

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil *Women Space MUA*

Women Space MUA adalah usaha yang bergerak dibidang tata rias di Kota Semarang. Bisnis ini didirikan sejak 20 Mei 2019 oleh owner *Women Space MUA* yang bernama Keren Safira. *Women Space MUA*. Beralamatkan di Jl. Jatisari Rt. 07 Rw. 01 No. 323, Kecamatan Banyumanik, Kelurahan Ngesrep, Semarang. Keahlian yang dimiliki *Women Space MUA* merias merupakan hasil belajar yang dilakukannya secara otodidak. Lalu setelah dirasa hasil *make up dari Women Space MUA* ini layak diterima di pasaran dan mendapat berbagai penawaran seperti *make up* untuk wisuda, *make up* untuk pengiring mempelai atau *bridesmaid*, *make up* untuk tunangan, *make up* untuk acara pesta, dan *make up* acara-acara lainnya. Kini *Women Space MUA* telah mendapat pelanggan tetap kurang lebih 20 pelanggan.



Gambar 4.1 Logo *Women Space MUA*

Sumber data : Data sekunder (2020)

Diskripsi logo :

a. Siluet wanita

Karena bisnis ini *make up* yang identik dengan wanita sehingga menunjukkan paras yang anggun.

b. Warna pink

Menunjukkan warna feminim yang biasa melekat dengan kaum wanita

c. “*Make You Feel Beauty*”

Sebuah quote yang berarti dapat membuat klien merasa cantik. Artinya *make up* yang akan dihasilkan dari *Woman Space MUA* akan memberikan kesan yang cantik dan *quote* simpel ini dapat dengan mudah untuk diingat.

Woman Space MUA berniat akan mengembangkan usahanya dimulai dengan melakukan perencanaan bisnis. Adapun Visi dan Misi dari *Woman Space MUA* :

Visi :

Menjadi *Make up Artist nomor satu di Semarang*

Misi :

1. Memberikan layanan profesional didukung teknologi modern dengan jaringan yang luas
2. Mengasah kemampuan dengan mengikuti pelatihan-pelatihan *beauty event*
3. Memberikan jasa *make up* dengan harga terjangkau

Gambaran Responden

Pada bagian ini membahas mengenai hasil dari kuesioner yang telah dibagikan kepada 20 responden yang telah menggunakan jasa layanan *Woman Space MUA*, Dari hasil penyebaran kuesioner ini didapatkan gambaran responden sebagai berikut :

Tabel 4.1 Tempat Tinggal Responden

No	Alamat	Jumlah	Prosentase
1	Di Semarang	18	90
2	Luar Semarang	2	10
Total		20	100

Tabel diatas merupakan gambaran responden pada kategori tempat tinggal. Pada kategori ini menjelaskan bahwa pelanggan yang selalu memakai jasa *Woman Space Mua* bertempat tinggal di Semarang berjumlah 18 orang (90%). Dan yang bertempat tinggal diluar Semarang sebanyak 2 orang (10%). Hal tersebut menjelaskan bahwa yang selalu memakai jasa *Woman Space Mua* mayoritas bertempat tinggal di Semarang.

Tabel 4.2 Status Pernikahan

No	Status Menikah	Jumlah	Prosentase
1	Belum Menikah	20	100
2	Menikah	-	0
Total		20	100

Tabel di atas memberikan gambaran deskripsi responden pada penelitian ini. Pada kategori status pernikahan, pelanggan *Woman Space Mua* mayoritas memiliki status pernikahan yaitu belum menikah 20 orang(100%) .

Tabel 4.3 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	< 17 tahun	-	0
2	17 – 26 tahun	20	100
3	27 – 36 tahun	-	0
4	di atas 36 tahun	-	0
Total		20	100

Tabel di atas memberikan gambaran deskripsi responden pada penelitian ini. Pada kategori rentang usia, semua responden (100%) pada kisaran 17 – 26 tahun. Jadi pelanggan yang memakai jasa *Woman Space Mua* berumur 17-26 tahun.

Tabel 4.4 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Siswi	-	0
2	Mahasiswa	8	40
3	Karyawan	9	45
4	Wirausaha	2	10
5	IRT	-	0
6	Lainnya(penyanyi)	1	5
Total		20	100

Sumber data primer yang diolah 2021

Tabel di atas memberikan gambaran deskripsi responden pada penelitian ini. Karakteristik responden berikutnya berdasarkan status pekerjaan, terdapat 8 responden (40%) yang belum bekerja dan berstatus mahasiswa, serta terdapat 9 responden (55%) berstatus karyawan, 2 responden yang berstatus wirausaha.

Tabel 4.5 Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah	Prosentase
1	100.000-400.000	0	0
2	500.000-1.000.000	7	35
3	1.000.000 -2.700.000	2	10
4	> 2.800.000	11	55
Total		20	100

Sumber data primer yang diolah 2021

Tabel di atas memberikan gambaran deskripsi responden pada penelitian ini. Pada kategori pendapatan, responden *Woman Space Mua* yang memiliki pendapatan 500.000-1.000.000 sebanyak 7 orang (35%), dan yang memiliki pendapatan 1.000.000 -2.700.000 sebanyak 2 orang (10%). Dan yang memiliki pendapatan > 2.800.000 sebanyak 11 orang (55%).

Tabel 4.6 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Perempuan	20	100
2	Laki-laki	-	-
Total		20	100

Sumber data primer yang diolah 2021

Tabel di atas memberikan gambaran deskripsi responden pada penelitian ini. Semua responden berjenis kelamin Perempuan(100%), karena biasanya yang memakai *make up* adalah perempuan.

Tabel 4.7 Sumber Informasi Responden

No	Sumber Informasi	Jumlah	Prosentase
1	Instagram	11	55
2	Keluarga	7	25
3	Teman	2	10
Total		20	100

Sumber data primer yang diolah 2021

Tabel di atas memberikan gambaran deskripsi responden pada penelitian ini. Pada kategori sumber informasi dari data responden penelitian ini, menyatakan bahwa sumber informasi yang didapat dari pelanggan yang sering memakai jasa *Woman Space MUA* didapatkan melalui instagram berjumlah 11 orang (55%), dari rekomendasi keluarga 7 orang (25%), dan teman 2 orang (10%).

Tabel 4.8 Jenis Make Up

No	Jenis	Jumlah	Prosentase
1	Soft	8	40
2	Bold	12	60
Total		20	100

Sumber data primer yang diolah 2021

Tabel di atas memberikan gambaran deskripsi responden pada penelitian ini. Pada kategori jenis *make up* dari data responden penelitian ini, menyatakan bahwa jenis *make up* yang dipesan dari pelanggan yang sering memakai jasa *Woman Space MUA* untuk *soft* berjumlah 8 orang (40%), dan *bold* 12 orang (60%) .

Tabel 4.9 Kepuasan Responden

No	Kepuasan	Jumlah	Prosentase
1	Cukup puas	1	5
2	Puas	12	60
3	Sangat puas	7	35
Total		20	100

Sumber data primer yang diolah 2021

Tabel di atas memberikan gambaran deskripsi responden pada penelitian ini. Adapun penilaian kepuasan pelayanan *Woman Space MUA* hanya terdapat satu responden (5%) yang menyatakan cukup puas, 12 responden (60%) menyatakan puas dan 7 responden (35%) menyatakan sangat puas.

