangun branding dan karena di media sosial menyediakan fitur untuk berinteraksi langsung terhadap audiens. Hal ini akan memberi kesempatan untuk membuat konten kreatif dan menarik untuk mengikat para audiens.

e. People

Nayanika Beauty Bar mempekerjakan terapis yang berpengalaman di bidangnya dan sudah memiliki sertifikat untuk menunjang proses treatment yang disediakan sehingga hasil yang akan tercipta akan melebihi ekspektasi konsumen atau pelanggan yang datang ke Nayanika Beauty Bar.

f. Process

Nayanika Beauty Bar menyediakan media pesan atau booking melalui via WhatsApp akan memudahkan konsumen untuk melakukan via booking di jam atau waktu yang mereka inginkan.

g. Physical Evidence

Nayanika Beauty Bar menerapkan tema futuristik dan industrial yang tertuju pada masa depan dengan penuh cahaya ini akan memberikan konsumen pengalaman yang belum mereka rasakan di beauty bar manapun serta didukung dengan treatment yang bagus.

2. Kerangka 4Cs Marketing Mix

4'Cs Marketing merupakan kerangka yang meliputi *customer*, *cost*, *communication*, dan *convenience*. Berikut elemen yang meliputi 4'Cs marketing mix:

a. Customer

Nayanika Beauty Bar menargetkan pelanggan pada Gen Z karena di zaman yang penuh dengan perkembangan teknologi tentunya mereka para Gen Z akan lebih mudah dijangkau untuk memasarkan jasa yang ditawarkan.

b. Cost

Nayanika Beauty Bar memberikan harga treatment nail art dan eyelash extension mulai dari Rp.30.000-Rp.235.000. Selain itu, sudah menggunakan terapis yang handal serta bersertifikat didukung dengan alat dan bahan premium. Hal ini cocok untuk area Jl.Surya Sumantri karena berada di lingkungan mahasiswa.

c. Communication

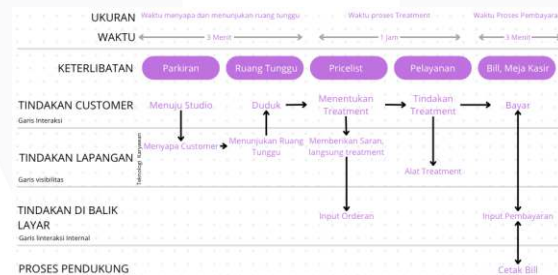
Dalam *Communication* ini bertujuan untuk melakukan komunikasi 2 arah antara penjual dan pembeli. Nayanika Beauty Bar melakukan komunikasi 2 arah menggunakan sosial media yaitu Instagram dan Tik Tok.

d. Convenience

Nayanika Beauty Bar menyediakan sistem booking bisa melalui WhatsApp yang ada di bio Instagram dan melalui *direct message* Instagram Nayanika Beauty Bar untuk melihat apakah ada slot kosong di jam yang diinginkan. Selain itu, untuk pembayaran bisa menggunakan transfer online atau cash langsung di studio dan kami siap memperlakukan pelanggan sebagai raja di studio Nayanika Beauty bar.

C. Strategi Operasional

1. Blue Print



(Gambar 6 Blue Print)

Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

Nayanika Beauty Bar berlokasi di Jl.Surya Sumantri No.84A, Kota Bandung. Dalam blue print di atas dapat disimpulkan awalnya pelanggan atau customer akan menuju studio Nayanika Beauty Bar lalu memarkirkan kendaraan mereka di lokasi parkir yang sudah disediakan, ketika masuk pelanggan masuk akan langsung disapa oleh karyawan Nayanika Beauty Bar untuk menunjukkan lokasi ruang tunggu, ketika pelanggan sudah duduk di ruang tunggu karyawan Nayanika Beauty Bar akan menanyakan treatment apa yang akan dilakukan sambil konsultasi terhadap berbagai macam treatment yang ada di Nayanika Beauty Bar oleh, setelah itu pelanggan akan diarahkan ke tempat treatment yang mereka ambil dan langsung melakukan treatment yang mereka pilih, biasanya treatment akan memakan waktu 45 menit-60 menit tergantung treatment yang diambil oleh pelanggan, terakhir setelah mendapatkan treatment pelanggan akan pergi ke kasir untuk melakukan pembayaran serta mendapatkan bill treatment yang mereka pilih.

