



BUSINESS STARTUP OF BEAUTY SERVICES EYELASH EXTENSION "BEAUTE BY MELLEENIA"

RINTISAN USAHA BISNIS JASA KECANTIKAN EYELASH EXTENSION "BEAUTE BY MELLEENIA"

Dewi Puspa Mellenia¹ Nurina Ayuningtyas² Dwi Atmanto³

^{1,2,3} Program Studi Sarjana Terapan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Fakultas Teknik
Universitas Negeri Jakarta

E-mail: pmellenia@gmail.com

ARTICLE INFO

Correspondent

Dewi Puspa Mellenia
pmellenia@gmail.com

Key words:

Eyelash Extension, Beauty, Marketing, Business Management, Beaute by Mellenia.

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 1154 – 1173

ABSTRACT

The beauty services business start-up "Beaute by Mellenia" is a business that focuses on eyelash extension installation services. The need for beauty and self-care among women is increasing along with the times and increasing awareness of appearance. This business aims to provide high quality eyelash extension services using safe materials and professional installation methods. This research was conducted to identify market opportunities, product specifications, and effective marketing strategies for the "Beaute by Mellenia" business. By analyzing market aspects, marketing methods and business management, it is hoped that this business can compete in an increasingly competitive beauty market. This study also examines financial aspects such as payback period, net present value, and break even point to ensure the sustainability of this business. The research results show that "Beaute by Mellenia" has large market potential with a wide consumer target, especially among women who care about their appearance. With the right marketing strategy and good management, it is hoped that this business can develop and provide significant profits.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Koresponden Dewi Puspa Mellenia <i>pmellenia@gmail.com</i></p> <p>Kata kunci: <i>Eyelash Extension, Kecantikan, Pemasaran, Manajemen Usaha, Beaute by Mellenia</i></p> <p>Website: <i>https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</i></p> <p>Hal: 1154 - 1173</p>	<p>Rintisan usaha jasa kecantikan "Beaute by Mellenia" merupakan sebuah bisnis yang berfokus pada layanan pemasangan <i>eyelash extension</i>. Kebutuhan akan kecantikan dan perawatan diri di kalangan wanita semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman dan peningkatan kesadaran terhadap penampilan. Bisnis ini bertujuan untuk menyediakan layanan <i>eyelash extension</i> berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan-bahan yang aman dan metode pemasangan yang profesional. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi peluang pasar, spesifikasi produk, serta strategi pemasaran yang efektif untuk bisnis "Beaute by Mellenia". Dengan menganalisis aspek pasar, metode pemasaran, dan manajemen usaha, diharapkan bisnis ini dapat bersaing di pasar kecantikan yang semakin kompetitif. Studi ini juga meneliti aspek finansial seperti <i>payback period</i>, <i>net present value</i>, dan <i>break even point</i> untuk memastikan keberlanjutan usaha ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Beaute by Mellenia" memiliki potensi pasar yang besar dengan target konsumen yang luas, terutama di kalangan wanita yang peduli terhadap penampilan. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan manajemen yang baik, diharapkan bisnis ini dapat berkembang dan memberikan keuntungan yang signifikan.</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i></p>

PENDAHULUAN

Kebutuhan kecantikan bagi wanita merupakan prioritas utama, sehingga rela mengeluarkan banyak uang demi menjaga penampilannya dengan cara yang instan. Peningkatan kesadaran wanita terhadap kecantikan, mendorong semakin banyaknya bisnis yang bergerak di bidang kecantikan. Dalam hal ini bisnis kecantikan mendapatkan keuntungan dari pertumbuhan pendapatan nasional dengan bergesernya gaya belanja masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan *Statista*, pendapatan di pasar Kecantikan dan Perawatan Diri mencapai US\$7,23 miliar atau Rp111,83 triliun (dengan kurs 1 dollar sebesar Rp15,467.5) pada tahun 2022. Pasar diperkirakan akan tumbuh setiap tahun sebesar 5,81% (CAGR atau tingkat pertumbuhan per tahun dari 2022-2027). Secara rinci, segmen pasar terbesar adalah segmen perawatan diri dengan volume pasar sebesar US\$3,18 miliar pada tahun 2022.

Salon kecantikan merupakan salah satu bisnis jasa kecantikan yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya perawatan diri dan penampilan. Berbagai macam perawatan ditawarkan pada salon kecantikan mulai dari wajah, badan, hingga mata. Mata yang merupakan bagian dari komunikasi nonverbal yang memberikan lebih banyak kesan daripada ucapan.

Mempunyai bulu mata yang terlihat panjang dan lentik tentu jadi idaman setiap wanita. Namun tidak semua terlahir dengan memiliki bulu mata yang panjang, tebal dan juga lentik. Berbagai cara untuk mendapatkan bulu mata yang lentik, panjang dan juga tebal yaitu dengan menggunakan penjepit bulu mata, pemakaian maskara dan pemasangan bulu mata palsu. Namun cara tersebut bersifat sementara, sedangkan dibutuhkan pemasangan bulu mata yang lebih instan dan bertahan lebih lama. Oleh karena itu, para pengusaha salon menemukan inovasi baru yaitu, penyambung bulu mata palsu (*eyelash extension*).

Eyelash extension adalah proses penyambungan bulu mata buatan pada bulu mata asli satu persatu, dengan bantuan lem khusus untuk memberikan efek bulu mata tampak lebih panjang, tebal, dan lentik (Giza Risdynia, 2019). Pemasangan *eyelash extension* ini hadir sebagai perawatan yang praktis, minim risiko dan nyaman sehingga mampu membuat penampilan bulu mata menjadi lebih cantik, tanpa menggunakan maskara. Pada salah satu artikel yang ditulis oleh Henry Labouchere, menguraikan bahwa para wanita Paris melakukan hal ekstrim untuk memperpanjang bulu matanya, yaitu dengan menjahit rambut ke kelopak mata. Seiring perkembangan zaman, berbagai inovasi muncul, memperkenalkan cara ekstensi bulu mata yang lebih praktis dan tidak menyakitkan. Kemudian, pada tahun 2004, Amerika Serikat yang kali pertama mendeklarasikan menemukan teknik tanam bulu mata. Namun, sebenarnya negara Asia Timur khususnya Korea Selatan lah yang mempopulerkan ekstensi bulu mata dengan teknik baru, yakni menanam bulu mata palsu helai per helai. Sementara itu, di Indonesia, tanam bulu mata mulai dikenal pada sekitar tahun 2010. Namun, tren menunjukkan bahwa akhir 2015 dan awal 2016, peminat tanam bulu mata terus meningkat (Silvita Agmasari, 2016).

