

Perencanaan Pendirian Usaha Abbieute Home Service di Kota Bekasi

Sarah Abigail Yuranian, Nurina Ayuningtyas, Dwi Atmanto
Fakultas Teknik, Kosmetik dan Perawatan Kecantikan,
Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

Abstrak

Abbieute adalah sebuah usaha nail art home service yang berlokasi di kota Bekasi, Jawa Barat, dengan misi memberikan layanan perawatan kuku berkualitas tinggi yang nyaman dan dapat diakses langsung dari rumah pelanggan. Layanan yang ditawarkan mencakup basic nail gel, nail art, dan cured gel nail strip stickers, dengan penekanan pada kualitas, kreativitas, dan kenyamanan. Abbieute menargetkan mahasiswi, wanita karir, dan ibu rumah tangga yang menginginkan nail art tanpa harus mengunjungi salon. Penelitian ini bertujuan untuk merencanakan pendirian usaha Abbieute, dengan fokus pada analisis pasar, strategi pemasaran, perencanaan operasional, dan evaluasi keuangan. Melalui analisis pasar, terdapat potensi yang signifikan untuk layanan nail art home service di Bekasi, terutama di kalangan target pasar yang sibuk dan menginginkan kenyamanan. Strategi pemasaran yang efektif, seperti promosi melalui media sosial, diidentifikasi sebagai kunci untuk menarik pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek. Perencanaan operasional mencakup penggunaan peralatan berkualitas tinggi dan nail artist yang terampil untuk memastikan layanan yang memuaskan. Evaluasi keuangan menunjukkan bahwa dengan modal awal sebesar Rp 57.004.420 dan struktur biaya yang efisien, Abbieute memiliki potensi untuk mencapai profitabilitas dalam waktu singkat. Risiko dan tantangan yang mungkin dihadapi juga dianalisis, dengan strategi mitigasi yang disarankan untuk memastikan keberlanjutan usaha. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan Abbieute memiliki prospek yang baik untuk berkembang dan menjadi layanan nail art home service terkemuka di kota Bekasi. Saran untuk penelitian selanjutnya mencakup analisis lebih mendalam mengenai kepuasan pelanggan, strategi kompetitif, dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi layanan. Dengan demikian, Abbieute diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pasar dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

Kata Kunci: Abbieute, Layanan Nail Art Rumah, Perawatan Kuku, Cured Gel Nail Strip.

Abstract

Abbieute is a nail art home service business located in Bekasi city, West Java, with a mission to provide high-quality nail care services that are convenient and accessible directly from the customer's home. Services offered include basic nail gel, nail art, and cured gel nail strip stickers, with an emphasis on quality, creativity, and convenience. Abbieute targets university students, career women, and housewives who want nail art without having to visit a salon. This research aims to plan the establishment of Abbieute, focusing on market analysis, marketing strategy, operational planning, and financial evaluation. Through market analysis, there is significant potential for nail art home service in Bekasi, especially among the target market who are busy and want convenience. Effective marketing strategies, such as promotion through social media, were identified as key to attracting customers and increasing brand awareness. Operational planning includes the use of high-quality equipment and skilled nail artists to ensure satisfactory service. The financial evaluation showed that with an initial capital of IDR 57,004,420 and an efficient cost structure, Abbieute has the potential to achieve profitability within a short period of time. Possible risks and challenges are also analysed, with mitigation strategies suggested to ensure business sustainability. The conclusion of this study shows that Abbieute has good prospects to grow and become the leading nail art home service in Bekasi city. Suggestions for future research include more in-depth analysis of customer satisfaction, competitive strategies, and the use of technology to improve service efficiency. Thus, Abbieute is expected to meet market needs and create added value for consumers.

Keywords:

Abbieute, Nail Art Home Service, Nail Care, Cured Gel Nail Strip.

Pendahuluan

Kecantikan merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang penampilan dan dianggap krusial karena dapat meningkatkan rasa percaya diri dan motivasi dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Perempuan, mulai dari usia remaja hingga dewasa, sering kali menghabiskan waktu untuk merawat penampilan diri. Kecantikan paripurna dimulai dari ujung rambut sampai ujung kaki, dan industri kecantikan telah berkembang pesat dengan beragam treatment dan layanan untuk memenuhi kebutuhan perawatan pribadi.

Dalam penampilan diri, perawatan tubuh tidak hanya memperindah tampilan tetapi juga menutupi kekurangan yang ada. Rias wajah, nail art, eyelash extension, dan penataan rambut adalah beberapa contoh layanan kecantikan yang diminati. Kecantikan menjadi kebutuhan dan keinginan bagi setiap perempuan, terutama wanita karier yang ingin menunjang aktivitas dan keberhasilan dalam pekerjaannya (Agrevinna, 2020). Dalam menghadapi persaingan, perusahaan kecantikan terus berinovasi untuk menciptakan layanan berkualitas yang dicari pelanggan (Nurmalasari, 2013).

Nail art adalah seni merias kuku menggunakan pewarna sintetis dan aksesoris (Yosiana & Rahmiati, 2021). Bisnis nail art telah berkembang menjadi industri yang menarik dan dinamis di seluruh dunia. Para profesional nail art mengubah kuku menjadi kanvas untuk karya seni yang memukau, menawarkan layanan yang berfokus pada kreativitas dan keahlian teknis. Produk inovatif seperti gel polish tahan lama, berbagai jenis hiasan, dan alat aplikasi canggih berkontribusi pada pengalaman unik bagi pelanggan. Media sosial memainkan peran penting dalam menginspirasi dan mempopulerkan tren nail art, dengan desain dan tutorial kreatif yang diadopsi secara luas. Permintaan akan kecantikan yang personal dan ekspresif membuat bisnis nail art terus menjadi panggung bagi inovasi dan kreativitas tanpa batas.