a. Supply Chain

Supply Chain



(Gambar 7 Supply Chain)

Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

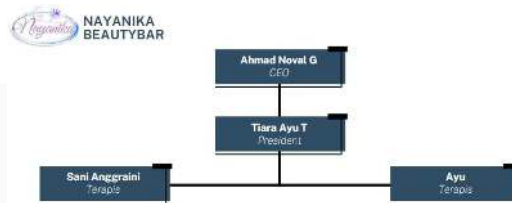
Berikut *supply chain* dalam gambar 7 yang diterapkan dalam Nayanika Beauty Bar agar bisa dapat memberikan pelayanan sesuai dengan kepuasan dan keinginan pelanggan. Hal ini akan dapat memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan customer serta meminimalkan biaya secara keseluruhan seperti biaya pemesanan, penyimpanan, dan transportasi.

2. Inventory

Inventory atau stock opname akan selalu diperiksa setiap sekali 1 bulan dan akan selalu di restock jika sisa bahan yang ada di nail art dan eyelash extension sisa 20 persen agar bahan yang tersisa akan cukup untuk menunjang treatment eyelash extension dan nail art kepada customer.

D. Rencana Tim Manajemen

1. Struktur Perusahaan



(Gambar 8 Struktur Perusahaan)

Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

2. Job Desc

a. CEO

- 1) Perencanaan strategi bisnis
- 2) Perencanaan dan mengelola operasional
- 3) Pengorganisasian sumber daya perusahaan
- 4) Controlling perusahaan

b. President

- 1) Perencanaan finance perusahaan
- 2) Perencanaan strategi marketing
- 3) Perencanaan analisis pasar
- 4) Directing perusahaan

c. Terapis

- 1) Melayani customers dalam treatment eyelash extension dan nail art
- 2) Bertanggung jawab atas kebersihan studio dan alat treatment eyelash extension dan nail art
- 3) Bertanggung jawab dalam melayani dengan profesional kepada customer yang datang atau sudah reservasi

3. Sistem HR

Berikut sistem human resource yang diterapkan pada Nayanika Beauty Bar :

- a. Karyawan bekerja 8 jam di studio Nayanika Beauty Bar dari jam 10:00 - 18:00 WIB, dan istirahat di jam 12:00 - 13:00 WIB
- b. Karyawan mendapatkan cuti 1 kali dalam seminggu atau mendapatkan cuti 4 kali dalam 1 bulan.
- c. Karyawan dibayar lembur Rp. 5.000/jam dan bonus per treatment Rp.3.000/customer.

- d. Karyawan boleh izin sakit tetapi harus disertakan bukti sakit, seperti: Surat sakit atau bukti pendukung lainnya. Tetapi jika tidak ada bukti yang mendukung mereka sakit berarti mereka mengambil hari cuti mereka.
- e. Karyawan bekerja dengan pakaian bebas dan sopan, serta akan dikasih celemek khusus dari Nayanika Beauty Bar.
- f. Karyawan akan di training selama 3 bulan dengan gaji training jika sudah melewati masa training akan dikontrak minimal 6 bulan.

E. Rencana Keuangan

1. Laporan Keuangan

Menurut Munawir (1995:2) laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Berikut Gambar 9 laporan keuangan.