Berdasarkan analisis situasi di wilayah Cilincing Jakarta Utara, penggunaan *eyelash extention* banyak diminati para wanita dengan berbagai macam status sosial maupun pekerjaan. Dilihat dari data Badan Pusat Statistik wilayah Jakarta Utara pada tahun 2022 terdapat 71.490 wanita dengan kelompok usia produktif antara 25 sampai 29 tahun. Di wilayah Cilincing Jakarta Utara terdapat 10 salon kecantikan yang menawarkan perawatan *eyelash extension* dengan menerapkan konsep studio. Berdasarkan hasil survei melalui formulir pertanyaan, tanggal 30 Januari 2024 April, tercatat 54,8% wanita di wilayah Cilincing Jakarta Utara dikategorikan cukup sering dalam pemasangan *eyelash extension* yaitu 1 bulan sekali. Dilihat dari prospek pengembangannya, usaha *eyelash extension* ini cukup menjanjikan dengan pangsa pasar yang cukup besar.

Konsep studio pada salon *eyelash extension* cukup diminati oleh pelanggan dikarenakan konsep ini mampu membuat pelanggan merasakan kenyamanan dan keamanan. Khususnya untuk para wanita yang memiliki 2 peran sebagai seorang Ibu rumah tangga dan pekerja, pada konsep ini pelanggan dapat merasakan kenyamanan untuk beristirahat sejenak selama proses pemasangan *eyelash extension*. Dalam pemasangan *eyelash extension* kenyamanan dan keamanan menjadi poin penting karena pemasangan *eyelash extension* ini berhubungan langsung dengan area sensitif yaitu bagian mata. Oleh karena itu, pemasangannya dibutuhkan ketelitian untuk meminimalisasi risiko sehingga terciptanya rasa aman. Namun, dalam pemasangan *eyelash extension* tidak selalu berdampak baik bagi pelanggan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan melalui formulir pertanyaan

pada tanggal 30 Januari 2024, ada beberapa pelanggan yang mengalami dampak buruk saat menggunakan *eyelash extension* seperti pelanggan merasakan gatal, lem menggumpal, mengganjal/menusuk, dan hasil terlalu tebal sehingga menyebabkan kerontokan pada bulu mata asli yang disebabkan pemasangan *eyelash extension* tidak dilakukan sesuai SOP yang sesuai. Selain itu, ada beberapa pelayanan yang kurang sesuai dengan harapan pelanggan pada jasa *eyelash extension* terutama pada bahan yang dipakai, hasil akhir *eyelash extension* yang tidak sesuai maupun pengalaman buruk akibat adanya beberapa terapis yang kurang profesional dan tidak bersertifikat sehingga masih ada beberapa studio *eyelash* menggunakan teknik pemasangan yang salah sehingga menimbulkan rasa tidak nyaman setelah proses pemasangan *eyelash extension*.

Usaha salon yang sukses harus dapat memuaskan harapan pelanggan yaitu melalui menyediakan sumber daya usaha dan pelayanan yang prima. *Beaute by Mellenia* adalah suatu usaha salon yang melakukan rintisan usaha di bidang kecantikan untuk spesialisasi perawatan *eyelash extension*. *Beaute by Mellenia* mengusung konsep studio dengan perawatan *eyelash extension* yang berkualitas dan bersertifikat. Perawatan *eyelash extension* yang ditawarkan berfokus pada hasil *eyelash extension* yang halus dan natural dengan pemilihan lem *extension* yang berkualitas serta teknik yang tepat. Dilengkapi dengan terapis yang berpengalaman dan memiliki sertifikat yang dikeluarkan oleh *Sophistica Academy*. Dengan latar belakang di atas diharapkan studio *eyelash extension* "*Beaute by Mellenia*" mampu bersaing dan hadir sebagai solusi utama kecantikan mata.

Aspek Pasar

Pasar yang berarti pertemuan antara penjual dan pembeli dalam suatu media akan membentuk suatu kesepakatan harga. Faktor terbentuknya pasar yaitu orang yang memiliki keinginan, daya beli orang tersebut, serta siklus pembeliannya. Aspek pasar akan dikatakan memenuhi syarat bila terdapat potensi serta peluang pasar pada produk atau jasa yang ditawarkan. Aspek pasar meliputi berbagai bidang antara lain penawaran, permintaan, persaingan, mengukur dan meramalkan permintaan, serta mengambil keputusan (Yanuar, 2016).

Ukuran bisnis dalam suatu perekonomian khususnya di Indonesia Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang jumlahnya paling besar saat ini. Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yaitu:

1. Usaha Mikro

Kriteria kelompok usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang tersebut.

2. Usaha Kecil

Kriteria usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari 9 usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang tersebut.

3. Usaha Menengah

Kriteria usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang tersebut.

4. Usaha besar

Usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dapat dibedakan menurut aset dan omzet usaha yang dimiliki. Aset adalah kekayaan bersih yang dimiliki diluar tanah dan bangunan tempat usaha sedangkan omzet adalah tingkat perputaran usaha sebagai mana pada tabel berikut.

Tabel 1. Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Ukuran Usaha	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50-500 Juta	Maksimal 3 Miliar
Usaha Menengah	>500 Juta- 10 Miliar	>2,5 Miliar-50 Miliar

Berdasarkan Tabel 1, maka diketahui bahwa omzet usaha dengan kategori mikro adalah maksimal Rp300 juta dalam setahun dengan aset maksimal Rp50 juta. Sedangkan usaha kecil merupakan usaha dengan omzet di atas Rp300 juta s.d Rp3 Miliar dengan jumlah aset di atas Rp50 juta s.d Rp500 juta. Lebih lanjut usaha menengah adalah usaha yang mampu menghasilkan omzet penjualan di atas Rp2,5 Miliar s.d Rp50 Miliar dengan kepemilikan aset di atas Rp500 juta s.d Rp10 Miliar.

Menurut kategori Badan Pusat Statistik (BPS), usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. BPS mengklarifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu:

- Industri rumah tangga dengan jumlah pekerja sebanyak 1-4 orang
- Industri kecil dengan jumlah pekerja sebanyak 5-19 orang
- Industri menengah dengan jumlah pekerja sebanyak 20-99 orang
- Industri besar dengan jumlah pekerja sebanyak 100 orang atau lebih

Modal yang dibutuhkan dalam pendirian Beaute by Mellenia adalah sekitar Rp60.000.000 (enam puluh juta rupiah), dengan aset dibawah Rp50.000.000. Maka berdasarkan Undang-undang UMKM ukuran usaha yang didirikan pada Beaute by Mellenia merupakan kategori usaha mikro. Sedangkan dalam bentuk badan usaha Beaute by Mellenia dapat dikelompokkan kedalam bentuk perusahaan perseorangan karena bisnis ini dikelola langsung dan diawasi oleh pemilik sendiri secara langsung dengan tanggung jawab yang tidak terbatas.