Tabel 4.10 Rekomendasi Pengembangan Responden

No	Pengembangan Studio	Jumlah	Prosentase
1	Cukup mendukung	1	5
2	Mendukung	8	40
3	Sangat mendukung	11	55
Total		20	100

Sumber data primer yang diolah 2021

Pada kategori mengenai rekomendasi pengembangan studio *Woman Space MUA*, hanya terdapat satu responden (5%) yang memberikan penilaian cukup mendukung, 8 responden (40%) mendukung, serta 11 (55%) sangat mendukung mengenai perencanaan pengembangan studio *Woman Space MUA*.

Rekapitulasi responden pada kuesioner ini akan menjadi salah satu rujukan mengenai potensi pasar dari *Woman Space MUA*, meliputi perempuan yang belum menikah, dengan usia kisaran 17 – 26 tahun, berstatus mahasiswi maupun karyawan.

4.2 Aspek – aspek perencanaan bisnis

1. Aspek Pemasaran

a. Analisis Pesaing

Untuk membandingkan *Woman Space MUA* dengan pesaingnya yaitu *Alberta make up* di Jalan Jangli Perbalan RT 03. RW 03, Semarang Selatan, akan dilihat dengan membandingkan 4 kategori berikut yaitu bentuk produk, kualitas produk, dan harga jual.

Tabel 4.11 Analisis Pesaing

kategori	<i>Woman Space MUA</i>	<i>Alberta make up</i>
bentuk produk	<i>Make Up wisuda, Make Up bridesmaid, Make Up pesta, make Up engagement, hairdo</i>	<i>Make Up wisuda, Make Up bridesmaid, make Up engagement, make up wedding.</i>
kualitas produk	Tahan lama	Tahan lama
harga jual	a) <i>Make Up wisuda</i> Rp 200.000, b) <i>Make Up bridesmaid</i> Rp 250.000, c) <i>Make Up pesta</i> Rp 200.000, d) <i>make Up engagement</i> Rp 700.000, e) <i>hairdo</i> Rp 50.000	a) <i>Make Up wisuda</i> Rp 250.000, b) <i>Make Up bridesmaid</i> Rp 450.000, c) <i>make Up engagement</i> Rp 1.000.000 , d) <i>make up wedding</i> Rp 2.500.000
sertifikat	Belum tersertifikat	Sudah sertifikat

Sumber data primer yang diolah 2021

Berdasarkan hasil perbandingan antara *Woman Space MUA* dengan *Alberta make up* didapatkan perbedaan penawaran jasa yang dilakukan oleh *Woman Space MUA* yaitu *Make Up wisuda, Make Up bridesmaid, Make Up pesta, make Up engagement, hairdo*. Sedangkan penawaran yang diberikan oleh *Alberta make up* yaitu *Make Up wisuda, Make Up bridesmaid, make Up engagement, make up wedding*. Sedangkan *make up* yang dihasilkan oleh *Woman Space MUA* dan *Alberta make up* memiliki kesamaan kualitas yaitu tahan lama. Perbedaan kategori yang terletak pada harga yang yang ditawarkan. Harga yang ditawarkan oleh *Woman Space MUA* cukup terjangkau,

sedangkan yang ditawarkan oleh Alberta *make up* cenderung lebih tinggi. Dan perbedaan yang didapat pada sertifikat, untuk *Woman Space MUA* belum tersertifikat dan untuk Alberta *make up* sudah tersertifikat.

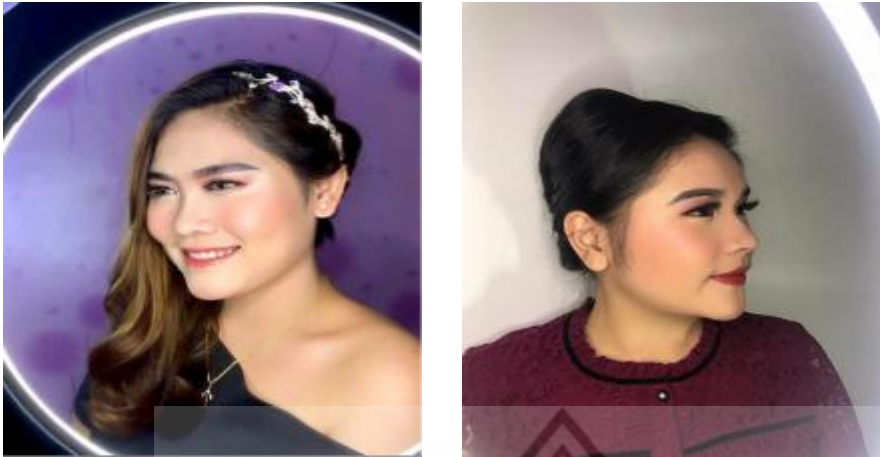
b. Bauran Pemasaran 7P

1. *Product*

Produk dalam pengertian umum adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk yang diberikan oleh *Woman Space MUA* berupa *makeup* atau tata rias dimana untuk mendapatkan perhatian dari konsumen. Adapun jenis layanan *make up* yang saat ini tersedia sebagai berikut;

- a. *make up* wisuda
- b. *make up* bridesmaid
- c. *make up* pesta
- d. *make up* engagement
- e. + *hair do*





Gambar 4.2 Hasil *Make Up Woman Space MUA*

Sumber data : data sekunder

2. *Place* (Lokasi)

Tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien. Untuk mencapai sasaran tempat yang baik dapat dilakukan dengan jalan sebagai berikut: memperbanyak saluran distribusi, memperluas segmentasi atau cakupannya, menata penampilan tempat usaha, menggunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin. Saat ini lokasi oleh *Woman Space MUA* berada Jl. Jatisari Rt. 07 Rw. 01 No. 323, Kecamatan Banyumanik, Kelurahan Ngesrep, Semarang (rumah pemilik).

3. *Price* (Harga)

Harga yaitu sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan

untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Harga yang dipakai oleh *Woman Space MUA* diberikan sesuai dengan *pricelist*. Berikut daftar harga layanan *Woman Space MUA* :

Tabel 4.12

Tabel Harga *Woman Space MUA*

Jenis <i>make up</i>	Harga
Wisuda	Rp 200.000
<i>Braidsmaid</i>	Rp 250.000
Pesta	Rp 200.000
Engagement	Rp 700.000
+ <i>Hair Do</i>	Rp 50.000

Sumber Data : Data Primer (2021)

4. *Promotion* (Promosi)

