

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Konsep Bisnis

Konsep bisnis Studio Nathania Line MU, adalah studio yang khusus menyediakan jasa layanan *Make up* dan *Hairdo* sesuai permintaan konsumennya. Desain studio *make up* ini akan dibuat senyaman mungkin agar para konsumen dapat leluasa berada didalam studio, studio Nathania Line *make up* juga memberikan free wifi kepada para konsumen.

#### 4.2. Gambaran Umum Responden

Pada bagian ini membahas mengenai hasil dari kuesioner yang telah dibagikan kepada 20 orang responden yang sudah menggunakan jasa Nathania Line MUA di Semarang, dan dari hasil penyebaran kuisisioner ini didapatkan identitas responden sebagai berikut :

Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden

No	Perempuan	Jumlah	Prosentase
1	Sudah menikah	8	40
2	Belum menikah	12	60
	Total	20	100
No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	13- 16	3	15
2	17 - 26	8	40
3	27 - 36	8	40
4	37 keatas	1	5
	Total	20	100

lanjutan tabel 4.1. ...Gambaran Umum Responden ...

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Siswi	5	25
2	Mahasiswa	2	10
3	Karyawan	5	25
4	Wirausaha	2	10
5	IRT	2	10
6	Lain lain	4	20
	Total	20	100
No	Kepuasan	Jumlah	Prosentase
1	sangat puas	8	40
2	puas	10	50
3	cukup puas	2	10
	Total	20	100
No	Studio	Jumlah	Prosentase
1	sangat mendukung	10	50
2	mendukung	9	45
3	cukup mendukung	1	5
	Total	20	100
No	Sumber Informasi	Jumlah	Prosentase
2	IG	12	60
3	Teman	7	35
4	Keluarga	1	5
	Total	20	100

Sumber : Data Primer ( 2019)

Berdasarkan tabel diatas, semua konsumen Nathania Line MUA adalah perempuan, 40 % nya sudah menikah, rentang usia :  $17 - 36 = 80$  %, pekerjaan : siswi = 25 %, karyawan = 25 %. Dari aspek kepuasan : sangat puas = 40 %, puas = 50 %. Terhadap rencana memulai Studio Nathania Line MU : sangat mendukung = 50 %, mendukung = 45 %. Sumber informasi mengetahui tentang Nathania Line MU : IG (Instagram) = 60 %.

Tabel 4.2. Tabulasi Silang Usia VS Pekerjaan Responden

Usia	Jenis Pekerjaan						Jumlah
	Siswi	Maha- siswi	Karya- wati	Wira- usaha	Ibu Rumah Tangga	Lain lain	
13 - 16 % dari Total	3	0	0	0	0	0	3 15,00
17 - 26 % dari Total	2	2	2	1	0	1	8 40,00
27 - 36 % dari Total	0	0	3	2	1	2	8 40,00
37 keatas % dari Total	0	0	0	0	1	0	1 5,00
Total							20 100,00

Sumber : Data Primer ( 2019)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa konsumen dengan rentang usia 17 – 36 tahun = 80 % merupakan konsumen terbanyak, terdiri dari berbagai profesi

Tabel 4.3 : Tabulasi hasil survey ada pada Lampiran, merupakan sumber data dari tabel 4.1 dan tabel 4.2.

### 4.3. Aspek Pasar

Aspek pasar merupakan pembahasan tentang segmentasi pasar, target, positioning pasar dan bauran pemasaran 7p. Segmentasi pasar dibahas dari segmen demografi, geografis dan psikografis.

#### 4.3.1. Segmentasi Pasar, target pasar dan positioning pasar

##### 1. Segmentasi Pasar

Dalam segmentasi pasar dibagi menjadi tiga yaitu :

###### A. Segmentasi Demografi

Secara demografi, Nathania Line MU akan :

- a. Melayani konsumen perempuan dengan rentang usia 17 tahun keatas dengan antisipasi pengembangan 5 (lima) tahun berikutnya.
- b. Melayani kelompok status sosial berbeda, mulai siswi, mahasiswi, karyawan, wirausaha, ibu rumah tangga, dan lain - lain.

###### B. Segmentasi Geografis

Secara geografis, Nathania Line MU melayani konsumen di dalam kota Semarang, luar kota dan luar negeri. Hal ini dimungkinkan dengan adanya tren permintaan yang selalu tumbuh seiring program sosialisasi budaya Indonesia ke manca Negara oleh pemerintah, melalui kerja sama dengan EO, Fotografer dan Kelompok Seni.

###### C. Segmentasi Psikografis

Secara psikografis Nathania Line MU selalu belajar dan mengadaptasi tren untuk event apapun sebagai produk sesuai gaya hidup setiap konsumen yang membutuhkan layanan, melalui komunikasi intent dengan EO, Fotografer dan Kelompok Seni.

##### 2. Target Pasar

Target pasar utama Nathania Line MU adalah perempuan yang berdomisili di kota Semarang dan telah berusia 17 tahun keatas dari kalangan menengah keatas, luar kota Semarang maupun luar negeri.

##### 3. Posisi Pasar

Nathania Line MU merupakan studio make up yang unik, selain melayani *make up* untuk berbagai event sebagai produk yang variatif,

menjangkau konsumen dengan rentang usia yang lebar (17 tahun keatas) melayani sesuai jadwal yang dikehendaki oleh konsumen dalam dan luar kota Semarang maupun luar negeri. Posisi pasar yang unik ini didapat melalui analisis bauran pemasaran 7p.

#### 4.3.2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah berbagai komponen dalam pemasaran meliputi : *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* (Umar, 2001).