STP

Segmenting

Pride & Ferrel (1995) mendefinisikan segmentasi pasar sebagai suatu proses pembagian pasar keseluruhan menjadi kelompok-kelompok pasar yang terdiri dari orang-orang yang secara relatif memiliki kebutuhan produk yang serupa. Ada beberapa variabel segmentasi yaitu:

1. Geografis

Segmentasi geografis adalah pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, negara bagian, wilayah, provinsi, kota, dan iklim. Beaute by Mellenia akan beroperasi di wilayah Jakarta Utara. Target market utama yang akan dibidik Beaute by Mellenia berdasarkan jarak yaitu yang berada kurang lebih 10 kilometer dari lokasi tempat Beaute by Mellenia berdiri dengan pertimbangan banyaknya salon yang beroperasi di Jakarta Utara yang mencakup wilayah sekitar Cilincing. Di wilayah tempat Beaute by Mellenia akan beroperasi merupakan perumahan yang didalamnya terdapat anggota instansi pemerintah, selain itu di wilayah tersebut dekat dengan sekolah, sehingga target utama beaute by mellenia yaitu para pekerja kantoran, ibu-ibu muda yang sedang mengantarkan anaknya sekolah, serta para wanita yang suka memperhatikan penampilan.

2. Demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variabel seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, dan kebangsaan. Variabel yang digunakan Beaute by Mellenia dalam penentuan segmentasi demografis tersebut antara lain:

- a. Jenis kelamin, karena yang ditawarkan oleh Beaute by Mellenia identik dengan keperluan kecantikan wanita, sehingga target pasar utama Beaute by Mellenia sebagian besar adalah wanita.
- b. Umur, pelanggan Beaute by Mellenia adalah untuk wanita dewasa dengan rentang umur 20-35 tahun.
- c. Pendapatan, didominasi oleh wanita yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan tetap dengan penghasilan rata-rata dari Rp3.500.000 sampai di atas Rp5.500.000,-.

3. Psikografis

Beaute by Mellenis memiliki potensi bisnis yang cukup besar, dilihat dari semakin banyaknya cara bagi wanita untuk mempercantik diri yang semakin beragam dan produk kecantikan yang hampir menjadi kebutuhan primer bagi beberapa di dalam lingkungan sosial tertentu. Untuk status sosial pelanggan yang ditargetkan yaitu golongan menengah ke atas dengan gaya hidup modern yang mementingkan penampilan.

Targeting

Definisi *targeting* menurut Keegan & Green (2008) adalah proses pengevaluasian segmentasi dan pemfokusan strategi pemasaran pada suatu negara, propinsi atau sekelompok orang yang memiliki potensi untuk memberikan respon. Target utama dari Beaute by Mellenia adalah pelanggan wanita dengan rentang umur 20-35 tahun ke atas yang berdomisili di daerah Jakarta Utara dan sekitarnya, memiliki kemampuan finansial menengah maupun menengah atas, dan berprofesi dari mahasiswa, karyawan, hingga profesional dalam bidang tertentu. Selain itu, target

yang akan dikuasai adalah wanita yang menyukai pemakaian eyelash dengan tampilan natural.

Positioning

Kotler, Kartajaya, Huan dan Liu (2003) menyatakan positioning sebagai "*the strategy for leading your customers credibly*" yaitu suatu strategi untuk membangun kepercayaan, keyakinan dan kompetensi bagi pelanggan. *Positioning* yang dilakukan Beaute by Mellenia memposisikan produknya sebagai produk dengan bahan premium yang tidak dimiliki kompetitor, yaitu pada kehalusan bulu, dan lem yang digunakan. Sehingga membuat kesan tampilan yang natural. Kemudian, desain *eyelash extension* yang ditawarkan memiliki beberapa macam dan bisa disesuaikan dengan permintaan pelanggan. Selain itu, Beaute by Mellenia menawarkan kenyamanan dan kualitas *eyelash extension* yang tahan lama, dengan harga yang terjangkau. Maka, beaute by mellenia memposisikan jasanya yang menekankan pada kualitas, sesuai dengan slogan usaha yaitu "*place to your beauty needs*" diharapkan, beaute by mellenia selalu menjadi pilihan sebagai pusat untuk memenuhi kebutuhan kecantikan wanita.

Analisa 4P

Menurut Sunyoto (2013) Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016) bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang terbagi menjadi 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat/ saluran distribusi) dan *Promotion* (promosi). Dalam kegiatan pemasaran melalui proses *marketing mix*, yang dilakukan Beaute by Mellenia, terdiri dari:

1. Price

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan yang lain menghasilkan biaya (*cost*). Atribut harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran, dan syarat kredit. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016: 489), terdapat 6 metode untuk menetapkan harga yaitu:

- a. *Markup Pricing*, menambahkan *markup* terhadap total biaya untuk mendapat profit.
- b. *Target Return Pricing*, menyesuaikan harga untuk mencapai *target return on investment (ROI)*.
- c. *Perceived Value Pricing*, *perceived value pricing* terdiri dari banyak *input*, seperti persepsi konsumen akan performa produk, kualitas, garansi, pelayanan konsumen, dan atribut lain seperti tingkatan kepercayaan. Perusahaan harus dapat memberikan nilai yang dijanjikan.
- d. *Value Pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang cukup rendah untuk kualitas yang tinggi. Fokusnya bukan hanya menetapkan harga yang lebih rendah, tetapi merancang operasi perusahaan untuk menjadi produsen dengan biaya yang rendah tanpa mengorbankan kualitas.
- e. *Going Rate Pricing*, yaitu menetapkan harga berdasarkan harga kompetitor, mengubah harga ketika pemimpin pasar melakukan perubahan harga.

- f. *Auction Type Pricing*, terdapat tiga jenis dari *auction type pricing* yaitu, *English auctions (ascending bids)*, *Dutch auctions (descending bids)*, dan *Sealed-bid auctions*.

Berdasarkan penjelasan di atas, *Beaute by mellenia* menggunakan metode penetapan harga berdasarkan *Perceived Value Pricing*. Hal ini disebabkan *Beaute by Mellenia* merupakan usaha baru dalam rintisan konsep studio. Sehingga agar menaikkan perhatian calon pelanggan di sekitaran wilayah Jakarta Utara, diperlukan untuk melakukan promosi yang besar dengan cara bermain harga, dan memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik, demi menciptakan *first impression* yang baik dimata para pelanggan baru tersebut sebagai kekuatan dari *Beaute by Mellenia*.