Waktu	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
	Modal Awal	50.000.000		
	Sewa Tempat		4.000.000	46.000.000
	Renovasi Studio		25.000.000	21.000.000
	Alat & Bahan Nail Art		8.000.000	13.000.000
Agustus 2023	Alat & Bahan Eyelash Extension		7.000.000	6.000.000
	Penjualan Agustus 2023	11.000.000		17.000.000
	Pengeluaran Operasional Agustus 2023		1.000.000	16.000.000
	Pengeluaran Marketing Agustus 2023		2.500.000	13.500.000
	Gaji Karyawan		2.500.000	11.000.000
	TOTAL	61.000.000	50.000.000	11.000.000
	Sisa Saldo	11.000.000		
	Penjualan September 2023	11.600.000		22.600.000
September 2023	Sewa Tempat		4.000.000	18.600.000
	Pengeluaran Operasional September 2023		500.000	18.100.000
	Pengeluaran Marketing September 2023		2.000.000	16.100.000
	Gaji Karyawan		2.500.000	13.600.000
	TOTAL	22.600.000	9.500.000	13.600.000
	Sisa Saldo	13.600.000		
	Penjualan Oktober 2023	12.300.000		25.900.000
Oktober 2023	Sewa Tempat		4.000.000	21.900.000
	Pengeluaran Operasional Oktober 2023		500.000	21.400.000
	Pengeluaran Marketing Oktober 2023		1.000.000	20.400.000
	Gaji Karyawan		2.500.000	17.900.000
	TOTAL	25.900.000	8.000.000	17.900.000
	Sisa Saldo	17.900.000		
	Penjualan November 2023	12.500.000		30.400.000
November 2023	Sewa Tempat		4.000.000	26.400.000
	Pengeluaran Operasional November 2023		1.000.000	25.400.000
	Pengeluaran Marketing November 2023		1.500.000	23.900.000
	Gaji Karyawan		2.500.000	21.400.000
	TOTAL	30.400.000	9.000.000	21.400.000

(Gambar 9 Laporan Keuangan)

Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

2. Initial Investment

Initial Investment merupakan istilah yang mengacu pada jumlah dana yang diperlukan dalam pertama kali memulai investasi (pluang.com,2023).

a. PV (Present Value)

PV (*Present Value*) merupakan suatu konsep yang menjelaskan jika nilai uang sekarang lebih besar dibanding masa yang akan datang walaupun nominalnya sama. Penilaian dalam konsep ini dilakukan dengan menghitung tingkat pengembalian yang sudah ditentukan sebelumnya maupun yang disebut melalui diskonto.

Rumus PV

$$PV = \text{Future Value} / (1+r)^n$$

b. NPV

NPV (*Net Profit Value*) merupakan hasil perhitungan untuk menentukan nilai sekarang dari aliran pembayaran dimasa depan. Analisa ini bertujuan untuk mengetahui prediksi arus kas menawarkan gambaran umum dalam suatu keuntungan investasi.

Rumus NPV

$$NPV = PV - \text{Biaya Awal}$$

c. PP

PP (Payback Period) merupakan perhitungan untuk mengetahui jangka waktu pengembalian dana investasi yang telah dikeluarkan. Nilai investasi biasanya mencakup biaya awal yang terkait dengan proyek atau aset.

Rumus PP

$$PP = \text{Nilai Investasi} / \text{Kas Masuk Bersih Tahunan}$$

d. FV

FV (*Future Value*) merupakan nilai masa depan atas uang kas atau uang masuk yang telah didapatkan atau dimiliki saat ini. Future Value dari uang sekarang bisa dihitung dengan cara memfaktorkan menggunakan tingkat imbal hasil atau return tertentu yang dihasilkan dari uang kas yang masuk.

Rumus FV

$$FV = PV (\text{Present Value}) \times (1+r)^n$$

Perhitungan PV (Present Value), NPV (Net Profit Value), PP (Payback Period), dan FV (Future Value) akan dihitung dalam Gambar 10.