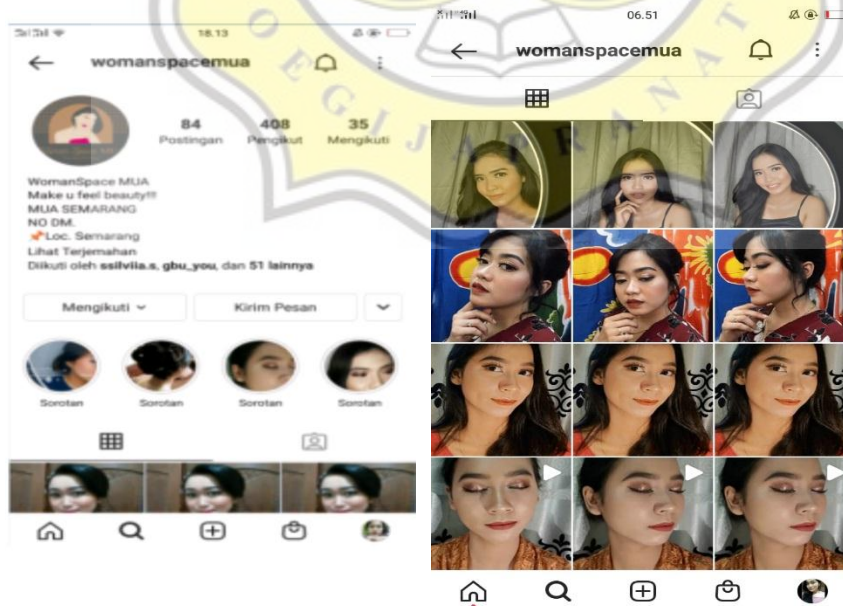
Promosi merupakan cara mengomunikasikan barang-barang dan jasa yang akan ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Sesuai dengan fungsi promosi, yaitu menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), mengingatkan (to remind) dan memengaruhi (to influence), maka melalui promosi barang dan jasa yang dihasilkan akan mudah dikenal oleh konsumen. Merupakan suatu tindakan mengenai bagaimana mengkomunikasikan jasa *make up Woman space MUA* agar konsumen dapat tertarik dengan promosi yang telah dilakukan. Promosi yang dilakukan oleh *Woman Space MUA* ini dilakukan melalui media online seperti instagram. Selain itu media offline yang telah dilakukan oleh *Woman Space MUA* ini adalah dengan menyebarkan brosur dan

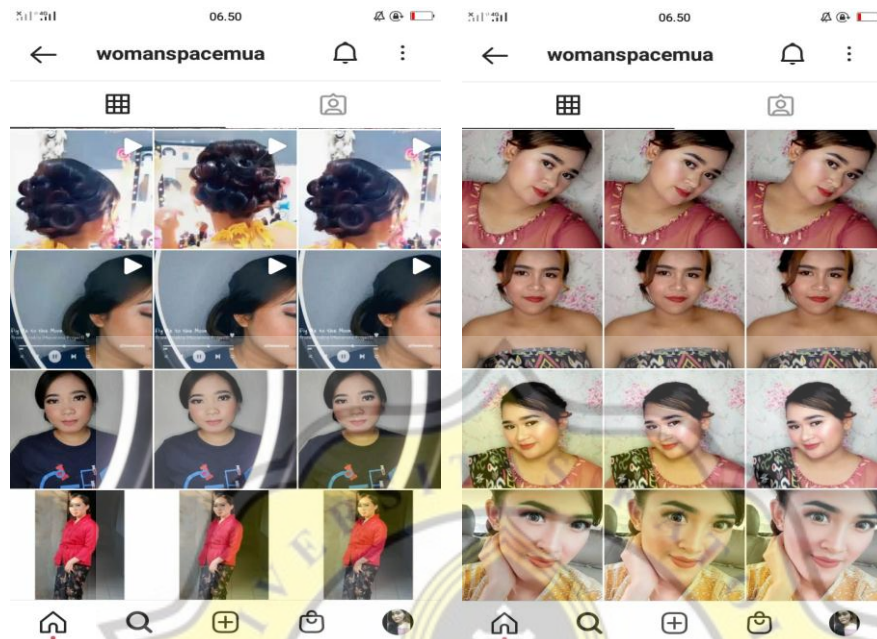
kartu nama sehingga dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat atau calon klien.



Gambar 4.3 Brosur *Make Up Woman Space MUA*

Sumber data : data sekunder

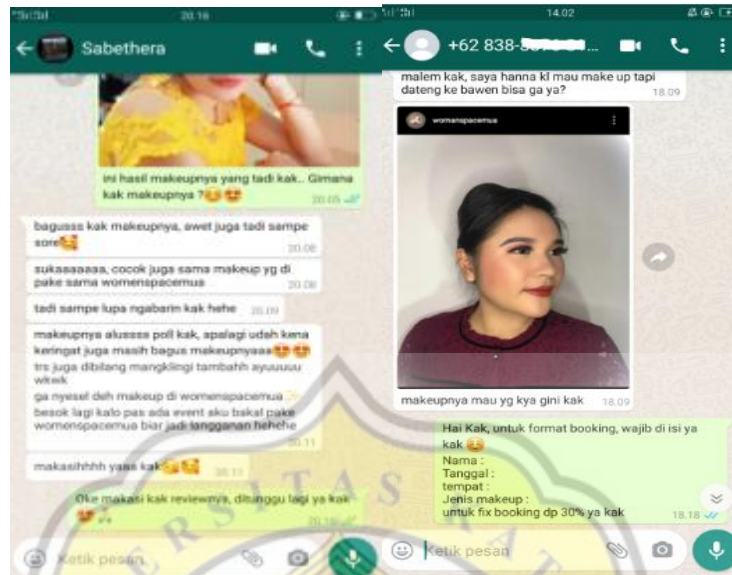




Gambar 4.4 Tangkapan Layar Akun Media Sosial Instagram *Woman Space MUA*

Sumber data : data sekunder

Gambar di atas menampilkan akun media sosial instagram *Woman Space MUA*, yang digunakan sebagai media promosi kepada publik. Didalam akun tersebut tercantum, *contact person* serta beberapa contoh hasil *make up* yang telah dilakukan kepada para pelanggan *Woman Space MUA*.



Gambar 4.5 Hasil Testimoni dan chat booking *Woman Space MUA*

Sumber data : data sekunder

Gambar diatas merupakan hasil testimoni yang yang digunakan sebagai pendukung kegiatan promosi di instagram *Woman Space MUA*.

5. *Physical Enviromental* (Bukti Fisik)

Physical Enviromental merupakan lingkungan dimana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi dimana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, serta berbagi komponen yang tampak (tangible) dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan.

Di studio *Woman Space MUA* memberikan komponen yang tampak berupa buku tamu dan jadwal kerja untuk konsumen sehingga konsumen yang telah memakai jasa *make up* ini dapat terdata dengan baik dan jadwal kerja yang bertujuan untuk menginformasi konsumen. Sehingga tidak ada *misses* komunikasi dengan konsumen

6. *Process* (Proses)

Proses dilakukan di studio dengan urutan :

- a. konsumen datang ke studio,
- b. lalu melakukan pengerjaan *make up dan hairdo*,
- c. kemudian konsumen memberikan umpan balik, selesai.

Catatan : Jika konsumen *request* untuk *retouch* maka dapat langsung datang ke di studio. Fasilitas yang diberikan oleh *Woman Space MUA* di studio adalah : free wifi, minuman.

Untuk tambahan pelayanan dilakukan dengan cara *home service* sebagai berikut;

- a. Memberikan pelayanan *home service* yang mana dapat dilayani dirumah calon klien di area Semarang.
- b. Melakukan pengerjaan paket *makeup* beserta *hairdo*.
- c. Memberikan pelayanan konsultasi gratis terkait penampilan yang akan dikenakan.