Berikut merupakan aspek-aspek yang ada didalam price yang ditetapkan oleh *Beaute by Mellenia*, yaitu:

- a. *Pricelist*

Harga yang akan ditetapkan oleh *Beaute by Mellenia* merujuk terjangkau untuk semua kalangan, harga dimulai dari kisaran Rp50.000 sampai Rp180.000,-. Berikut tabel daftar harga layanan yang ada di *Beaute by Mellenia*;

Tabel 2. Daftar Harga Layanan *Beaute by Mellenia*

Jenis	Harga
Natural <i>eyelash extension</i>	Rp100.000
3D Volume lash	Rp150.000
Russian Volume	Rp180.000
Retouch	Rp75.000-Rp100.000
Remove lash	Rp50.000

Pada Tabel 2 dapat dijelaskan daftar harga di *Beaute by mellenia*, dimulai dari kisaran harga Rp50.000 untuk *remove eyelash extension*, Rp100.000 untuk *natural eyelash extension* dengan banyaknya bulu 80-100 helai per mata. Selanjutnya, harga Rp150.000 untuk jenis ketebalan bulu *3D volume lash*, yaitu hasil *eyelash extension* dengan tampilan volume namun masih terlihat natural karena memakai jenis bulu yang satu helaiannya ada 3 cabang bulu. Harga Rp180.000 untuk jenis bulu dengan ketebalan volume, menghasilkan hasil tampilan yang tebal dan hitam pekat, karena pada satu helai bulu terdapat 6 atau lebih helai dengan teknik *fanning*. Untuk *retouch eyelash* diberi harga Rp75.000-Rp100.000 tergantung dari jenis layanan bulu yang dipilih sebelumnya, dan tergantung dari kerusakan *eyelash extension*, pada harga *retouch eyelash* diberlakukan maksimal 2 minggu setelah pengerjaan, dengan minimal kondisi bulu masih ada 60%.

- b. *Discount*

Pemberian diskon awal, pada saat *grand opening*. Selanjutnya, diskon akan diberikan untuk pelanggan yang mendaftar sebagai member, yang nantinya akan diberikan *stampel card*, dan apabila melakukan 5 kali perawatan, akan diberikan diskon sebanyak 30%, apabila sudah melakukan 10 kali perawatan akan diberikan gratis 1x perawatan.

- c. *Payment*

Pembayaran dilakukan pada saat awal membuat janji yaitu membayar DP minimal 50% terlebih dahulu, kemudian pelunasannya dapat dilakukan pada saat selesai melakukan perawatan. Untuk metode pembayarannya Beaute by Mellenia, menerima pembayaran via tunai, Qris, maupun transfer bank.

2. Product

Menurut Kotler dan Keller (2016) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk yang ditawarkan oleh Beaute by mellenia berbentuk jasa. Jasa adalah segala aktivitas atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu pihak yang secara esensial tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun (Kotler dan Armstrong, 2010: 248). Produk dapat dijelaskan menjadi:

a. Kualitas

Kualitas bahan dan alat yang digunakan sangat terjaga dan dipilih dengan kualitas premium. Sehingga, hasil saat pemasangan *eyelash extension* tidak menimbulkan rasa perih atau tidak nyaman di mata pelanggan.

b. Style

Untuk style yang ditawarkan oleh Beaute by Mellenia yaitu, pelanggan dapat memilih jenis kelentikan bulu, maupun bentuk *eyelash* yang diinginkan apabila pelanggan memiliki referensi. Beaute by mellenia mengedepankan spesialisasi *eyelash extension* yang natural dan halus seperti rambut asli manusia.

c. Service

Beaute by mellenia akan terus memberikan pelayanan jasa yang terbaik dengan memastikan SDM memiliki sertifikasi dalam keahlian *eyelash extension* dengan menggunakan SOP pemasangan *eyelash extension* yang tepat yaitu pemasangan satu per satu helai, dan tidak mengenai kulit kelopak mata pelanggan.

Beaute by Mellenia menawarkan jasa dibidang kecantikan yaitu dikhususkan pada *eyelash extension*, berikut layanan beaute by mellenia yang dikelompokkan berdasarkan ketebalan bulunya yaitu:

a. Natural Single Lash

Natural single lash adalah jenis ketebalan bulu paling natural dengan menggunakan teknik satu bulu mata, dipasang satu helai bulu *extension*. Sehingga hasil akhirnya, mengikuti bentuk bulu mata asli pelanggan dengan tampilan lebih panjang dan lebih lentik.

b. 3D Volume Lash

3D Volume lash adalah jenis *eyelash extension* dengan ketebalan bulu yang bervolume namun masih terlihat natural. Pemasangannya dilakukan dengan teknik helai per helai, dengan jenis bulu yang bercabang tiga.

c. Russian Volume

Russian volume adalah jenis *eyelash extension* dengan ketebalan bulu paling bervolume dan paling pekat, sehingga menghasilkan tampilan yang penuh pada mata. Pemasangan bulunya menggunakan teknik *fanning*, yaitu dengan

menggabungkan bulu mata yang dibuat seperti kipas, satu helai berisi 6-8 cabang bulu.

3. *Promotion*

Promosi merupakan bagian dari pemasaran yang merupakan aktivitas untuk mempengaruhi pelanggan atau calon tertentu untuk membeli produk atau agar pelanggan tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Menurut Rambat Lupiyoadi (2013) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk/jasa. Berikut promosi yang akan dilakukan oleh Beaute by Mellenia:

a. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

- Pemberian gratis *spoolie brush* beserta lembar *aftercare treatment* yang menarik dengan logo khas Beaute by Mellenia bagi setiap pelanggan yang melakukan perawatan.
- Menawarkan program *membercard* agar dapat memperoleh sejumlah manfaat yang berguna bagi pelanggan, seperti pemberian diskon sebanyak 30% sesudah melakukan 5 perawatan dengan nominal tertentu, dan *free* 1 perawatan *eyelash extension* apabila sudah melakukan 10 kali perawatan. *Membercard* akan diberi stempel setiap sesudah melakukan perawatan.

b. Periklanan (*advertising*)

- Memasang papan nama berupa *neon box* terang yang menyatu dengan bangunan dan terletak didepan bangunan agar dapat dikenali dengan mudah oleh pelanggan.
- Melakukan iklan dengan memanfaatkan sosial media seperti instagram, tiktok maupun *facebook ads*.
- Melakukan strategi *Word of Mouth* yang merupakan salah satu bentuk promosi yang terpercaya, sangat efektif dan efisien karena tidak memerlukan biaya. Namun untuk memaksimalkan cara promosi ini, kepuasan pelanggan harus dijaga dengan baik agar informasi yang dihasilkan dapat memberikan dampak positif bagi usaha.

4. *Place*

Menurut Tjiptono (2014) Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang merupakan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk atau jasa dari penjual ke pembeli akhir. Tempat studio Beaute by Mellenia beroperasi adalah kompleks perumahan di daerah Cilincing Jakarta Utara, dengan beralamatkan di Komp. Asrama Airud Blok O no.6 RT009/09. Perencanaannya, pendirian studio Beaute by Mellenia akan mengusung tema bernuansa pink, yang didalamnya difasilitasi spot untuk pelanggan berfoto, selain itu, studio juga akan dibuat senyaman mungkin dengan fasilitas *snack corner*.