Tahun	Cash Flow		
1	100.000.000	PV	$500.000.000 / (1+0,12)^5$
2	100.000.000		$500.000.000 / 1,76234168$
3	100.000.000		283.713.428
4	100.000.000	NPV	PV - Biaya Awal
5	100.000.000		$283.713.428 - 250.000.000$
TOTAL	500.000.000		33.713.428
Investment	250.000.000	PP	$250.000.000 / 100.000.000$
Interest Rate	12%		2,5 Tahun
		FV	1588211840
PERIODE	NILAI INVESTASI	BUNGA	TOTAL
1	250.000.000	30000000	280.000.000
2	530.000.000	63600000	593.600.000
3	843.600.000	101230000	944.832.000
4	1.194.832.000	143379940	1.338.211.840
5	1.588.211.840		

(Gambar 10 Perhitungan PV, NPV, PP, FV)

Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

Usaha Nayanika Beauty Bar layak untuk dijalankan karena telah dianalisis kelayakannya menggunakan payback period, net present value, future value. Jika dilihat dari payback period maka dapat disimpulkan Nayanika Beauty Bar mampu menghasilkan timbal balik dengan waktu 2 tahun 5 bulan, yang mana dibawah 5 tahun. Dilihat dari net present value, maka menghasilkan arus kas positif dengan Rp. 33.713.428 yang mana sangat besar. Dilihat dari future value, maka menghasilkan nilai masa depan dari kas yang diterima pada saat ini.

3. GPM, NPM, ROA, ROE

a. GPM (Gross Profit Margin)

Menurut Griffin (2015) rasio margin kotor atau *Gross Profit Margin* merupakan rasio keuangan yang menunjukkan persentase pendapatan (*revenue*) atau penjualan (*sales*) yang tersisa setelah dikurangi harga pokok penjualan (*invesnesia.com*). Semakin tinggi angka GPM (*Gross Profit Margin*) suatu perusahaan berarti semakin baik perusahaan tersebut dalam mengendalikan dan menekan harga pokok produk.

Rumus GPM

$$GPM = (\text{Gross Profit/Sales}) \times 100\%$$

Berikut perhitungan GPM (Gross Profit Margin) pada bisnis Nayanika Beauty Bar:

GPM	$(37.400.000 / 47.400.000) \times 100\%$
	= 78%

(Gambar 11 Perhitungan GPM)

Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

Semakin tinggi angka perusahaan dalam perhitungan GPM (*Gross Profit Margin*) dari rata-rata pesaing maka perusahaan tersebut memiliki kinerja baik dalam menentukan dan mengendalikan harga pokok produk atau harga pokok produksi.

b. NPM (Net Profit Margin)

Menurut Sherman (2015) rasio laba bersih atau *Net Profit Margin* merupakan rasio keuangan yang menunjukkan jumlah laba bersih yang mampu diperoleh oleh perusahaan untuk setiap rupiah penjualan (*invesnesia.com*). Semakin tinggi angka NPM (*Net Profit Margin*) perusahaan maka semakin bagus perusahaan tersebut dalam memaksimalkan laba bersih.

Rumus NPM

$$NPM = (\text{Net Income/Sales}) \times 100\%$$

Berikut perhitungan NPM (*Net Profit Margin*) pada bisnis Nayanika Beauty Bar:

NPM	$(19.500.000 / 47.400.000) \times 100\%$ = 41%
------------	---

(Gambar 12 Perhitungan NPM)

Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

Semakin tinggi angka perusahaan dalam laba bersih atau NPM (*Net Profit Margin*) dari rata-rata pesaing maka perusahaan tersebut memiliki kinerja baik dalam memaksimalkan laba bersih.

c. ROA (Return On Assets)

ROA (*Return On Assets*) adalah pengembalian aset yang memberikan gambaran kepada investor tentang seberapa bagus manajemen dalam menggunakan aset untuk menghasilkan laba.

Rumus ROA

$$ROA = (\text{Net Income} / \text{Total Assets}) \times 100\%$$

ROA	$(50.000.000 / 47.400.000) \times 100\%$ = 105%
------------	--

(Gambar 13 Perhitungan ROA)

Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

Semakin tinggi angka perusahaan dalam ROA (Return On Assets) dari rata-rata pesaing maka sangat bagus dalam manajemen menggunakan aset untuk menghasilkan laba.

d. ROE (Return On Equity)

ROE (*Return On Equity*) adalah metode perhitungan yang bertujuan untuk membantu investor dalam memilih perusahaan mana yang bisa memberikan lebih banyak keuntungan bagi investor.