Tabel 4.4. Bauran Pemasaran Studio Nathania Line MU

Keterangan	Studio Nathania Line MU
Product	Karakter <i>make up</i> yang dihasilkan : soft
Price	Harga <i>make up</i> berkisar 250 – 3.000
Place	Singa Raya no. 10, Semarang
Promotion	Orang ke orang, IG, WA grup, Brosur
People	HD honorer, pakaian bebas sopan
Proses	Orang datang, <i>make up</i> dan hairdo, umpan balik, selesai, retouch, di studio : free wifi, ADK
Physical Evidence	Buku order, jadwal kerja, kuitansi

Sumber : Data Primer (2019)

Dari tabel diatas, karakter soft, melayani panggilan, meminta umpan balik, retouch, free wifi dan Air minum Dalam Kemasan (ADK) bagi konsumen yang datang diharapkan mampu berperan sebagai keunikan layanan sebuah studio *make up* yang akan memberi kontribusi positif terhadap pengembangan pasar.

#### 4.3.3. Permintaan dan Penawaran

Target pasar utama studio Nathania Line MU adalah komunitas perempuan dengan usia 16 tahun keatas yang tinggal di dalam maupun di luar kota Semarang dan melayani panggilan (jemput bola), yaitu melayani di tempat sesuai permintaan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang tertera pada tabel 4.4, dan bekerja sama dengan EO, Fotografer dan Kelompok Seni, pertumbuhan pasar penulis selaku Nathania Line MUA selama tahun 2016 – 2018 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5. Unit Penjualan perproduk 2016-2018

Produk	2016	2017	2018
Wisuda	0	10	12
Party	7	12	42
Prewedding	0	1	14
Engagement	0	1	1
Wedding	0	0	1
Total	7	24	70

Sumber : Data Primer (2019)

Dengan harga jual (2018) Wisuda : Rp. 250.000,-, Party : Rp. 350.000,-, Prewedding : Rp. 650.000,-, Engagement : Rp. 650.000,- dan Wedding : Rp. 2.000.000,-.(Data Primer 2019)

Berdasarkan data empirik diatas studio Nathania Line MU merencanakan penawaran sebagai berikut :

Tabel 4.6. Harga Produk Nathania Line MU 2019

No.	Event	Harga (Rp.)
1	Wisuda	250.000
2	Party	400.000
3	Prewedding	750.000
4	Engagement	750.000
5	Wedding	3.000.000

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2019)

Dari tabel 4.5 diatas, di tahun 2019 penulis optimis dapat mencapai volume penjualan sebagai berikut :

Tabel 4.7. Perkiraan Penjualan th 2019

Produk	Unit
Wisuda	15
Party	50
Prewedding	20
Engage	2
Wedding	1
Total	88

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2019)

Dengan asumsi pertumbuhan jumlah konsumen antara 10 - 16 % pertahun, dimana jumlah konsumen harus berupa bilangan bulat, proyeksi konsumen tahun 2019 – 2023 direncanakan sebagai berikut :

Tabel 4.8. Proyeksi Konsumen 2019 – 2023

Produk	2019	2020	2021	2022	2023
Wisuda	15	17	19	21	24
Party	50	66	73	81	90
Prewedding	20	25	28	31	35
Engagement	2	3	4	5	6
Wedding	1	1	2	2	2
Total	88	112	126	140	157

Sumber Data Primer yang diolah (2019)

Keterangan : 1 produk 1 konsumen

Dari tabel 4.6, untuk keperluan proyeksi harga produk diasumsikan pertumbuhan 10 % pertahun akan didapat daftar sebagai berikut :

Tabel 4.9. Proyeksi harga jual/unit produk 2019 - 2023

Produk	2019	2020	2021	2022	2023
Wisuda	250.000	275.000	302.500	332.750	366.025
Party	400.000	440.000	484.000	532.400	585.640
Prewedding	750.000	825.000	907.500	998.250	1.098.075
Engagement	750.000	825.000	907.500	998.250	1.098.075
Wedding	3.000.000	3.300.000	3.630.000	3.993.000	4.392.300

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

Sehingga *proyeksi perolehan untuk tahun 2019 – 2023 = jumlah konsumen dikalikan harga jual perproduk* (dari tabel 4.8 dan tabel 4.9) dapat dinyatakan dengan tabel berikut :

Tabel 4.10. Perkiraan Perolehan Nathania Line MU 2019 - 2023 (Rp.)

Event	2019	2020	2021	2022	2023
Wisuda	3.750.000	4.675.000	5.747.500	6.987.750	8.784.600
Party	20.000.000	29.040.000	35.332.000	43.124.400	52.707.600
Prewedding	15.000.000	20.625.000	25.410.000	30.945.750	38.432.625
Engagement	1.500.000	2.475.000	3.630.000	4.991.250	6.588.450
Wedding	3.000.000	3.300.000	7.260.000	7.986.000	8.784.600
Total	43.250.000	60.115.000	77.379.500	94.035.150	115.297.875

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

pertumbuhan 10 % pertahun  
jumlah produk sesuai Proyeksi unit yang dijual 2019 - 2023

Keterangan :

1. diasumsikan studio Nathania Line MU dimulai tahun 2019
2. diasumsikan pertumbuhan jumlah konsumen sebesar 10 - 16 % pertahun dan pertumbuhan harga produk 10 %
3. layanan maksimal di studio Nathania Line MU 8 (delapan) kali perhari dan siap melayani ditempat yang dikehendaki konsumen



#### 4.3.4. Biaya Pemasaran

Studio Nathania Line MU berencana mengalokasikan biaya pemasaran hanya pada biaya pembuatan brosur, sedangkan untuk kegiatan intent di Instagram Nathline\_makeup dan Line dengan ID louisline, studio sudah mengalokasikan biaya wifi pada pos biaya Administrasi Umum.