METODE PENELITIAN

Nama perusahaan yang didirikan adalah Beaute by Mellenia. Beaute by Mellenia merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa kecantikan *eyelash extension*

yang menggunakan bahan-bahan premium serta dikerjakan oleh *beautician* yang berpengalaman. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:211) "*a Brand is a name, term, sign, symbol, or desain, or a combination of these, that identifies the maker or seller of a product or service.*" (merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang mengidentifikasi pembuat atau penjual dari produk atau jasa tersebut).

Pemberian *brand name* Beaute by Mellenia dikarenakan agar usaha salon *eyelash extension* yang didirikan ini dapat dengan mudah untuk diingat, "beaute" berasal dari Bahasa Perancis yang berarti kecantikan, dimaksudkan nantinya Beaute by Mellenia untuk menyediakan berbagai macam perawatan kecantikan yang akan menarik pelanggan untuk terus mengunjungi dan untuk menjadikan studio ini pusat untuk para wanita perawat dan mempercantik diri. Pemilihan warna pink yang soft pada logo Beaute merefleksikan ekspresi kehangatan, kenyamanan dan keoptimisan.

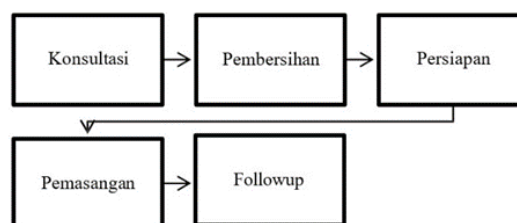


Gambar 1. Logo Beaute by Mellenia

Warna tersebut adalah warna yang identik dengan wanita feminime. Gambar bulu mata pada logo untuk menonjolkan bahwa usaha ini merupakan usaha yang spesialisasi di bidang *eyelash extension*.

Studio Beaute by Mellenia beroperasi di alamat Komp. Perumahan Asrama Airud Blok O no 6, RT009/09. Kecamatan Cilincing, Tanjung Priuk, Jakarta Utara. Lokasi ini dipilih karena cukup strategis, rumah pemilik dan mudah dijangkau. Transportasi bisa dilalui oleh angkutan umum dan dekat dengan stasiun kereta api tanjung priuk. Durasi jam kerja mulai dari jam 09.00 WIB-19.00 WIB, dari hari Senin-Minggu.

Pemasangan *Eyelash extension* yaitu pemasangan tanam bulu mata dengan menempelkan bulu mata palsu sehelai demi sehelai menggunakan lem khusus yang sudah dirancang untuk bagian mata. Proses pengerjaannya biasanya memakan waktu sekitar 1 jam-1 ½ jam dan bertahan selama 1 bulan. Berikut adalah metode pemasangan *eyelash extension* di Beaute by Mellenia sesuai dengan SOP *eyelash extension*.



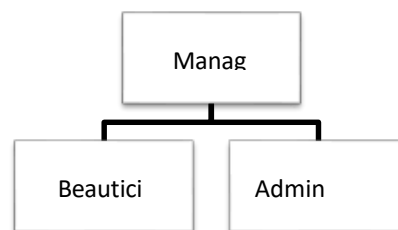
Gambar 2. Bagan Metode Pemasangan *Eyelash extension* di Beaute by Mellenia

Berikut promosi yang akan dilakukan oleh Beaute by Mellenia: Media Sosial, Beaute by Mellenia akan menggunakan media sosial sebagai salah satu alat promosi utama, karena rata-rata masyarakat sudah sangat aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Beaute by Mellenia akan membuat akun media sosial, dimana di dalam akun tersebut akan berisi mengenai informasi-informasi terkini mengenai perkembangan *eyelash extension* di dunia kecantikan, maupun hasil testimoni pemasangan *eyelash extension*. Akun media sosial yang akan digunakan yaitu, *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok* dan *Whatsapp* bisnis yang dimana pada aplikasi tersebut bisa saling bertautan untuk pemasangan iklan. Kemudian menggunakan Spanduk/*Flyer*, spanduk atau flyer yang dipajang depan studio dapat digunakan untuk mengenalkan bisnis usaha Beaute by Mellenia agar lebih dikenal masyarakat sehingga dapat meningkatkan *brandawarness*. Terakhir menggunakan *Endorsement*, *Endorsement* berupa dukungan atau bantuan promosi dari para *influencer* atau orang yang terkenal yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi lingkungan sekitarnya (Teman, saudara, penggemar dan *followers*).

Pengorganisasian

Organisasi (*organization*) adalah suatu unit sosial yang dikoordinasi secara sadar, terdiri atas dua atau lebih orang-orang yang berfungsi dalam suatu basis yang kontinu untuk mencapai suatu tujuan bersama atau serangkaian tujuan. Jadi perencanaan organisasi adalah proses mendefinisikan tujuan bersama, menyusun strategi, dan mengembangkan rencana suatu unit sosial, terdiri atas dua orang atau lebih dalam basis kontinu.

Menurut Stephen P. Robbins (2015:464) “struktur organisasi adalah bagaimana tugas pekerjaan akan dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal”. Setiap perusahaan pasti memiliki struktur organisasinya baik dalam skala kecil maupun skala besar. Tujuan dari struktur organisasi adalah untuk mengarahkan dan menunjukkan tugas masing-masing karyawan. Berikut adalah susunan struktur dari Beaute by Mellenia.



Gambar 3. Bagan Struktur Organisasi Beaute by Mellenia

Jenis Pelayanan

Jenis jasa pelayanan yang ditawarkan oleh Beaute by Mellenia menurut desainnya, sebagai berikut:

- Natural eye eyelash extension*, yaitu memakai 1 atau 2 ukuran panjang *eyelash* yang bisa disesuaikan. Hasil akhirnya adalah bentuk natural mengikuti bentuk mata asli pelanggan.
- Cat eye Eyelash extension*, yaitu memakai 4 ukuran panjang bulu yang bisa disesuaikan. Hasil akhir adalah berbentuk seperti menggunakan *wings eyeliner*, atau panjang kearah samping. Biasanya cocok pada bentuk mata yang besar.

- c. *Doll eye Eyelash extension*, yaitu memakai 3 ukuran panjang bulu yang bisa disesuaikan. Menghasilkan tampilan mata yang lebih menyala atau terbuka karena desain ini panjang ditengah. Biasanya cocok disemua jenis mata terutama mata tipe monolid.
- d. *Anime lash eyelash extension*, yaitu bentuk *eyelash extension* yang terinspirasi dari mata manga atau anime. Biasanya memakai campuran panjang bulu, dengan tampilan yang dihasilkan yaitu adanya bulu yang runcing dan lebih menonjol diantara bulu mata yang pendek.