Rumus ROE

$$ROE = (\text{Net Income} / \text{Shareholder Equity}) \times 100\%$$

ROE	$(19.500.000 / 50.000.000) \times 100\%$ = 39%
------------	---

(Gambar 14 Perhitungan ROE)

Sumber gambar : Dokumen Pribadi Penulis, 2023

Semakin tinggi angka perusahaan dalam ROE (Return On Equity) dari rata-rata pesaing maka memaksimalkan modal investor dalam menghasilkan profit.

Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan Nayanika Beauty Bar sangat berpotensi karena telah dianalisis menggunakan perhitungan *gross profit margin*, *net profit margin*, *return on assets*, dan *return on equity*. Jika dilihat dari *gross profit margin* maka disimpulkan Nayanika Beauty Bar mendapat angka 78% mampu menekan laba kotor. Dilihat dari *net profit margin* mendapat angka 41% mampu mengendalikan laba bersih, angka *return on assets* mencapai 105% sangat bagus dalam manajemen menggunakan aset untuk menghasilkan laba, dan *return on equity* mencapai 39% bisa memaksimalkan modal investor dalam menghasilkan profit. Maka Nayanika Beauty Bar bisa berpotensi tinggi dalam mencapai target yang di targetkan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil business yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

- A. Potensi Nayanika Beauty Bar dalam dunia salon kecantikan sudah bagus karena menggunakan konsep futuristik dan industrial yang sesuai dengan tren yang berkembang sekarang. Selain itu, konsep yang diangkat juga sangat berbeda dengan para pesaingnya sehingga akan memberikan *experience* yang berbeda kepada pelanggan.
- B. Analisis pasar yang dilakukan oleh Nayanika Beauty Bar seperti analisis kompetitor, TAM-SAM-SOM, dan STP (segmenting, targeting, positioning). Dalam hal ini dari analisis kompetitor Nayanika Beauty Bar berani memberikan harga treatment dari harga Rp.30.000-Rp.235.000 dikerjakan dengan terapis profesional dan berani memberi garansi 3 hari setelah hari treatment. Berikutnya melakukan perhitungan TAM-SAM-SOM untuk menghitung pangsa pasar terdapat 48.124 ribu SOM (Share Of Market) sebagai market. Lalu dilakukan STP (segmenting, targeting, positioning) didapat lokasi Nayanika Beauty Bar berada di lingkungan mahasiswa yang menjadi target kaum Gen Z serta menawarkan nuansa yang berbeda dari beauty bar pada umumnya.

- C. Dalam rencana dan strategi pemasaran menggunakan 4ps dan 4cs yang terfokus pada produk yang akan diberikan kepada pelanggan dan pelanggan sebagai pendorong pemasaran agar mencapai target pemasaran. Dalam hal ini Nayanika Beauty Bar fokus pemasaran melalui sosial media, seperti Instagram dan Tik Tok sebagai platform utama karena kedua sosial media tersebut mudah diakses dan mudah menjangkau para audiens yang ditargetkan.
- D. Dalam rencana dan strategi operasional sudah membuat *blue print*, *supply chain*, dan *inventory*. *Blue print* yang sudah sangat tersusun rapi ini akan berpengaruh dalam bisnis untuk perkembangan kedepannya. *Supply chain* sudah dibuat yang berguna untuk meningkatkan seluruh nilai kebutuhan pada pelanggan dan meminimumkan biaya usaha. Pemilihan distributor sudah melewati pertimbangan untuk menggunakan alat dan bahan yang premium atau berkualitas dan *inventory* akan selalu di cek setiap bulannya dan akan selalu di restock jika bahan sudah 20 persen agar tidak menghambat proses jasa yang diberikan.
- E. Rencana tim manajemen sudah mempekerjakan terapis yang bersertifikat dan profesional dalam bidangnya agar menghasilkan treatment yang akan memuaskan pelanggan. Rencana Keuangan Nayanika Beauty Bar termasuk baik karena setiap bulannya meningkat. Nayanika Beauty Bar sudah dianalisis kelayakannya menggunakan *payback period*, *net present value*, *future value*.