Adapun dalam setiap jenis layanan memiliki syarat dan ketentuan sebagai berikut;

- a. *Home service* min. 2 orang, max. 4 orang.
- b. *Home service* 1 orang dikenakan cash sebesar 50% dari harga dan transport.
- c. pastikan sudah mendapat jadwal fix dan jadwal acara. apabila tanggal dan jam acra belum fix tidak disarankan karena untuk booking dahulu karena DP bersifat *non-refundable* apabila terjadi perubahan tanggal dan jam.

7. People

Woman Space MUA di pemilik sebagai pelaku kerja utama, dan satu pekerja honorer.

1. Segmentasi Pasar : Segmentasi adalah cara yang dilakukan oleh *Woman Space MUA* untuk mengelompokan masyarakat yang akan menjadi konsumen *Woman Space MUA*. Berdasarkan hasil penelitian terhadap responden, hasilnya adalah sebagai berikut : Segmentasi demografi, segmentasi geografi, segmentasi perilaku.
 - a. Segmentasi demografi :

Berdasarkan tabel 4.4 *Woman Space MUA* melayani kelompok mulai mahasiswi, karyawati, dan memiliki prospek untuk melayani selain mahasiswi dan karyawati yaitu wirausaha dan pekerja lainnya yang berpendapatan >2.800.000.

Berdasarkan Tabel 4.1 *Woman Space MUA* melayani konsumen yang berumur 17-26 tahun.
 - b. Segmentasi Geografis :

Berdasarkan Tabel 4.1 dan gambar 4.5 *Woman Space MUA* melayanai konsumen yang berada di kota Semarang, dan memiliki prospek yang baik untuk melayani di luar kota Semarang. Hal ini dimungkinkan akan dipengaruhi karena adanya tren permintaan misalnya seperti melalui kerja sama dengan *photografer*, EO, *wedding organizer*, dan Kelompok Seni.
 - c. Segmentasi Perilaku/psikografis:

Secara psikografi belajar untuk mengikuti tren dalam berbagai event. Karena jenis *make up* yang sering dipesan berdasarkan tabel

4.8 adalah jenis *make up soft dan bold*, untuk setiap karyawan menyukai *make up bold* dan untuk mahasiswi menyukai *make up soft*.

2. Pasar Sasaran / *Targeting*

Target pasar utama *Woman Space MUA* adalah menargetkan wanita yang dengan rentang usia 17-26 tahun, dan memiliki pendapatan >500.000. Dan *Woman Space MUA* tidak hanya menargetkan dalam kota Semarang tetapi juga luar kota Semarang. Sehingga *Woman Space MUA* juga mempertimbangkan harga secara matang-matang dan memberikan penawaran yang special dengan kualitas yang bagus. Hal tersebut agar memberikan harga yang terjangkau dan dapat berdampak pada semua kalangan.

3. Positioning

Berdasarkan tabel 4.11 *Woman Space MUA* memposisikan sebagai studio make up yang memiliki kualitas *make up* yang tahan lama, unik, berbagai macam produk yang ditawarkan variatif, dan harga yang terjangkau. Dan berdasarkan tabel 4.4 *Woman Space MUA* memposisikan untuk melayani kelompok mulai mahasiswi, karyawati, dan memiliki prospek untuk melayani selain mahasiswi dan karyawati yaitu wirausaha dan pekerja lainnya yang berpendapatan >2.800.000. Lalu dari tabel 4.4 *Woman Space MUA* memposisikan sebagai *make up artist* yang belajar untuk *up to date* dengan tren yang terjadi baik itu jenis *make up alis flawless, make up yang glamour*, ataupun lainnya.

Kemudian berdasarkan Tabel 4.1 dan gambar 4.5 *Woman Space MUA* melayani konsumen yang berada di kota Semarang, dan memiliki prospek yang baik untuk melayani di luar kota Semarang .

4. Permintaan dan Penawaran

Permintaan dan penawaran dari Target pasar utama studio *Woman Space MUA* yaitu wanita dengan usia 17 tahun keatas yang tinggal di kota Semarang dan melayani *home service* (jemput bola), yaitu melayani di tempat sesuai yang diminta oleh konsumen. Berikut tabel permintaan 2019 – 2020 :

Tabel 4.13 Unit Penjualan Per Produk 2019 – 2020

Produk	2019	2020
Make up wisuda	13	20
Make up bridesmaid	15	16
Makeup pesta/event	10	12
Engaagement	2	2
Hairdo	30	34
Total	70	84

Sumber data primer 2020

Dengan harga produk tahun 2020 untuk makeup wisuda 200.000, makeup untuk bridesmaid 230.000, untuk makeup event 200.000, makeup bridesmaid 700.000, dan untuk hairdo 50.000

Berdasarkan data diatas studio *Woman Space MUA* merencanakan penawaran sebagai berikut :

Tabel 4.14 Harga Produk *Woman Space MUA* 2021

Jenis <i>make up</i>	Harga
Wisuda	Rp 200.000
<i>Braidsmaid</i>	Rp 250.000
Pesta / event	Rp 200.000
Engagement	Rp 700.000
+ <i>Hair Do</i>	Rp 50.000

Sumber data primer 2021

Dari tabel diatas, di tahun 2021 peneliti optimis dapat mencapai volume penjualan yang diharapkan sebagai berikut :

Tabel 4.15 Perkiraan Penjualan tahun 2021

Produk	2021
Make up wisuda	25
Make up bridesmaid	22
Makeup event/ pesta	20
Engagement	5
Hairdo	47
Total	119

Sumber data primer yang diolah 2021

Dengan asumsi pertumbuhan jumlah konsumen antara 10 - 15 % pertahun, dimana jumlah konsumen *Woman Space MUA* harus berupa bilangan bulat, proyeksi konsumen tahun 2021 – 2025 direncanakan sebagai berikut :

Tabel 4.16 Proyeksi Konsumen 2021 – 2025

Produk	2021	2022	2023	2024	2025
Make up wisuda	25	28	31	34	38
Make up bridesmaid	22	24	26	29	32
Makeup event /pesta	20	22	24	26	29
Engagement	5	6	7	8	9
Hairdo	47	52	57	63	69
Total	119	132	145	160	177

Sumber data primer yang diolah 2021

Dari tabel tersebut untuk keperluan proyeksi harga produk *Woman Space MUA* diasumsikan pertumbuhan 10 % pertahun akan didapat daftar sebagai berikut :

Tabel 4.17 Proyeksi Harga Jual/Unit Produk 2021 - 2025

Jenis <i>make up</i>	2021	2022	2023	2024	2025
Wisuda	200.000	220.000	242.000	266.200	292.820
<i>Braidsmaid</i>	250.000	275.000	302.500	332.750	366.025
Pesta /event	200.000	220.000	242.000	266.200	292.820
Engagement	700.000	770.000	847.000	931.700	941.017
+ <i>Hair Do</i>	50.000	55.000	60.500	66.550	73.050

Sumber data primer yang diolah 2021

Sehingga proyeksi perolehan untuk tahun 2021 – 2025 = jumlah konsumen dikalikan harga jual perproduk dapat dinyatakan dengan tabel berikut :