Untuk ketebalan bulu yang digunakan pada Beaute by Mellenia menggunakan standar internasional yang aman untuk kekuatan bulu mata asli pelanggan di bidang *eyelash extension* yaitu menggunakan ukuran 0,10 mm dan 0,15 mm untuk natural *eyelash extension*, dan ukuran 0,07 untuk ukuran volume karena bulu untuk volume akan dilakukan teknik *fanning*, sehingga dengan ukuran tersebut tidak berat di mata. Dan untuk kelentikannya, Beaute by mellenia akan menyediakan bulu mata dengan lentik C dan D.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Ekonomi Yang Menunjukkan Keberlanjutan Usaha

Sumber Modal

Menurut Sutrisno (2011) biaya modal adalah semua biaya yang secara rill dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka mendapatkan sumber dana yang digunakan untuk investasi perusahaan. Dalam kegiatan investasi sangat dibutuhkan dana yang cukup besar untuk mendanai proyek atau investasi tersebut. Menurut Riyanto (2011) modal asal perusahaan terdiri atas modal asing dan modal sendiri, sebagai berikut:

1. Modal asing

Modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara dan bagi perusahaan merupakan utang yang harus dibayar kembali. Modal asing ini dapat dibagi lagi menjadi 3 golongan, yaitu:

- a. Modal asing jangka pendek (*short-term debt*)
- b. Modal asing jangka menengah (*intermediate-debt*)
- c. Modal asing jangka panjang (*long-term debt*)

2. Modal sendiri

Modal sendiri adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya. Modal sendiri ini berasal dari dua sumber, yaitu sumber *intern* yang keuntungannya dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan, sumber *ekstern* modal yang berasal dari pemilik perusahaan. Dalam rintisan bisnis Beaute by Mellenia sumber modalnya berasal dari modal sendiri, berikut rincian sumber dananya.

Tabel 3. Sumber Modal Usaha

Uraian	Jumlah
Modal Orang Tua	Rp50.000.000
Modal Pribadi	Rp10.000.000
TOTAL	Rp60.000.000

Sumber modal usaha Beaute by Mellenia berasal dari modal sendiri, yang diperoleh melalui dukungan keluarga dan investasi pribadi pemilik. Dengan

total modal sebesar Rp60.000.000, Beaute by Mellenia dapat memulai dan mengembangkan usahanya dalam menyediakan layanan kecantikan *eyelash extension*.

Potensi Berkelanjutan Produk

1. *Payback Period*

Payback periode adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk present value (Purwana, Hidayat 2016, h.132). Adapun kriteria penghitungan *payback periode* adalah semakin kecil periode waktu pengembaliannya semakin cepat proses pengembalian suatu investasi. (Purwana, Hidayat 2016, h.150). Kriteria penilaiannya adalah apabila *payback period* lebih pendek waktunya dari pada maksimum *payback period* nya, usulan investasi dapat diterima. Formula *payback period*:

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Maka *payback period* Beaute by Mellenia sebagai berikut:

Tabel 2. *Payback Period*

Investasi	Arus kas selama 1 tahun
60.000.000	70.000.000

Payback period = $\frac{\text{investasi awal}}{\text{Arus kas}}$ x 12 bulan

Payback period = $\frac{60.000.000}{70.000.000} \times 12 \text{ bulan} = 10,28$

Berdasarkan proyeksi keuangan, Beaute by Mellenia diperkirakan akan mencapai titik impas (*payback period*) dalam waktu kurang dari satu tahun. Dengan total modal usaha sebesar Rp60.000.000 dan rata-rata laba bersih bulanan yang mencapai Rp6.155.000 pada bulan Mei, estimasi periode pengembalian modal adalah sekitar 10 bulan. Perhitungan ini menunjukkan bahwa investasi awal dapat kembali dalam waktu yang relatif singkat, mencerminkan potensi profitabilitas dan efisiensi operasional dari Beaute by Mellenia.

2. *Net Present Value*

Net Present Value adalah analisis manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu usaha. Analisis ini dapat dilihat dengan menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Purwana, Hidayat 2016, h.133). Metode NPV juga memiliki kriteria dalam penggunaannya. Menurut Hansen dan Mowen (2014) berikut kriteria dalam pembuatan keputusan menggunakan NPV:

- a. $NPV > 0$ berarti investasi tersebut menguntungkan dan dapat diterima.
 - Investasi awal telah tertutupi.
 - Tingkat pengembalian yang diminta telah terpenuhi.
 - Pengembalian di atas investasi awal dan biaya modal diterima.
- b. $NPV < 0$ investasi ditolak

Investasi tersebut lebih kecil dari tingkat pengembalian yang diminta.

c. NPV = 0

Investasi awal sudah terpenuhi dan tingkat pengembalian yang diminta juga telah terpenuhi. Hal ini membuat investor dalam pengambilan keputusannya dapat menerima atau menolak investasi, karena investasi tersebut menghasilkan jumlah yang sama dengan tingkat pengembalian

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

yang diminta. Formula yang digunakan untuk menghitung *Net Present Value*:

$$NPV = \frac{CF_0}{(1+r)^0} + \frac{CF_1}{(1+r)^1}$$

$$NPV = \frac{-60.000.000}{1} + \frac{70.000.000}{(1+0.05)^1}$$

$$NPV = -60.000.000 + \frac{70.000.000}{1.05}$$

$$NPV = -60.000.000 + 66.666.666,67$$

$$NPV = 6.666.666,67$$

Hasil NPV Beaute by Mellenia menunjukkan hasil >0, sehingga investasi tersebut menguntungkan dan dapat diterima.

3. *Break Even Point*

Break Even Point adalah ditentukan berdasarkan titik impas (Purwana, Hidayat 2016). *Break Even Point* (BEP) adalah titik dimana pendapatan sama dengan modal yang dikeluarkan, tidak terjadi kerugian atau keuntungan. Total keuntungan dan kerugian ada pada posisi 0 (nol). Hal tersebut dapat terjadi bila perusahaan dalam operasinya menggunakan biaya tetap, dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel.