Gambar 4.1. Brosur Nathania Line MU

Keterangan :

Kertas Glossy 80 gram full color satu sisi ukuran 15 cm x 21 cm

Harga : Rp. 375.000,- per 100 lembar

#### 4.4. Aspek Operasi

##### 4.4.1. Lokasi Operasi

Lokasi studio Nathania Line MU ada di Jalan Singa Raya no 10, sekitar 50 m dari Jl. Supriadi, Semarang, lokasi yang mudah dijangkau dan tersedia lahan parkir yang memadai, dekat dengan toko kosmetik, salon potong rambut dan rumah makan.

#### 4.4.2. Volume Operasi

Volume operasi studio Nathania Line MU saat operasional akan menyediakan layanan hingga 16 konsumen perhari untuk berbagai event diluar event prewedding dan wedding, dengan harapan ada peningkatan setiap bulannya.

#### 4.4.3. Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam perencanaan bisnis studio *make up* seperti kuas, sponge, sisir, dan lain – lain.

Tabel 4.11. Sarana dan Peralatan Make Up

Nama	Gambar	Rp.	Harga
Tas <i>make up</i>		Rp.	3.500.000
Bulu mata		Rp.	100.000
<i>Brushmake up</i> segala ukuran dan <i>masker</i>		Rp.	250.000
<i>Beauty blender</i> aneka ukuran dan warna		Rp.	40.000
<i>Eyeshadow palette</i> aneka warna		Rp.	160.000
<i>Eyeliner</i> pensil, dan <i>liquid</i>		Rp.	126.000
<i>Eyebrow kits</i> untuk alis simetris		Rp.	45.000
<i>Primer</i>		Rp.	55.000
Alat <i>contouring</i> dan <i>highlight</i> untuk kesan tirus dan tegas		Rp.	170.000
Masker kerja		Rp.	5.000
Total		Rp.	4.451.000

Sumber : data primer yang diolah (2019)

#### 4.4.4. Bahan Baku dan Bahan Penolong

Bahan – bahan yang dibutuhkan dalam pelayanan jasa *make up* yang tersedia di studio seperti kosmetik, bulu mata, lem bulu mata, dan lain – lain.

Tabel 4.12. Bahan Baku dan Bahan Penolong

Nama	Gambar	Rp. Harga
Foundation dengan beragam shade		Rp. 215.000
<i>Blush on</i> untuk pipi yang merona		Rp. 46.000
lipstick, <i>stick &amp; liquid</i>		Rp. 95.000
Maskara untuk tampilan mata dramatis		Rp. 80.000
Bedak untuk sentuhan akhir yang sempurna		Rp. 230.000
<i>Make up remover</i>		Rp. 35.000
Total		Rp. 701.000

Sumber : data primer yang diolah (2019)

#### 4.4.5. Layout

Tata letak usaha studio *make up* sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen, untuk itu ruangan studio Nathania Line MU harus nyaman, bersih, dan mengatur penyimpanan tata letak fasilitas – fasilitas dan perlengkapan *make up* senyaman mungkin, ruangan berukuran 4,8 m x 3,6 m dengan AC berkapasitas  $\frac{3}{4}$  PK.

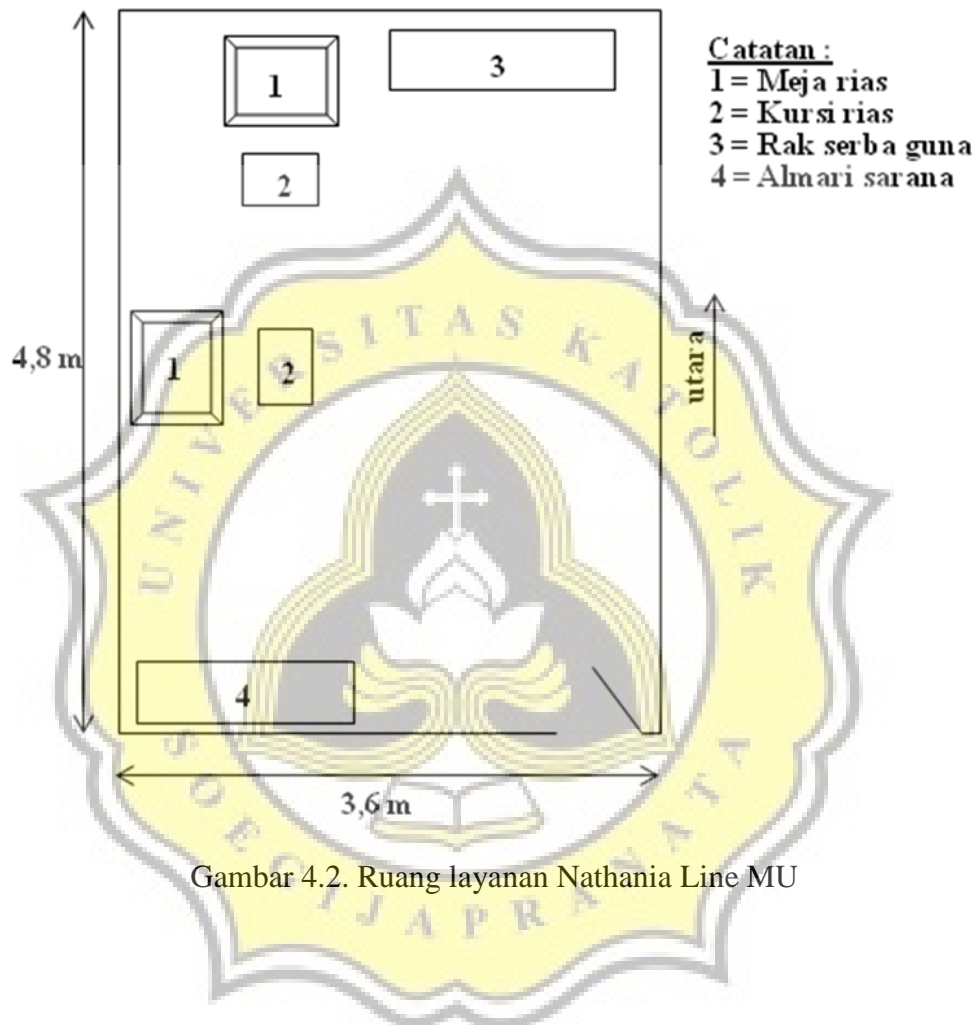
---

←----- ke Jl. Supriadi (50 m)

Jl. Singa Raya no. 10

---

**Studio Nathania Line Make Up**



Gambar 4.2. Ruang layanan Nathania Line MU

#### 4.4.6. HPP (Harga Pokok Produksi)

Jumlah biaya yang dikeluarkan untuk membeli kosmetik dan bahan penolong *make up* dan biaya tenaga kerja langsung untuk satu kali merias konsumen.