Tabel 4.18 Proyeksi Harga Perolehan Produk 2021 – 2025

Jenis <i>make up</i>	2021	2022	2023	2024	2025
Wisuda	5.000.000	6.160.000	7.502.000	9.050.800	11.127.160
<i>Braidsmaid</i>	5.500.000	6.600.000	7.865.000	9.649.750	11.712.800
Pesta /event	4.000.000	4.840.000	5.808.000	6.921.200	8.491.780
Engagement	3.500.000	4.620.000	5.929.000	7.453.600	8.469.153
+ <i>Hair Do</i>	2.350.000	2.860.000	3.448.500	4.189.500	5.040.450
Total	20.350.000	25.080.000	30.552.500	37.264.850	44.841.343

Sumber data primer yang diolah 2021

Jumlah produk sesuai Proyeksi unit yang dijual 2021-2025

Keterangan :

1. diasumsikan studio *Woman Space MUA* dimulai pada tahun 2021
2. diasumsikan pertumbuhan jumlah konsumen sebesar 10 - 15 % pertahun
3. layanan maksimal di studio *Woman Space MUA* 6 (enam) kali perhari
4. pertumbuhan harga produk *Woman Space MUA* sebesar 10 %

Biaya Pemasaran



Brosur flyer leaflet pamflet (paket 100 lembar A4) : Rp 180.000

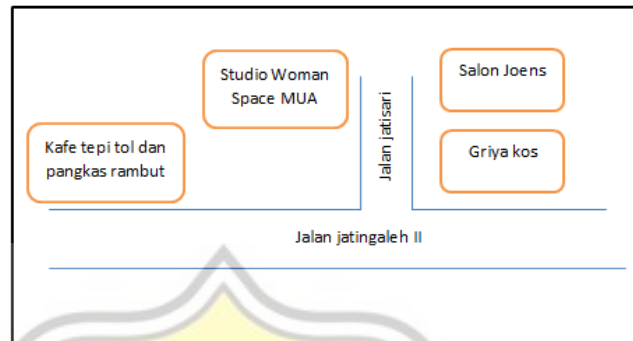
2. Aspek Operasi

Pada aspek ini dapat menjelaskan tentang bagaimana teknik yang digunakan oleh *Woman Space MUA* yang menjelaskan penentuan lokasi, luas produksi, dan tata letak, peralatan dan bahan baku dalam melakukan produksi.

a. Penentuan Lokasi Usaha

Penentuan lokasi yang akan dipilih oleh *Woman Space MUA* adalah kota Semarang yang beralamat di jalan Jatisari RT 07 / RW 01. Lokasi yang dipilih oleh *Woman Space MUA* adalah lokasi yang strategis. Yang dekat dengan rumah makan, dekat dengan salon potong rambut, dekat dengan

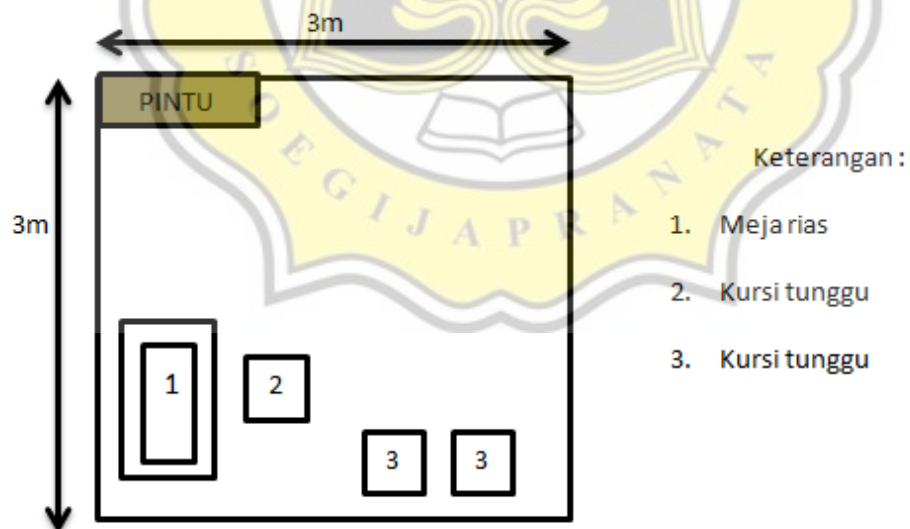
kos-kosan. Lokasi yang dipilih merupakan lokasi yang sangat mudah dijangkau.



Gambar 4.5 lokasi *Woman Space MUA*

Sumber data : Data sekunder (2021)

b. Tata letak



Gambar 4.6 Tata Letak Studio *Woman Space MUA*

Sumber data : Data sekunder (2021)



Gambar 4.7 Studio Woman Space MUA

Sumber data : Data sekunder (2021)





Tata letak ruangan dari studio *Woman Space MUA* memanfaatkan ruang kamar di rumah pemilik usaha.


c. Peralatan dan bahan baku

Peralatan yang digunakan oleh *Woman Space MUA* ini seperti catok, kuas, *hair dryer*, dan lain-lain. Sedangkan bahan baku yang digunakan seperti bulu mata, kosmetik yang digunakan, dan lain-lain.

Tabel 4.19 Peralatan Woman Space MUA

No.	Nama barang	Jumlah barang	Gambar

1.	Catok lurus	1	
2.	Catok keriting	1	
3.	<i>Hair dryer</i>	1	
4.	Sisir sask	3	

5.	Jepit biting	5	
----	--------------	---	---

Sumber Data : Data Sekunder yang diolah (2021)

1. HPP (Harga Pokok Produksi) merupakan jumlah biaya yang harus dikeluarkan owner untuk membeli kosmetik dan bahan penolong make up dan biaya tenaga kerja langsung untuk satu kali merias konsumen.

a. Biaya Bahan Baku dan Bahan Penolong

Biaya bahan baku studio *Woman Space MUA* meliputi harga kosmetik yang dikenakan pada konsumen dan biaya pemanfaatan peralatan make up yang dipakai untuk melakukan pelayanan jasa terhadap konsumen.

Tabel 4.20 Biaya bahan baku yang digunakan *Woman Space MUA* untuk wisuda dan resepsi pesta/ event :

No.	Produk yang digunakan	Harga produk	Harga 1 kali merias	Total pcs	keterangan
1.	foundation	425.000	5.700	5 pcs	15x/ 1pcs
2.	Bedak tabur	102.000	1.400	2 pcs	35x/1pcs
3.	Bedak padat	120.000	3.000	2 pcs	20x/1pcs
4.	Concelear	70.000	2.800	1 pcs	25x/1pcs

5.	Pallet contour	80.000	2.000	1 pcs	40x/1pcs
6.	Pallet eyeshadow	60.000	3.000	1 pcs	20x/1pcs
7.	Bulu mata	45.000	4.500	10 pcs	1x/1 pcs
8.	sponge	20.000	2.000	20 pcs	10x/1pcs
9.	primer	100.000	2.500	2 pcs	20x/1pcs
10.	mascara	45.000	1.500	1 pcs	30x/1pcs
11.	Eye liner	40.000	2.000	1 pcs	20x/1pcs
12.	Brush makeup	60.000	1.000	10 pcs	60x/1pcs
13.	Lip cream	120.000	3.000	2 pcs	40x/1pcs
14.	Lip glossy	120.000	2.000	5 pcs	25x/1pcs
15.	Pensil alis	60.000	1.000	2 pcs	30x/1pcs
16.	Makser untuk karyawan	6.000	2.000	3 pcs	1x/1pcs
17.	toner	8.000	400	1 pcs	20x/1pcs
18.	Blush on	40.000	2.000	1 pcs	20x/1pcs
total			41.800		