Apabila penjualan hanya cukup untuk menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, maka artinya perusahaan menderita kerugian. Sebaliknya, bila penjualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap yang harus di keluarkan, maka perusahaan tersebut akan memperoleh keuntungan. Berikut adalah BEP dalam usaha Beaute by Mellenia dapat diketahui bahwa:

a. **Biaya Tetap (*Fixed Costs*):**

- Biaya Listrik: Rp250.000 per bulan
 - Biaya Bahan Baku: Rp450.000 per bulan (rata-rata)
- Total Biaya Tetap per Bulan: Rp700.000

b. **Biaya Variabel (*Variable Costs*) per Unit Layanan:**

- Bahan Eyelash: Rp20.000 per layanan
- Primer Glue: Rp10.000 per layanan
- Lainnya: Rp5.000 per layanan

Total Biaya Variabel per Unit Layanan: Rp35.000

c. Harga Jual per Unit Layanan: Rp100.000

Formula BEP dalam rupiah sebagai berikut:

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per Unit}}{\text{Harga Jual per Unit}}}$$

Berikut adalah BEP (Rp) dalam usaha Beaute by mellenia:

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp}1.076.923$$

Break Even Point (BEP) dalam rupiah menunjukkan bahwa Beaute by Mellenia perlu mencapai pendapatan sebesar Rp1.076.923 per bulan untuk mencapai titik impas, membantu dalam menetapkan target pendapatan yang diperlukan untuk menjaga kelangsungan bisnis

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Rp}700.000}{1 - \frac{\text{Rp}35.000}{\text{Rp}100.000}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Rp}700.000}{0.65}$$

Rencana Sistem Budget

Rencana sistem budget Beaute by Mellenia untuk tahun 2024 telah disusun dengan mempertimbangkan berbagai kebutuhan penting yang mendukung operasional dan pengembangan bisnis. Anggaran ini mencakup alokasi dana untuk renovasi, pembelian peralatan studio, serta kebutuhan bahan eyelash. Dengan total anggaran sebesar Rp59.955.000, rencana budget ini bertujuan untuk memastikan kelancaran operasional dan peningkatan kualitas layanan Beaute by Mellenia.

Tabel 3. Rencana Sistem Budget

Nama	Biaya
Renovasi	Rp50.000.000
Kebutuhan peralatan studio	Rp8.715.000
Kebutuhan eyelash	Rp1.240.000
Jumlah	Rp59.955.000

Rencana sistem budget Beaute by Mellenia telah disusun untuk memastikan penggunaan dana yang efisien dan efektif dalam mendukung operasional serta pengembangan bisnis. Anggaran ini mencakup berbagai kebutuhan utama seperti biaya renovasi, peralatan studio, dan bahan *eyelash*. Berikut adalah rincian anggaran yang diusulkan untuk periode mendatang:

1. Renovasi

Beaute by Mellenia merencanakan alokasi dana sebesar Rp50.000.000 untuk renovasi tempat usaha. Dana ini akan digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan fasilitas studio demi kenyamanan pelanggan.

2. Kebutuhan Peralatan Studio

Sebanyak Rp8.715.000 dialokasikan untuk pembelian peralatan studio, termasuk meja, kursi, AC, dan peralatan penunjang lainnya yang diperlukan untuk operasional harian.

3. Kebutuhan Eyelash

Anggaran sebesar Rp1.240.000 dialokasikan untuk kebutuhan bahan baku *eyelash*, seperti *eyelash single*, *primer glue*, dan produk lainnya yang dibutuhkan untuk layanan *eyelash extension*.

Total anggaran yang direncanakan adalah Rp59.955.000, yang diharapkan dapat mencakup seluruh kebutuhan awal operasional dan pengembangan studio Beaute by Mellenia.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan Beaute by Mellenia untuk periode lima bulan pertama tahun 2024 menunjukkan hasil yang sangat positif. Selama periode ini, terjadi peningkatan pendapatan yang konsisten setiap bulan, yang menunjukkan keberhasilan strategi pemasaran dan efisiensi operasional perusahaan. Peningkatan pendapatan ini didukung oleh pengelolaan biaya yang efektif, termasuk biaya listrik dan bahan baku, yang tetap stabil dan terukur. Laba bersih perusahaan juga mencatat peningkatan yang signifikan, mencerminkan kemampuan Beaute by Mellenia dalam memaksimalkan profitabilitas. Berikut ini adalah rincian laporan keuangan Beaute by Mellenia dari bulan Januari hingga Mei 2024:

Tabel 4. Laporan Keuangan

	Januari	Februari	Maret	April	Mei
Pendapatan	3.510.000	2.880.000	3.160.000	6.250.000	6.855.000
Listrik	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
Biaya bahan baku	250.000	150.000	200.000	350.000	450.000
Laba bersih	3.010.000	2.480.000	2.710.000	5.650.000	6.155.000

Selama lima bulan pertama tahun 2024, Beaute by Mellenia berhasil mencatat peningkatan pendapatan yang signifikan setiap bulannya. Pada bulan Januari, pendapatan mencapai Rp3.510.000 dan terus meningkat hingga mencapai Rp6.855.000 pada bulan Mei. Selain peningkatan pendapatan, Beaute by Mellenia juga berhasil menjaga efisiensi operasional dengan biaya listrik yang tetap stabil sebesar Rp250.000 per bulan dan pengelolaan biaya bahan baku yang terukur, dari Rp250.000 pada bulan Januari hingga Rp450.000 pada bulan Mei. Keberhasilan finansial Beaute by Mellenia juga terlihat dari peningkatan laba bersih yang signifikan, dari Rp3.010.000 pada bulan Januari hingga mencapai Rp6.155.000 pada bulan Mei. Hal ini mencerminkan strategi bisnis yang efektif dan kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan profitabilitas.

Pembahasan Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha Beaute by Mellenia berfokus pada perluasan pasar dan peningkatan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin beragam. Dalam upaya untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa strategi telah direncanakan, yang mencakup aspek pemasaran, perluasan pasar, dan pengembangan produk serta layanan. Berikut ini adalah pembahasan pengembangan usaha Beaute by Mellenia berdasarkan analisis SWOT dan strateginya:

A. Analisis SWOT

1. Kekuatan (*Strengths*)

- a. Harga/biaya perawatan yang terjangkau untuk semua kalangan.
 - b. Memiliki studio yang nyaman dengan fasilitas *snack corner* dan *full music*.
 - c. Lokasi yang berada di dalam perumahan dengan transportasi yang mudah diakses.
 - d. Memiliki *beautician* yang bersertifikat dan berpengalaman.
 - e. Memiliki bahan baku bulu *eyelash* yang halus seperti bulu mata asli.
 - f. Tersedianya banyak varian bulu dengan berbagai variasi kelentikan yang bisa disesuaikan dengan keinginan pelanggan.
 - g. Tersedianya macam pilihan tipe/ model *eyelash extension* sehingga cocok di semua jenis bentuk mata.
2. Kelemahan (*Weaknesses*)
 - a. Merupakan pendatang baru dalam usaha sehingga *brand* belum dikenal.
 - b. Adanya persepsi buruk terhadap pemasangan *eyelash extension*.
 - c. Sumber daya manusia yang masih sedikit.
 3. Peluang (*Opportunities*)
 - a. Belum adanya usaha sejenis di sekitar tempat usaha yang menawarkan hasil akhir *eyelash extension* yang terlihat natural.
 - b. Lokasi ada di kawasan perumahan, sehingga target pasarnya adalah orang yang bekerja dan memiliki status sosial tinggi.
 - c. Perkembangan teknologi yang memudahkan untuk mendapatkan pelanggan baru melalui media sosial.
 4. Ancaman (*Threats*)
 - a. Pelanggan yang semakin selektif dan kritis.
 - b. Munculnya teknologi/ peralatan yang semakin berkembang di pasaran.
 - c. Terdapat kompetitor yang lebih besar dan menyediakan perawatan lainnya yang lebih lengkap dan telah ada lebih dulu.
- B. Strategi Pengembangan Usaha**
1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)
 - a. Memanfaatkan kekuatan berupa bahan baku berkualitas dan *beautician* berpengalaman untuk menarik pelanggan baru melalui media sosial dan platform digital lainnya.
 - b. Mengembangkan layanan baru seperti *home service* untuk menjangkau pelanggan di luar wilayah Cilincing, Jakarta Utara, yang memiliki potensi pasar yang besar.
 2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)
 - a. Mengatasi kelemahan *brand* yang belum dikenal dengan meningkatkan aktivitas pemasaran dan promosi melalui program "one day one content" di platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan *brand awareness*.
 - b. Menambah sumber daya manusia dengan merekrut karyawan baru yang memiliki pendidikan dan keterampilan dalam *eyelash extension* untuk memenuhi permintaan yang meningkat.
 3. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