##### 1. Biaya Bahan Baku (dan Bahan Penolong)

Biaya bahan baku studio Nathania Line MU meliputi harga kosmetik yang dikenakan pada konsumen dan biaya pemanfaatan peralatan *make up* yang dipakai selama layanan berlangsung untuk setiap konsumen. Untuk setiap produk yang ada, masing-masing biaya bahan baku / produk adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13. Biaya Bahan Baku dan Bahan Penolong Produk Wisuda dan Party

no.	sarana/produk	Rp./unit	Rp./lxrias	keterangan	frek/pcs
1	bulu mata	100.000	10.000	10x/box	10
2	lipstik stick	45.000	2.250	20x/stick	20
3	lipstick liquid	50.000	1.000	50x/botol	50
4	bedak tabur	115.000	2.300	50x/unit	50
5	bedak padat	115.000	2.300	50x/unit	50
6	foundation	215.000	8.600	25x/botol	25
7	eye liner liquid	46.000	460	100x/botol	100
8	eye liner spidol	80.000	2.667	30x/stick	30
9	pensil alis	35.000	1.750	20x/stick	20
10	blush on	46.000	2.300	20x/unit	20
11	Garnier Cleancer	35.000	700	10x/botol	50
12	sponge	40.000	2.000	20x/pcs	20
13	masker pekerja	5.000	1.000	5x/pcs	5
14	eyeshadow	160.000	3.200	50x/unit	50
15	primer	55.000	2.750	20x/botol	20
16	concealer	45.000	1.500	30x/tube	30
17	contour	125.000	2.500	50x/unit	50
18	mascara	80.000	4.000	20x/botol	20
19	Brushmake up	250.000	5.000	50x/unit	50
20	sewa sarana	25.000	25.000	kuas, palet dll.	
Total			81.277		

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

Tabel 4.14. Biaya Bahan Baku dan Bahan Penolong Produk Prewedding dan Engage

no.	sarana/produk	Rp./unit	Rp./1xrias	keterangan	frek/pcs
1	bulu mata	100.000	10.000	10x/box	10
2	lipstik stick	45.000	2.250	20x/stick	20
3	lipstick liquid	50.000	1.000	50x/botol	50
4	bedak tabur	800.000	16.000	50x/unit	50
5	bedak padat	195.000	3.900	50x/unit	50
6	foundation	680.000	27.200	25x/botol	25
7	eye liner liquid	46.000	460	100x/botol	100
8	eye liner spidol	80.000	2.667	30x/stick	30
9	pensil alis	35.000	1.750	20x/stick	20
10	blush on	46.000	2.300	20x/unit	20
11	Garnier Cleancer	35.000	700	10x/botol	50
12	sponge	40.000	2.000	20x/pcs	20
13	masker pekerja	5.000	1.000	5x/pcs	5
14	eyeshadow	160.000	3.200	50x/unit	50
15	primer	55.000	2.750	20x/botol	20
16	concealer	45.000	1.500	30x/tube	30
17	contour	125.000	2.500	50x/unit	50
18	mascara	80.000	4.000	20x/botol	20
19	Brushmake up	250.000	5.000	50x/unit	50
20	sewa sarana	25.000	25.000	kuas, palet dll.	
Total			115.177		

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

Tabel 4.15. Biaya Bahan Baku dan Bahan Penolong Produk Wedding

no.	sarana/produk	Rp./unit	Rp./1xrias	keterangan	frek/pcs
1	bulu mata	175.000	17.500	10x/box	10
2	lipstik stick	45.000	2.250	20x/stick	20
3	lipstick liquid	50.000	1.000	50x/botol	50
4	bedak tabur	800.000	16.000	50x/unit	50
5	bedak padat	195.000	3.900	50x/unit	50
6	foundation	680.000	27.200	25x/botol	25
7	eye liner liquid	46.000	460	100x/botol	100
8	eye liner spidol	80.000	2.667	30x/stick	30
9	pensil alis	75.000	3.750	20x/stick	20
10	blush on	115.000	5.750	20x/unit	20
11	Garnier Cleancer	35.000	700	10x/botol	50
12	Sponge	40.000	2.000	20x/pcs	20
13	masker pekerja	5.000	1.000	5x/pcs	5
14	eyeshadow	160.000	3.200	50x/unit	50
15	Primer	680.000	34.000	20x/botol	20
16	concealer	45.000	1.500	30x/tube	30
17	Contour	125.000	2.500	50x/unit	50
18	Mascara	80.000	4.000	20x/botol	20
19	Brushmake up	250.000	5.000	50x/unit	50
20	sewa sarana	25.000	25.000	kuas, palet dll.	
Total			159.377		

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

Dari tabel 4.13, 4.14 dan 4.15, dengan asumsi kenaikan harga barang rata-rata 10%/tahun, Proyeksi biaya bahan baku /unit produk 2019 – 2023 :

Tabel 4.16. Proyeksi harga bahan baku dan bahan penolong/unit produk 2019 - 2023

Produk	2019	2020	2021	2022	2023
Wisuda	81.277	89.404	98.345	108.179	118.997
Party	81.277	89.404	98.345	108.179	118.997
Prewedding	115.177	126.694	139.364	153.300	168.630
Engagement	115.177	126.694	139.364	153.300	168.630
Wedding	159.377	175.314	192.846	212.130	233.343