Sumber data : primer yang diolah 2021

Tabel 4.21 Biaya bahan baku yang digunakan Woman Space

MUA untuk bridesmaid:

No.	Produk yang digunakan	Harga produk	Harga 1 kali merias	Total pcs	keterangan
1.	foundation	450.000	10.000	3 pcs	15x/ 1pcs
2.	Bedak tabur	102.000	1.400	2 pcs	35x/1pcs
3.	Bedak padat	120.000	3.000	2 pcs	20x/1pcs
4.	Concelear	70.000	2.800	1 pcs	25x/1pcs
5.	Pallet contour	80.000	2.000	1 pcs	40x/1pcs
6.	Pallet eyeshadow	60.000	3.000	1 pcs	20x/1pcs
7.	Bulu mata	45.000	4.500	10 pcs	1x/1 pcs
8.	sponge	20.000	2.000	20 pcs	10x/1pcs

9.	primer	150.000	3.750	2 pcs	20x/1pcs
10.	mascara	45.000	1.500	1 pcs	30x/1pcs
11.	Eye liner	40.000	2.000	1 pcs	20x/1pcs
12.	Brush makeup	60.000	1.000	10 pcs	60x/1pcs
13.	Lip cream	150.000	3.750	2 pcs	20x/1pcs
14.	Lip glossy	120.000	2.000	5 pcs	25x/1pcs
15.	Pensil gell	100.000	2.500	2 pcs	20x/1pcs
16.	Makser untuk karyawan	6.000	2.000	3 pcs	1x/1pcs
17.	toner	20.000	1.000	1 pcs	20x/1pcs
18.	Blush on	40.000	2.000	1 pcs	20x/1pcs
total		50.200			

Sumber data : primer yang diolah 2021

Tabel 4.22 Biaya bahan baku yang digunakan *Woman Space* MUA untuk Engagement:

No.	Produk yang digunakan	Harga produk	Harga 1 kali merias	Total pcs	keterangan
1.	foundation	300.000	7.500	2 pcs	20x/ 1pcs
2.	Bedak tabur	120.000	8.000	1 pcs	15x/1pcs
3.	Bedak padat	200.000	13.000	1 pcs	15x/1pcs
4.	Concelear	120.000	6.000	1 pcs	20x/1pcs
5.	Pallet contour	150.000	6.000	1 pcs	25x/1pcs
6.	Pallet eyeshadow	300.000	15.000	2 pcs	20x/1pcs
7.	Bulu mata	50.000	10.000	5 pcs	1x/1 pcs
8.	sponge	20.000	2.000	20 pcs	10x/1pcs
9.	primer	150.000	3.750	2 pcs	20x/1pcs
10.	mascara	45.000	1.500	1 pcs	30x/1pcs
11.	Eye liner	40.000	2.000	1 pcs	20x/1pcs

12.	Brush makeup	60.000	1.000	10 pcs	60x/1pcs
13.	Lip cream	250.000	8.750	3 pcs	27x/1pcs
14.	Lip glossy	120.000	2.000	5 pcs	25x/1pcs
15.	Pensil gell	100.000	2.500	2 pcs	20x/1pcs
16.	Makser untuk karyawan	6.000	2.000	3 pcs	1x/1pcs
17.	toner	20.000	1.000	1 pcs	20x/1pcs
18.	Blush on	40.000	2.000	1 pcs	20x/1pcs
total			94.000		

Tabel 4.23 Biaya bahan baku yang digunakan Woman Space

MUA untuk hairdo:

No.	Produk yang digunakan	Harga produk	Harga 1 kali merias	Total pcs	keterangan
1.	Gel rambut	40.000	2.000	2 pcs	20x/ 1pcs
2.	Hair spray	60.000	1.500	2 pcs	40x/1pcs
3.	Jepit biting	6.000	3.000	1 pcs	2x/1pcs
Total			6.500		

Sumber data : primer yang diolah 2021

Dari tabel tersebut diasumsikan biaya bahan baku setiap tahun mengalami kenaikan 10% selama 5 tahun yang akan datang, dihitung dimulai dari 2021.

Tabel 4.24 Proyeksi Biaya bahan baku 2021-2025

Produk yang ditawarkan	2021	2022	2023	2024	2025
Makeup wisuda	41.800	45.980	50.570	55.627	61.190
Makeup bridesmaid	50.200	55.220	60.742	67.484	74.233

Makeup event	41.800	45.980	50.570	55.627	61.190
Makeup engagement	94.000	103.400	113.704	125.075	137.582
hairdo	6.500	7.150	7.865	8.651	9.500

Sumber data : primer yang diolah 2021

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung dari *Woman Space MUA* berupa honor pekerja Honorer, dengan asumsi kenaikan honor rata-rata 10%/tahun dihitung dari 2021, proyeksi biaya tenaga kerja langsung *Woman Space MUA* untuk semua produk yang dijual adalah sebagai berikut :

Tabel 4.25 Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Langsung / Produk

Tenaga kerja honorer	2021	2022	2023	2024	2025
Makeup wisuda	40.000	44.000	48.400	53.240	58.564
Makeup bridesmaid	40.000	44.000	48.400	53.240	58.564
Makeup event	40.000	44.000	48.400	53.240	58.564
Makeup engagement	80.000	88.000	96.800	106.480	117.128
hairdo	20.000	22.000	24.200	26.620	29.240

Sumber data : primer yang diolah 2021

Dari tabel tersebut dapat dihitung Proyeksi biaya tenaga kerja langsung 2021 – 2025 (jumlah konsumen dikalikan honor per-produk) :

Tabel 4.26 Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Langsung 2021-2025

Tenaga kerja	2021	2022	2023	2024	2025
--------------	------	------	------	------	------

honorar					
Makeup wisuda	1.000.000	1.232.000	1.500.400	1.810.160	2.225.432
Makeup bridesmaid	880.000	1.056.000	1.258.400	1.543.960	1.874.048
Makeup event	800.000	968.000	1.161.600	1.384.240	1.698.356
Makeup engagement	400.000	528.000	677.600	851.840	1.054.152
Hairdo	940.000	1.144.000	1.379.400	1.677.060	2.017.560
Total	4.020.000	4.928.000	5.977.400	7.267.800	8.869.548

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

pertumbuhan 10 % pertahun

c. Biaya Overhead

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

Tabel 4.27 Biaya Overhead

No	Kebutuhan	biaya	bulan	Jumlah (Rp)
1	listrik	30.000	12	360.000
2	air	10.000	12	120.000
3	kebersihan	30.000	12	360.000
	Lain-lain (mifi)	50.000	12	600.000
Total				1.440.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Dengan asumsi kenaikan biaya kontribusi air dan listrik serta sarana kebersihan rata-rata 10%/tahun, Proyeksi biaya overhead *Woman Space MUA* 2021 – 2025 :

Tabel 4.28 Proyeksi Biaya Overhead 2021-2025

keterangan	2021	2022	2023	2024	2025
Biaya overhead	1.440.000	1.584.000	1.742.400	1.916.640	2.108.304

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

pertumbuhan 10 % pertahun

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

Tabel 4.29 Proyeksi Harga Pokok Produksi/unit produk 2021 - 2025 (Rp.)