- a. Menggunakan kekuatan harga yang terjangkau dan kualitas layanan untuk mempertahankan pelanggan yang semakin selektif dan kritis.
 - b. Mengikuti perkembangan teknologi dengan menyediakan peralatan terbaru dan teknik terkini dalam *eyelash extension* untuk bersaing dengan kompetitor yang lebih besar.
4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)
- a. Mengurangi persepsi buruk terhadap pemasangan *eyelash extension* melalui edukasi dan promosi yang menjelaskan keamanan dan keunggulan layanan yang ditawarkan.
 - b. Meningkatkan kolaborasi dengan *influencer* dan *beauty blogger* untuk memperkuat citra *brand* dan menarik pelanggan baru.

Dengan strategi-strategi ini, Beaute by Mellenia diharapkan dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk berkembang dan menjadi lebih kompetitif di pasar bisnis jasa kecantikan, khususnya dalam layanan *eyelash extension*. Pengembangan usaha ini akan fokus pada peningkatan kualitas layanan, perluasan pasar, dan inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang.

SIMPULAN

Usaha *eyelash extension* memiliki potensi pasar yang besar, terutama di kalangan wanita yang semakin sadar akan pentingnya penampilan. Tren kecantikan yang terus berkembang mendukung pertumbuhan permintaan terhadap layanan ini. Studio Beaute by Mellenia menawarkan layanan berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan-bahan yang aman dan metode pemasangan yang profesional. Ini menjadi keunggulan kompetitif yang penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Pemasaran yang efektif melalui media sosial, promosi, dan branding yang kuat telah terbukti mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik usaha. Strategi pemasaran yang tepat sangat berpengaruh dalam mencapai target penjualan dan membangun basis pelanggan yang loyal. Analisis finansial menunjukkan bahwa "Beaute by Mellenia" memiliki prospek keberlanjutan yang baik dengan indikator finansial yang menguntungkan. Pengelolaan keuangan yang baik dan efisiensi operasional menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, Muhammad Yoga, and Binti Nur Asiyah. 2023. Penerapan Manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating Dan Controlling) Pada Usaha Dawet Semar di Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 2.2: 36-48.
- Annissa, Mutia. 2022. Makin Meroket Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun Pada 2022. *Katadata* (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroketpendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>) diakses tanggal 30 Januari 2024, pukul 20.30
- Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara. 2024. Hasil Sensus Penduduk 2022 Jakarta Utara. Laporan Statistik, Badan Pusat Statistik

(<https://jakutkota.bps.go.id/indicator/12/29/1/jumlah-penduduk.html>)
diakses tanggal 31 Januari 2024, pukul 19.00

- Haryani, Deffi. 2022. Implementasi Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terhadap Pengembangan Usaha Anyaman Rumbai di Desa Sidang Mas Banyuasin III Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Sosial* 17.2: 76-88.
- Hendrowardojo, Hestia Trina Hastama, Bing Bedjo Tanudjaja, and Daniel Kurniawan. 2019. Perancangan Re-Branding Eyelash Artist Beserta Media Promosi. *Jurnal DKV Adiwarna* 1.14: 10.
- Maharani, Nuansasi Sendiana Galuh. 2021. Rencana Bisnis Pendirian Usaha Hawa Salon Muslimah di Bekasi/Nuansasi Sendiana Galuh Maharani /78140589/ Pembimbing: Muhammad Fuad.
- Maghfiroh, Siti Hafdara, and Mutimatul Faidah. 2020. Strategi Pemasaran di Nurayya Salon dan Spa Muslimah Surabaya. *Jurnal Tata Rias* 9.2.
- Malvin, Martinus. 2013. Rencana Pendirian Usaha Beaute by Mellenia di Summarecon, Bekasi/Martinus Malvin/27090041/Pembimbing: Agus Salim.
- Nafila, Aliya Fitriana. 2017. Rencana Bisnis Pendirian Usaha Eyelash extension Beulashes di Lippo Plaza, Yogyakarta/Aliya Fitriana Nafila/74130532/Pembimbing: Rita Eka Setianingsih.
- Nardian, Septrido Wira. 2021. Analisis Kelayakan Investasi Salon Kecantikan Lash Me Magelang. Diss. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Peraturan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil dan Menengah.
- Prasetyo, Cindy. 2022. Eloise Lash (Perencanaan Pendirian Usaha Jasa Kecantikan Eyelash dengan Layanan Booking Appointment Berbasis Website di Kota Palembang).
- Purnomo, Edy. 2006. Pengaruh Quality Control Terhadap Tingkat Kerusakan Produk. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* Vol 6.2: 116-121.
- Silvita Agmasari. 2016. Yuk, Simak Sejarah Ditemukannya Tanam Bulu Mata di Dunia. Kompascom (<https://lifestyle.kompas.com/read/2016/01/25/070600120/Simak.Sejarah.Ditemukannya.Tanam.Bulu.Mata.di.Dunia.>) diakses tanggal 20 Mei 2024, pukul 16.06.
- Siregar, Onan Marakali, dan Hafiza Adlina. Konsep Dasar dan Motivasi Berwirausaha.
- Stefany, Stefany. Pearl Eyelash (Perencanaan Pendirian Usaha Jasa Perawatan Kecantikan Pearl Eyelash di Kota Palembang Era New Normal). Dis. STIE Multi Data Palembang.
- Yana, Widya Rahma, dan Grendi Hendrastomo. 2021. Trend Eyelash Extension Pada Perempuan di Yogyakarta. *E-Societas* 10.3.