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)  
pertumbuhan 10 % pertahun

## 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung berupa honor pekerja HairDo (HD), dengan asumsi kenaikan honor rata-rata 10%/tahun, proyeksi biaya tenaga kerja langsung untuk semua produk sesuai rencana penjualan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.17. Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Langsung/unit produk 2019 - 2023

T Kerja HD	2019	2020	2021	2022	2023
Wisuda	60.000	66.000	72.600	79.860	87.846
Party	60.000	66.000	72.600	79.860	87.846
Prewedding	100.000	110.000	121.000	133.100	146.410
Engagement	150.000	165.000	181.500	199.650	219.615
Wedding	350.000	385.000	423.500	465.850	512.435

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

Dari tabel 4.8, dan 4. 17 dapat dihitung Proyeksi biaya tenaga kerja langsung 2019 – 2023 (*jumlah konsumen dikalikan honor per-produk*) :

Tabel 4.18. Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Langsung 2019 - 2023

Event	2019	2020	2021	2022	2023
Wisuda	900.000	1.122.000	1.379.400	1.677.060	2.108.304
Party	3.000.000	4.356.000	5.299.800	6.468.660	7.906.140
Prewedding	2.000.000	2.750.000	3.388.000	4.126.100	5.124.350
Engage	300.000	495.000	726.000	998.250	1.317.690
Wedding	350.000	385.000	847.000	931.700	1.024.870
Total	6.550.000	9.108.000	11.640.200	14.201.770	17.481.354

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2019)

pertumbuhan 10 % pertahun  
(dari tabel 4.8, dan 4.17)

## 3. Biaya Overhead

Biaya overhead meliputi pengeluaran biaya guna membayar dan merawat berbagai fasilitas studio selama setahun.



Tabel 4.19. Biaya Overhead

No.	Sarana	Unit	Harga ( Rp.)	Jumlah (Rp.)	Keterangan
1	Listrik	12	80.000	960.000	pertahun
2	Air PAM	12	35.000	420.000	pertahun
3	Sarana kebersihan	1	300.000	300.000	pertahun
4	Lain lain	12	100.000	1.200.000	pertahun
Total				2.880.000	

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2019)

Dengan asumsi kenaikan biaya kontribusi air dan listrik serta sarana kebersihan rata-rata 10%/tahun, Proyeksi biaya overhead 2019 – 2023 :

Tabel 4.20. Proyeksi Biaya Overhead 2019 - 2023

Keterangan	2019	2020	2021	2022	2023
Biaya overhead	2.880.000	3.168.000	3.484.800	3.833.280	4.216.608

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2019)

Keterangan :  
 pertumbuhan 10 % pertahun  
 biaya sewa ruangan adalah Rp. 50.000.000,- / 5 tahun.

#### 4. Biaya Administrasi Umum

Biaya yang dikeluarkan untuk keperluan administrasi umum di studio dalam rangka pelayanan selama setahun adalah sebagai berikut :

Tabel 4.21. Biaya Administrasi Umum

Keterangan	Perbulan	Pertahun
Biaya Wifi	Rp. 200.000	Rp. 2.400.000
Minuman gelas	Rp. 60.000	Rp. 720.000
Biaya lain lain	Rp. 30.000	Rp. 360.000
Total		Rp. 3.480.000

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2019)

Dari tabel 4.16, dan 4.17, perhitungan Harga Pokok Produksi / unit produk adalah sebagai berikut (*harga bahan baku dan bahan penolong ditambah biaya tenaga kerja langsung*) :

Tabel 4.22. Proyeksi Harga Pokok Produksi/unit produk 2019 - 2023 (Rp.)

Event	2019	2020	2021	2022	2023
Wisuda	141.277	2.463.065	2.854.572	3.299.749	3.893.262
Party	141.277	8.826.217	10.217.038	11.877.622	13.855.998
Prewedding	215.177	5.283.887	6.175.275	7.192.103	8.496.953
Engage	265.177	748.389	1.004.728	1.304.850	1.654.950
Wedding	509.377	560.314	1.039.846	1.143.830	1.258.213

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2019)  
pertumbuhan 10 % pertahun

Proyeksi Harga Pokok Produksi 2019 – 2023 dapat dihitung dari *proyeksi konsumen dikalikan dengan proyeksi Harga Pokok Produksi/unit produk*, hasilnya seperti tabel 4.23 berikut ini,

Tabel 4.23. Proyeksi Harga Pokok Produksi 2019 - 2023 (Rp.)

T Kerja HD	2019	2020	2021	2022	2023
Wisuda	2.119.150	2.641.874	3.247.951	3.948.824	4.964.236
Party	7.063.833	10.256.686	12.478.968	15.231.179	18.615.885
Prewedding	4.303.533	5.917.358	7.290.185	8.878.404	11.026.406
Engagement	530.353	875.083	1.283.455	1.764.751	2.329.471
Wedding	509.377	560.314	1.232.692	1.355.961	1.491.557
Total	14.526.247	20.251.315	25.533.251	31.179.119	38.427.554

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

Keterangan : lihat tabel 4.8, 4.16 dan 4.19

HPP = unit X (harga satuan produk + biaya tenaga kerja langsung)

#### 4.5. Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam Aspek Sumber Daya Manusia bisnis Studio Nathania Line MU bertumpu pada dua komponen pendukung berupa *Job Description* dan *Job Specification* dalam melakukan *seleksi* guna mendekati *produktivitas* yang layak.

#### 4.5.1. Rekrutment

Realisasi penggunaan Sumber Daya Manusia pada bisnis Studio Nathania Line MU menggunakan tenaga kerja honorer.