Produk yang ditawarkan	2021	2022	2023	2024	2025
Makeup wisuda	81.800	89.980	98.970	108.867	119.754
Makeup bridesmaid	90.200	99.220	109.142	120.724	132.797
Makeup event	81.800	89.980	98.970	108.867	119.754
Makeup engagement	174.000	191.400	210.504	231.555	254.710
hairdo	26.500	29.150	32.065	35.271	38.740

Proyeksi Harga Pokok Produksi 2021 – 2025 dapat dihitung dari proyeksi konsumen dikalikan dengan proyeksi Harga Pokok Produksi/unit produk, hasilnya seperti tabel berikut ini,

Tabel 4.30 Proyeksi Harga Pokok Produksi 2021 - 2025 (Rp.)

Produk yang ditawarkan	2021	2022	2023	2024	2025
Makeup wisuda	2.045.000	2.519.440	3.068.070	3.701.478	4.550.652
Makeup bridesmaid	1.984.400	2.381.280	2.837.692	3.500.996	4.249.504
Makeup event	1.636.000	1.979.560	2.375.280	2.830.542	3.472.866
Makeup engagement	870.000	1.148.400	1.473.528	1.852.440	2.292.390
hairdo	1.245.500	1.515.800	1.827.705	2.222.073	2.673.060
total	7.780.900	9.544.480	11.582.275	14.107.529	17.238.472

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

Keterangan :

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

3. Aspek Sumber Daya Manusia

Pada aspek ini menjelaskan bagaimana aspek SDM yang menjadi penilaian untuk peneliti dapat mengembangkan bisnis jasa *make up* ini melalui pelatihan yang tersertifikasi. Dan *Woman Space MUA* akan membuka rekrutmen dengan melakukan seleksi karyawan sebagai berikut :

Seleksi yang dilakukan *Woman Space MUA* untuk merekrut karyawan honorer dengan menetapkan kebijakan bertahap sebagai berikut :

1. Lowongan
2. Wawancara
3. Orientasi

a. *Job Description dan job spec* Pimpinan:

Untuk Pimpinan dengan *job desc* sebagai berikut :

1. Menguasai riasan untuk acara besar termasuk pernikahan, wisuda, event, dll.
2. Menguasai penggunaan palet warna maskara, sponge, dan membentuk alis, serta *eye liner*
3. riasan terlihat alami dan diterapkan dengan baik
4. dapat memadukan riasan dengan palet warna pada *tone* wajah seseorang
5. dapat bekerja dengan cepat dan akurat di bawah tekanan

Job Specification :

Untuk Pimpinan *Woman Space MUA* adalah sebagai berikut :

1. Perempuan WNI berusia minimal 18 tahun
2. Berpengalaman merias wajah
3. Memiliki sertifikat *make up*
4. Memiliki pengalaman *hairdo*

b. *Job Description* karyawan honorer:

Untuk karyawan honorer dengan *job desc* sebagai berikut :

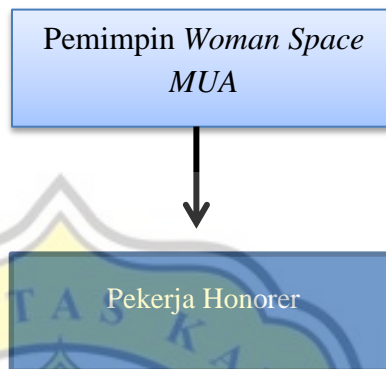
1. Menguasai riasan untuk acara besar termasuk pernikahan, wisuda, event, dll.
2. Menguasai dasar *make up* : *foundation one layer / two layer*
3. dapat bekerja dengan cepat dan akurat di bawah tekanan

Job Specification :

Untuk Pimpinan *Woman Space MUA* adalah sebagai berikut :

1. Perempuan WNI berusia minimal 18 tahun

2. Berpengalaman merias wajah
3. Jujur, santun, rapi dalam berpakaian
4. Dapat bekerja dibawah tekanan



Gambar 4.7 Struktur Organisasi

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

3. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang sangat dibutuhkan dalam melakukan perencanaan bisnis. Sehingga bisnis jasa *make up* dari *Woman Space MUA* ini dapat dikatakan layak menjadi sebuah bisnis. Didalam aspek keuangan ini akan meneliti kebutuhan akan sumber dana, sumber dana dari usaha yang dijalankan, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, dan analisis kelayakan bisnis. Serta analisis kelayakan bisnis ini menggunakan penilaian seperti : NPV, IRR, PI.

a. Kebutuhan Akan Dana

Kebutuhan yang akan digunakan untuk *Woman Space MUA* proses produksi sampai dengan kebutuhan dalam sehari-hari.

Tabel 4.31 Perlengkapan Ruangan

No	Sarana	Unit	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)	Keterangan
1	Rak Serbaguna	1	500.000	500.000	
2	Meja Rias	1	400.000	400.000	
3	Kursi rias	1	180.000	180.000	
4	Kursi tunggu	2	150.000	150.000	
5	Cermin	2	80.000	160.000	
6	Lain-lain	1	100.000	100.000	Tukang
Total				1.490.000	

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

Tabel 4.32 Dana Awal Studio Woman Space MUA

No	Kebutuhan	Jumlah (Rp)
1	Perlengkapan Ruangan	1.490.000
2	Biaya overhead	1.440.000
3	Biaya tenaga kerja langsung	4.020.000
4	Biaya pemasaran	180.000
5	Biaya bahan baku	2.000.000
6	Biaya peralatan	1.000.000
7	Biaya sertifikat	1.800.000
Total Kebutuhan Dana Awal		11.930.000

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

b. Sumber Dana Dari Usaha

Hal tersebut merupakan sumber dana *Woman Space MUA* darimana kebutuhan proses produksi dapat terpenuhi. Saat ini kebutuhan dana ditopang secara penuh oleh dana mandiri dari pemilik usaha.

c. Proyeksi Laba Dan Rugi

Memberikan gambaran mengenai sejauh mana usaha *Woman Space MUA* yang telah dijalankan apakah laba ataupun rugi.

Tabel 4.33

Tabel Laba/Rugi dan Laporan Cash Flow pada *Woman Space MUA* 2021- 2025

Keterangan	2021	2022	2023	2024	2025
Pendapatan	20.350.000	25.080.000	30.552.500	37.264.850	44.841.343
HPP / Beban usaha	7.780.900	9.544.480	11.582.275	14.107.529	17.238.472
Laba kotor	12.569.100	15.535.520	18.970.275	23.157.321	27.602.871
Bi Operasional					
Perlengkapan Ruangan		1.272.000	1.054.000	836.000	618.000
Biaya overhead	1.440.000	1.584.000	1.742.400	1.916.640	2.108.304
Biaya pemasaran	180.000	198.000	217.800	239.580	263.538
Biaya peralatan		900.000	800.000	700.000	600.000
Total Biaya Operasional	1.620.000	3.954.000	3.814.200	3.692.220	3.589.842

Laba Bersih Sebelum Pajak (EBT)	10.949.100	11.581.520	15.156.075	19.465.101	24.013.029
Pajak 0,5 %	101.750	125.400	152.763	188.124	224.206
Laba Setelah Pajak (EAT)	10.847.350	11.456.120	15.003.312	19.276.977	23.788.823

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

KET =

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

d. Proyeksi Arus Kas

Laporan arus kas yang dibuat untuk mengetahui apakah laporan yang telah disusun *Woman Space MUA* mengalami perubahan atau tidak.