Berdasarkan hasil business plan atau rencana bisnis yang sudah dilakukan dapat beberapa saran terhadap objek business plan atau rencana bisnis, sebagai berikut:

- A. Nayanika Beauty Bar dapat mulai menambah treatment atau jasa layanan yang ditawarkan kepada pelanggan agar memberi banyak treatment kepada konsumen yang akan datang dan bisa bersaing dengan para pesaing yang ada di pasar.
- B. Nayanika Beauty Bar sebaiknya dapat mulai memperluas dan meningkatkan intensitas pemasarannya, baik promosi online maupun offline atau langsung.
- C. Nayanika Beauty Bar sebaiknya menambah sumber daya manusia, seperti menambah terapis agar bisa meningkatkan penjualan jasa perharinya.
- D. Nayanika Beauty Bar juga dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk melihat sejauh mana perkembangan bisnis Nayanika Beauty Bar.

DAFTAR PUSTAKA

- 7 Masalah Bisnis dan Risiko Salon Kecantikan, Waspada! Agar Bisnismu Tidak Merugi! (n.d.). UKMINDONESIA.ID. Retrieved January 5, 2024, from <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/7-masalah-bisnis-dan-risiko-salon-kecantikan-waspada-agar-bisnismu-tidak-merugi>
- Analisis PESTEL: Metode analisa pasar eksternal beserta contohnya. (2019, April 8). Anya. <https://anyabila.com/analisis-pestel-dan-contoh>
- Audina, N. (2022, June 21). *Present Value: Definisi, Manfaat, Rumus, dan Contoh Perhitungan*. Glints Blog. <https://glints.com/id/lowongan/present-value-adalah/>
- Badan Pusat statistik Kota Bandung. (n.d.-a). Retrieved January 5, 2024, from <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/1620/1/jumlah-penduduk-hasil-proyeksi-interim-menurut-jenis-kelamin-di-kota-bandung.html>
- Badan Pusat statistik Kota Bandung. (n.d.-b). Retrieved January 5, 2024, from <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/85/1/penduduk-kota-bandung-berdasarkan-kelompok-umur.html>
- Bisnis, B. (2023, January 9). Contoh Supply Chain Management Berdasarkan Kegiatan Utamanya. *Kumparan*. <https://kumparan.com/berita-bisnis/contoh-supply-chain-management-berdasarkan-kegiatan-utamanya-1zaFBINDpnt/full>
- Contoh Blueprint Perusahaan sebagai Strategi Sistem Bisnis. (2020, December 7). Jojonomic | Aplikasi HRIS, Human Capital & Expense Management. <https://www.jojonomic.com/blog/business-blueprint/>
- Data, G. (n.d.). *Sensus BPS: Saat ini indonesia didominasi oleh gen Z*. GoodStats Data. Retrieved January 5, 2024, from <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerrainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Dewi, B. K. (2020, January 23). Survei: Generasi Z Rela Habiskan Uang demi Merawat Kecantikan. *Kompas.Com*. https://lifestyle.kompas.com/read/2020/01/23/153536320/survei-generasi-z-rela-habiskan-uang-demi-merawat-kecantikan#google_vignette
- Editorial, M. Q. (2022, February 16). *Pengertian Analisis Kompetitor, Tujuan, Manfaat dan Cara Membuatnya*. Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/cara-membuat-analisis-kompetitor/>
- Fatima, Y. (2023, June 8). *4ps dan 4cs Pemasaran*. OffiDocs. <https://www.offidocs.com/id/blog/4ps-and-4cs-of-marketing/>
- Gross Profit Margin (GPM): Rumus, Analisis dan Interpretasi. (2021, March 29). Invesnesia.Com. <https://www.invesnesia.com/gross-profit-margin-gpm>
- Helena. (2023, September 5). *Analisis SWOT Usaha Salon: Mengungkap Kelebihan dan Peluang Kecantikan - PerpusTeknik.com*. Rifan Engineering. <https://perpusteknik.com/analisis-swot-usaha-salon/>