##### *Job Description :*

1. Menguasai penggunaan palet warna dan alat berbeda seperti maskara, sponge, pembentuk alis, lip liner, kuas, dan aplikator
2. Menguasai riasan untuk acara besar termasuk pernikahan, pemakaman, liburan, dan jalan - jalan
3. Terapkan sentuhan seperlunya
4. Pastikan riasan terlihat alami dan diterapkan dengan baik di bawah pencahayaan yang berbeda
5. Pastikan riasan terlihat alami dan diterapkan dengan baik di bawah pencahayaan yang berbeda
6. Sesuaikan warna kulit dengan palet warna dan foundation untuk menentukan penampilan terbaik
7. Sarankan rutinitas perawatan kulit
8. Serasikan riasan dengan wig dan hiasan rambut
9. Bekerja dengan cepat dan akurat di bawah tekanan
10. Bersihkan rias wajah dan aplikasikan kembali jika klien tidak puas
11. Peduli akan masalah kesehatan dan keselamatan serta peraturan perundang-undangan

##### *Job Specification :*

Syarat calon MUA dan HD Studio Nathania Line MU adalah sebagai berikut :

1. Perempuan WNI berusia 18 tahun atau lebih
2. Minimal lulusan SMU (semua jurusan)
3. Pengalaman melayani MUA atau HD minimal 10 kali
4. Bersedia melakukan layanan di studio maupun diluar studio
5. Bersedia melakukan layanan di dalam maupun diluar kota
6. Jujur, santun dan rapi dalam penampilan

7. Mampu berkomunikasi dengan baik demi kepuasan konsumen
8. Bekerja dengan cepat dan akurat di bawah tekanan

#### 4.5.2. Seleksi

Dalam melaksanakan seleksi Studio Nathania Line MU menetapkan kebijakan bertahap sebagai berikut :

1. Lamaran atau undangan
2. Wawancara
3. Test
4. Orientasi

#### 4.5.3. Produktifitas

Produktivitas Studio Nathania Line MU mempunyai tolak ukur sebagai berikut : untuk event : Sweet Seventeen 17, Wisuda, Party, Engagement : maksimal 2 (dua) jam per layanan dan maksimal 4 (empat) kali layanan per hari, sedangkan untuk event : prewedding, wedding dan diluar studio : sesuai kesepakatan dengan konsumen.

#### 4.5.4. Perencanaan Sumber Daya Manusia,

##### *Job Description dan Job Specification*

Perencanaan Sumber Daya Manusia di Studio Nathania Line MU membutuhkan MUA dan HD mandiri yang mampu bekerja maksimum 2 (dua) jam per konsumen dan 4 (empat) konsumen per hari, dalam maupun luar kota, pada dasarnya tidak memerlukan karyawan tetap, lebih menitik beratkan pada kerja sama yang sangat efektif bagi terciptanya jaringan layanan yang luas dan saling dukung dalam peningkatan *income* dan pertumbuhan pasar.

#### 4.5.5. Kompensasi

Kompensasi untuk tenaga honorer HD direncanakan sesuai dengan tabel 4.17 (pada penjelasan biaya tenaga kerja langsung).

#### 4.6. Aspek Keuangan

Aspek keuangan meliputi dana penyediaan tempat, sarana kerja, peralatan make up, bahan baku (kosmetik), dan bahan penolong, biaya perawatan tempat dan sarana, pemasaran dan administrasi umum dan biaya lain-lain.

##### 4.6.1. Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana untuk mempersiapkan studio Nathania Line MU meliputi dana untuk Perlengkapan Ruangan, sarana dan peralatan make up, biaya bahan baku produk, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead, biaya pemasaran dan biaya administrasi umum serta biaya lain-lain.

Perlengkapan Ruangan :

Tabel 4.24. Perlengkapan Ruangan

No.	Sarana	Unit	Harga ( Rp.)	Jumlah (Rp.)	Keterangan
1	Rak serba guna	1	2.000.000	2.000.000	
2	Meja tulis	1	550.000	550.000	
3	Meja rias	2	850.000	1.700.000	
4	Kursi	1	400.000	400.000	
5	Kursi rias	2	600.000	1.200.000	
6	Cermin	2	100.000	200.000	
7	Lampu	20	25.000	500.000	
8	Lain lain	1	1.000.000	1.000.000	tukang, ... dll.
Total				7.550.000	

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2019)

Kebutuhan dana awal perencanaan studio Nathania Line MU adalah :

Tabel 4.25. Dana Awal Studio Nathania Line MU (2019)

No.	Kebutuhan	Jumlah	Keterangan
1	Sewa Ruang 5 tahun	Rp. 50.000.000	ket. tabel 4.20
2	Perlengkapan Ruang	Rp. 7.550.000	tabel 4.24
3	Biaya Bahan Baku Produk	Rp. 7.976.247	tabel 4.16
4	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 6.550.000	tabel 4.18
5	Biaya Administrasi Umum	Rp. 3.480.000	tabel 4.21
6	Biaya Pemasaran	Rp. 375.000	sub bab 4.3.4
7	Biaya Overhead Pertahun	Rp. 2.880.000	tabel 4.20
	<b>Total Kebutuhan Dana Awal</b>	<b>Rp. 78.811.247</b>	

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2019)

Dengan demikian jumlah total kebutuhan dana untuk memulai bisnis studio Nathania Line MU adalah Rp. 78.811.247,-

#### 4.6.2. Sumber Dana

Untuk memulai bisnis Studio Nathania Line MU penulis menggunakan dana milik sendiri.