Tabel 4.34 Laporan Arus Kas Studio *Woman Space MUA* 2021-2025

Keterangan	2021	2022	2023	2024	2025
Pendapatan	20.350.000	25.080.000	30.552.500	37.264.850	44.841.343
Modal	11.930.000				
Total Kas Masuk	32.280.000	25.080.000	30.552.500	37.264.850	44.841.343
Kas Keluar					
Perlengkapan Ruangan		1.272.000	1.054.000	836.000	618.000
Biaya overhead	1.440.000	1.584.000	1.742.400	1.916.640	2.108.304
HPP	7.780.900	9.544.480	11.582.275	14.107.529	17.238.472
Biaya pemasaran	180.000	198.000	217.800	239.580	263.538

Biaya peralatan		900.000	800.000	700.000	600.000
Pajak (0,5%)	101.750	125.400	152.763	188.124	224.206
Total Kas keluar	9.502.650	13.623.880	15.549.238	17.987.873	21.052.520
Selisih	22.777.350	11.456.120	15.003.262	19.276.977	23.788.823
Saldo kas awal		22.777.350	34.233.470	49.236.732	68.513.709
Saldo kas akhir	22.777.350	34.233.470	49.236.732	68.513.709	92.302.532

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

Modal = Total Kebutuhan Dana Awal

Tabel 4.35 Laporan Neraca Woman Space MUA 2021-2025

Aktiva	2021	2022	2023	2024	2025
Kas	22.777.350	34.233.470	49.236.732	68.513.709	92.302.532
Biaya penyusutan peralatan dan perlengkapan		318.000	318.000	318.000	318.000
Total Aktiva	22.777.350	34.551.470	49.554.732	68.831.709	92.620.532
Passiva					
Modal	11.930.000	11.930.000	11.930.000	11.930.000	11.930.000
Laba Tahun Berjalan (EAT)	10.847.350	11.456.120	15.003.312	19.276.977	23.788.823
Laba Ditahan		11.165.350	22.621.420	37.624.732	56.901.709
Total Passiva	22.777.350	34.551.470	49.554.732	68.831.709	92.620.532

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

Keterangan :

Biaya penyusutan perlengkapan = $(1.490.000 - 500.000) / 5 = 218.000$

Biaya penyusutan peralatan = $(1.000.000 - 500.000) / 5 = 100.000$

Biaya penyusutan peralatan dan perlengkapan = 318.000

e. Analisis Kelayakan Bisnis

Merupakan suatu analisa yang telah digunakan oleh *Woman Space MUA* ini untuk mengetahui apakah bisnis *Woman Space MUA* layak atau tidak untuk diteruskan dalam jangka panjang.

Tabel 4.36 Net Present Value

Tahun	EAT (Rp)	Depresiasi (Rp)	Arus Kas (Rp)	NFSB (10%)	PV (Rp)
1	10.847.350	-	10.847.350	0,90909	9.861.217
2	11.456.120	318.000	11.774.120	0,82645	9.730.721
3	15.003.312	318.000	15.321.312	0,75131	11.511.055
4	19.276.977	318.000	19.594.977	0,68301	13.383.565
5	23.788.823	318.000	24.106.823	0,62092	14.968.409
				Total PV =	59.454.968
				NPV =	47.524.968

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

NPV > 1 ---> layak untuk dilaksanakan

Keterangan :

NPV = PV - Initial Investment

NSFB = Nilai Sekarang Faktor Bunga

$NSFB = 1 / (1 + IR)^{Periode}$

EAT + Depresiasi = Arus Kas

Present Value = Arus Kas X NSFB

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

Tabel 4.37 Profitabilitas Index

Total PV (Rp)	59.454.968
Initial Invesment (Rp)	11.930.000
Profitabilitas Index	4,98

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

Keterangan :

Profitability Index = Total PV / Initial Investment

PI > 1, perencanaan layak untuk dilaksanakan

Tabel 4.38 Payback Period (PP)

Initial Invesment	11.930.000	Cash Flow Cumulatif
Arus Kas tahun ke 1	9.357.350	9.357.350
Arus Kas tahun ke 2	12.679.120	22.036.470
Arus Kas tahun ke 3	15.993.412	38.029.882
Arus Kas tahun ke 4	20.032.687	58.062.569
Arus Kas tahun ke 5	24.308.504	82.371.073

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

Keterangan :

$$PP = 1 + (11.930.000 - 10.847.350) / (22.611.470 - 10.847.350)$$

$$PP = 1,092$$

Tahun

$$\text{Bulan} \rightarrow 1 + 12 \times 0,092 = 2$$

Jadi Payback periode dari *Woman Space MUA* adalah 1 tahun 2bulan

Dari tabel diatas PP = 1 tahun,2 bulan < 5 tahun ---> layak

Tabel 4.39 IRR (Internal Rate of Return)

Tahun	Arus Kas (Rp.)	DF = 10 %	PV(10%) (Rp.)	DF = 16 %	PV(16%) (Rp.)
1	10.847.350	0,90909	9.861.217	0,8621	9.351.500
2	11.774.120	0,82645	9.730.721	0,7432	8.750.526
3	15.321.312	0,75131	11.511.055	0,6407	9.816.365
4	19.594.977	0,68301	13.383.565	0,5523	10.822.306
5	24.106.823	0,62092	14.968.409	0,4761	11.477.258
Total PV			59.454.968		50.217.955
NPV			47.524.968		38.287.955

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

Keterangan :

DF = Discount Factor, PV = Present Value

Tabel 4.40 Perhitungan Interpolasi:

Selisih bunga	Selisih PV	PV - II
10%	59.454.968	59.454.968
16%	50.217.955	11.930.000
6%	9.237.013	47.524.968

Sumber Data : Data primer yang diolah (2021)

$$\text{IRR} = 10\% + ((47.524.968 / 47.524.968 - 38.287.955) \times 6\%)$$

$$\text{IRR} = 10,30\%$$

PV-II = Selisih PV dengan Investasi awal

IRR > 10% (suku bunga) = Layak

4.3 Perencanaan Bisnis Studio “*Women Space MUA*”

Perencanaan bisnis yang ingin direalisasikan oleh *Women Space MUA* adalah membuat fasilitas studio *make up* untuk mempermudah akses antara owner *Women Space MUA* dan membuat pelayanan *make up* ini menjadi lebih efektif dan efisien dalam melayani konsumen. Hal ini berdasarkan masukan dari beberapa pelanggan yang menginginkan adanya studio khusus *make up* selama proses pelayanan jasa. Didasarkan pada nilai NPV dan Profitabilitas index maka perencanaan pembuatan studio *Women Space MUA* layak untuk dilaksanakan.