- Kontributor. (2021, November 19). *ROA, ROI, dan ROE: Pengertian, Rumus, dan Cara Menghitungnya*. Dunia Fintech. <https://duniafintech.com/roa-roi-dan-roe-pengertian-rumus-dan-cara-menghitungnya/>
- Marseno, S. (2022, April 21). *Pengertian Future Value, Ini Rumus, Cara Analisis, dan Manfaatnya bagi Investor*. Cermati.Com. <https://www.cermati.com/artikel/future-value>
- Mengenal TAM SAM SOM, Ini Pengertian dan Cara Menghitungnya*. (n.d.). Retrieved January 5, 2024, from <https://www.ocbc.id/id/article/2023/08/15/tam-sam-som-adalah>
- Moedasir, A. (2022, April 13). Analisis Kompetitor: Tujuan, Manfaat, dan Contoh. Majoo. <https://majoo.id/solusi/detail/analisis-kompetitor>
- Mohamadi, R. F. (2022, August 19). *Strategi Pemasaran 4P dan Contoh Penerapan dalam Bisnis*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-4p-cara-penerapannya-dalam-bisnis/>
- Mohamadi, R. F. (2023, October 21). *Laporan Keuangan: Pengertian, Fungsi, Jenis, format*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/format-laporan-keuangan/>
- Mutia, A. (2022, May 12). Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>
- Net Profit Margin (NPM): Rumus, Analisis dan Interpretasi*. (2021, March 30). Invesnesia.Com. <https://www.invesnesia.com/net-profit-margin>
- Nugraha, G. (2023, May 5). *Apa Itu supply chain management pada perusahaan jasa*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/supply-chain-management-pada-perusahaan-jasa/>
- Oktriwina, A. S. (2020, October 29). *PESTLE Analysis: Pengertian dan 6 Komponen Pentingnya*. Glints Blog. <https://glints.com/id/lowongan/pestle-analysis-adalah/>
- priharto, sugi. (2021, February 8). *TAM SAM SOM: Pengertian, Cara Hitung dan Contohnya*. Aksaragama. <https://aksaragama.com/tam-sam-som/>
- Rafli, A. M. (2023, June 26). *Cara Menghitung Payback Period pada Studi Kelayakan Bisnis*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-menghitung-payback-period/>
- Remiko. (2023, July 26). *Mengenal Initial Investment dalam Investasi*. <https://pluang.com/id/blog/news-analysis/initial-investment-adalah>
- Safithri, M. N. (2022, June 16). PESTLE Analysis adalah: Mengenal Lebih Dalam dan Contohnya. Majoo. <https://majoo.id/solusi/detail/pestle-analysis-adalah>
- Sarjana, N. (n.d.). Definisi Data Sekunder dan Cara Memperolehnya. Detikcom. Retrieved January 5, 2024, from <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6843072/definisi-data-sekunder-dan-cara-memperolehnya>
- Senastri, K. (2022, January 11). *Net Present Value (NPV): Pengertian, Rumus, dan Cara Menghitungnya*. Accurate Indonesia. <https://accurate.id/akuntansi/net-present-value/>
- Team, K. B. (n.d.). *Menguasai ROI dan BEP Adalah yang Bikin Anda Jadi Raja Bisnis Online - KirimAja*. PT Selalu Siap Solusi. Retrieved January 5, 2024, from <https://kirimaja.com/blog/perbedaan-bep-dan-roi>
- V, N. (2021, March 5). *Supply Chain Management: Pengertian, Komponen, Tujuan, Manfaat, Prinsip dan Proses*. Gramedia Literasi. <https://www.gramedia.com/literasi/supply-chain-management/>