**Proyeksi Laba Rugi**  
**Studio Nathania Line MU Tahun 2019-2023 (Rp.)**

Keterangan	2019	2020	2021	2022	2023	Keterangan
Pendapatan	43.250.000	60.115.000	77.379.500	94.035.150	115.297.875	Tabel 4.10
HPP (Beban Usaha)	14.526.247	20.251.315	25.533.251	31.179.119	38.427.554	Tabel 4.23
<b>Laba Kotor</b>	<b>28.723.753</b>	<b>39.863.685</b>	<b>51.846.249</b>	<b>62.856.031</b>	<b>76.870.321</b>	
<b>Bi Operasional</b>						
Sewa Ruangan	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	ket. tabel 4.20
Perlengkapan Ruangan	7.550.000	755.000	830.500	913.550	1.004.905	Tabel 4.24
Bi Pemasaran	375.000	412.500	453.750	499.125	549.038	sub bab 4.3.4
Bi Administrasi Umum	3.480.000	3.828.000	4.210.800	4.631.880	5.095.068	Tabel 4.21
Bi Overhead	2.880.000	3.168.000	3.484.800	3.833.280	4.216.608	Tabel 4.20
<b>Total Biaya Operasional</b>	<b>24.285.000</b>	<b>18.163.500</b>	<b>18.979.850</b>	<b>19.877.835</b>	<b>20.865.619</b>	
Laba Bersih Sebelum Pajak (EBT)	4.438.753	21.700.185	32.866.399	42.978.196	56.004.702	
Pajak 0,5 %	2.162.500	3.005.750	3.868.975	4.701.758	5.764.894	
<b>Laba Setelah Pajak (EAT)</b>	<b>2.276.253</b>	<b>18.694.435</b>	<b>28.997.424</b>	<b>38.276.439</b>	<b>50.239.808</b>	

Sumber : Data Primer yang Diolah (2019)

Keterangan :

HPP = B3P + BTKL

B3P = Biaya Bahan Baku (dan bahan penolong) Produk

BTKL = Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pajak 0,5 % (sesuai aturan perpajakan yang berlaku mulai tahun 2020)

**Laporan Arus Kas**  
**Studio Nathania Line MU Tahun 2019-2023 (Rp.)**

<b>Kas Masuk</b>	2019	2020	2021	2022	2023	Keterangan
Pendapatan	43.250.000	60.115.000	77.379.500	94.035.150	115.297.875	Tabel 4.10
Modal	78.811.247					Tabel 4.25
<b>Total Kas Masuk</b>	<b>122.061.247</b>	<b>60.115.000</b>	<b>77.379.500</b>	<b>94.035.150</b>	<b>115.297.875</b>	
<b>Kas Keluar</b>						
Perlengkapan Ruangan	7.550.000	755.000	830.500	913.550	1.004.905	ket. tabel 4.24
HPP	14.526.247	20.251.315	25.533.251	31.179.119	38.427.554	Tabel 4.23
Biaya Administrasi Umum	3.480.000	3.828.000	4.210.800	4.631.880	5.095.068	Tabel 4.21
Biaya Pemasaran	375.000	412.500	453.750	499.125	549.038	sub bab 4.3.4
Sewa Ruangan (2019-2023)	50.000.000	0	0	0	0	ket. tabel 4.20
Biaya Overhead	2.880.000	3.168.000	3.484.800	3.833.280	4.216.608	Tabel 4.20
Pajak 0,5 %	2.162.500	3.005.750	3.868.975	4.701.758	5.764.894	
<b>Total Kas Keluar</b>	<b>80.973.747</b>	<b>31.420.565</b>	<b>38.382.076</b>	<b>45.758.711</b>	<b>55.058.067</b>	
Selisih	41.087.500	28.694.435	38.997.424	48.276.439	60.239.808	
Saldo Kas Awal		41.087.500	69.781.935	108.779.359	157.055.798	
<b>Saldo Kas Akhir</b>	<b>41.087.500</b>	<b>69.781.935</b>	<b>108.779.359</b>	<b>157.055.798</b>	<b>217.295.606</b>	

Sumber : Data Primer yang Diolah (2019)

Modal = Total Kebutuhan Dana Awal

Perlengkapan Ruangan 2020-2023 hanya membutuhkan biaya perawatan 10 %



## Laporan Neraca

### Studio Nathania Line MU Tahun 2019-2023 (Rp.)

<b>Aktiva</b>	2019	2020	2021	2022	2023	Keterangan
Kas	41.087.500	69.781.935	108.779.359	157.055.798	217.295.606	Arus Kas
Uang Muka Sewa Ruangan	40.000.000	30.000.000	20.000.000	10.000.000	0	lih. Laba/Rugi
<b>Total Aktiva</b>	<b>81.087.500</b>	<b>99.781.935</b>	<b>128.779.359</b>	<b>167.055.798</b>	<b>217.295.606</b>	
<b>Passiva</b>						
Modal	78.811.247	78.811.247	78.811.247	78.811.247	78.811.247	Tabel 4.25
Laba Tahun Berjalan (EAT)	2.276.253	18.694.435	28.997.424	38.276.439	50.239.808	
Laba Ditahan		2.276.253	20.970.688	49.968.112	88.244.551	
<b>Total Passiva</b>	<b>81.087.500</b>	<b>99.781.935</b>	<b>128.779.359</b>	<b>167.055.798</b>	<b>217.295.606</b>	

Sumber : Data Primer yang Diolah (2019)

## 4.7. Analisa Kelayakan

### 4.7.1. NPV

#### NPV (Net Present Value)

Tahun ke	EAT (Rp.)	Depresiasi ((Rp.)	Arus Kas (Rp.)	NSFB 10 %	PV (Rp.)
1	2.276.253		2.276.253	0,90909	2.069.319
2	18.694.435		18.694.435	0,82645	15.450.016
3	28.997.424		28.997.424	0,75131	21.786.055
4	38.276.439		38.276.439	0,68301	26.143.190
5	50.239.808		50.239.808	0,62092	31.194.902
				Total PV =	96.643.482
				<b>NPV =</b>	<b>17.832.235</b>

Sumber : Data Primer yang Diolah (2019)

Keterangan :

$EAT + Depresiasi = Arus Kas$

$Present Value = Arus Kas \times NSFB$

$NPV = PV - Initial Investment$

NSFB = Nilai Sekarang Faktor Bunga

Dengan asumsi suku bunga pinjaman sebesar 10% per tahun (NSFB)

**NPV > 1 ---> layak untuk dilaksanakan**

#### 4.7.2. Profitabilitas Index

##### Profitability Index (PI)

Total PV (Rp.)	96.643.482
Initial Invesment (Rp.)	78.811.247
<b>Profitability Index</b>	<b>1,23</b>

Sumber : Data Primer yang Diolah (2019)

Keterangan :

Profitability Index = Total PV / Initial Investment

**PI > 1, perencanaan layak untuk dilaksanakan**

#### 4.7.3. Payback Period

##### Payback Period (PP)

Initial Invesment	78.811.247	PP (tahun)
Arus Kas tahun ke 1	2.276.253	34,62323174
Arus Kas tahun ke 2	18.694.435	3,75816219
Arus Kas tahun ke 3	28.997.424	1,57723082
<b>Arus Kas tahun ke 4</b>	<b>38.276.439</b>	<b>0,89310043</b>
Arus Kas tahun ke 5	50.239.808	0,56909854
<b>Payback Period (PP)</b>		<b>4</b>

Sumber : Data Primer yang Diolah (2019)

Keterangan :

Payback Period = (Nilai Investasi / Arus Kas) X 1 tahun

**Dari tabel diatas PP = 4 tahun < 5 tahun ---> layak**

#### 4.7.4. IRR (Internal Rate of Return)

IRR (Internal Rate of Return)

Tahun	Arus Kas (Rp.)	DF = 10 %	PV(10%) (Rp.)	DF = 16 %	PV(16%) (Rp.)
1	2.276.253	0,9091	2.069.342	0,8621	1.962.358
2	18.694.435	0,8264	15.449.081	0,7432	13.893.704
3	28.997.424	0,7513	21.785.765	0,6407	18.578.650
4	38.276.439	0,6830	26.142.808	0,5523	21.140.077
5	50.239.808	0,6209	31.193.897	0,4761	23.919.173
Total PV			96.640.892		79.493.962
NPV			17.829.646		682.715

Sumber : Data Primer yang Diolah (2019)

Keterangan : DF = Discount Factor, PV = Present Value

Perhitungan interpolasi :

Selisih bunga	Selisih PV	PV - II
10%	96.640.892	96.640.892
16%	79.493.962	78.811.247
6%	17.146.931	17.829.646

$$\text{IRR} = 10 \% + ((\text{PV} - \text{II})/\text{selisih PV}) \times 6 \%$$

$$\text{IRR} = 10,06 \%$$

PV - II = Selisih PV dg Investasi Awal

**IRR > 10% (suku bunga) --- > layak**

Tabel 4.3. Tabulasi Hasil Survey

No.	Nama	Usia	JK	Pekerjaan	SS	W/P	Pr/E	W	Info dari	Kepuasan	Studio
1	Agatha	16	P	Siswi	BM	5			IG	5	5
2	Amel	29	P	IRT	SM	2	3		IG	5	5
3	Tamara	23	P	Karyawan swasta	BM	3			IG	4	5
4	Nadia	16	P	Siswi	BM	5			Teman	5	4
5	Sianny	28	P	Karyawan swasta	SM		2		Teman	4	5
6	Caroline	16	P	Siswi	BM	2			Keluarga	4	4
7	Joyce	18	P	Siswi	BM	2			IG	5	4
8	Martina	26	P	Wirausaha	BM	2			Teman	4	5
9	Jane	19	P	Mahasiswa	BM	2			IG	4	4
10	Monica	30	P	Wirausaha	SM		1		Teman	3	4
11	Lia	29	P	Karyawan swasta	SM		3		Teman	5	4
12	Tania	28	P	Dokter	BM		3		Teman	5	4
13	Vivi	21	P	Mahasiswa	BM	2			IG	4	5
14	Irene	26	P	Hotel Reservation Agent	BM		3		IG	4	4
15	Vania	26	P	Karyawan swasta	SM		4		IG	5	3
16	Vero	26	P	Perawat	SM			1	Teman	4	4
17	Gia	18	P	Siswi	BM	2			IG	3	5
18	Citra	29	P	Karyawan swasta	BM	2			IG	4	5
19	Febrine	30	P	Dokter	SM		2		IG	5	5
20	Angry	41	P	IRT	SM	2			IG	4	5
Total						31	21	1	IG = 12	4,3	4,4

Sumber : Data Primer (2019)

Keterangan :

JK = Jenis Kelamin, SS = Status Sosial, W/P = Wisuda/Party, Pr/E = Preeding/Engage, W = Wedding

Kepuasan : 1 = Tidak Puas, 2 = Kurang Puas, 3 = Cukup Puas, 4 = Puas, 5 = Sangat Puas

Studio : 1 = Tidak Mendukung, 2 = Kurang Mendukung, 3 = Cukup Mendukung,

4 = Mendukung, 5 = Sangat Mendukung

IG = Instagram

Dari tabulasi diatas didapat hal-hal sbb :

- |                     |                                       |
|---------------------|---------------------------------------|
| 1. Konsumen         | : semua perempuan                     |
| 2. Usia             | : 19 responden (95 %) diatas 17 tahun |
| 3. Produk dominan   | : Wisuda dan Party                    |
| 4. Tingkat Kepuasan | : 4,3 (lebih dari Puas)               |
| 5. Membeli ulang    | : 18 responden (90 %)                 |
| 6. Mendukung studio | : 4,4 (lebih dari Mendukung)          |
| 7. Sumber Informasi | : 12 (60 %) dari Instagram            |