Bisnis nail art juga menawarkan peluang luas bagi pelaku usaha kecil hingga besar untuk memasuki pasar yang berkembang pesat. Salon khusus nail art dan studio mandiri semakin populer, menawarkan layanan yang mencakup perawatan kuku komprehensif untuk menjaga kesehatan dan keindahan kuku. Produk nail art yang inovatif seperti nail gel polish, aksesoris dekoratif, dan peralatan aplikasi canggih menjadi bagian integral dari bisnis ini. Kualitas dan keamanan produk menjadi fokus utama, dengan banyak merek yang mengembangkan formula

ramah lingkungan dan bebas bahan berbahaya. Keterlibatan dalam komunitas nail art melalui acara pameran, workshop, dan kompetisi membantu membangun jaringan profesional dan meningkatkan visibilitas merek. Bisnis kecantikan dalam bidang nail art menciptakan peluang penghasilan stabil, memperkaya pengalaman kecantikan dengan kreativitas, inovasi, dan keahlian teknis yang terus berkembang.

Sejak tahun 2020, bisnis nail art studio mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19 (Atmaja & Novitaningtyas, 2021). Para pengusaha beralih menawarkan jasa nail art home service, yang memberikan kenyamanan lebih dengan waktu fleksibel, lokasi sesuai kesepakatan, dan privasi. Nail art home service berkembang di kota-kota besar, termasuk Bekasi. Tren nail art di Indonesia mulai berkembang pesat sejak tahun 2012 (Khalisah, 2022). Banyak perempuan dewasa yang sibuk dalam karir meluangkan waktu dan biaya untuk perawatan kecantikan praktis (Gunawan & Anwar, 2012). Nail art banyak diminati karena mampu mengekspresikan gaya dengan kreativitas tak terbatas dan pemasangan yang praktis membuat kuku terlihat bersih dan menarik.

Minat terhadap jasa nail art di Bekasi menunjukkan tren menarik dalam industri kecantikan lokal. Berdasarkan data, akun Instagram seperti @Lashbeautyofficial memiliki 26.800 pengikut, @Gurl.beauty memiliki 21.500 pengikut, dan @Ssnai.art memiliki 12.700 pengikut (Instagram, 2024). Hal ini merupakan sinyal positif untuk memulai usaha di bidang nail art, seperti Abbieute, yang menawarkan layanan home service untuk manicure, nail remover, nail extension, basic nail gel, nail art gel, 3D nail art, dan cured gel nail strip stickers.

Abbieute memiliki keunggulan signifikan dengan konsep home service yang memungkinkan konsumen menikmati perawatan profesional di rumah, menghemat waktu, dan usaha. Layanan unik seperti cured gel nail strip stickers dan nail extension menggunakan acrylic gel menjadi daya tarik utama. Abbieute juga memprioritaskan perlindungan kulit dengan menyediakan sunscreen sebelum proses nail art dan builder gel untuk memperkuat kuku, memastikan hasil yang maksimal dan sehat. Berdasarkan latar belakang ini, penulis bermaksud merintis usaha nail art berbasis home service bernama "Abbieute". Abbieute hadir sebagai jawaban atas kebutuhan akan kemudahan dan kenyamanan dalam merawat kecantikan kuku di tengah kesibukan modern, menawarkan layanan nail art berkualitas, profesional, dan praktis. Abbieute bertekad menjadi pionir dalam industri nail art home service dan mitra terpercaya dalam perawatan kecantikan kuku di Bekasi.

Landasan Teori

Aspek Pasar

Israeni (2018) menjelaskan bahwa aspek pasar merupakan studi untuk mengetahui situasi dan kondisi pasar serta permintaan produk yang akan diproduksi, dengan tujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dan pasar yang strategis. Dalam konteks ini, Ummah & Aswad (2022) menambahkan bahwa home service adalah layanan yang diberikan di rumah konsumen yang memesan, seperti layanan nail art yang dilakukan oleh nail artist yang datang ke rumah konsumen untuk merawat dan menghias kuku.

Diferensiasi

Menurut Mustafa & Khalim (2023), diferensiasi adalah cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaing. Watung et al. (2022) menambahkan bahwa diferensiasi produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Abbieute menawarkan keunikan seperti cured gel nail strip stickers, acrylic gel extension, perlindungan kulit dengan sunscreen sebelum proses nail art, dan penggunaan builder gel untuk memperkuat kuku.

Segmentation, Targeting, dan Positioning (STP)

Mujahidin & Khoirianingrum (2019) menyatakan bahwa STP adalah strategi efektif dalam pemasaran. Abbieute melakukan segmentasi berdasarkan demografi (jenis kelamin, usia, status sosial, dan pendapatan), psikografi (perilaku dan gaya hidup), dan geografi (kepadatan penduduk). Targeting Abbieute adalah pelajar, mahasiswi, dan wanita karir. Positioning Abbieute adalah sebagai layanan nail art home service berkualitas tinggi dengan harga terjangkau dan mengikuti tren terbaru.

Aspek Pemasaran

Witjaksono (2023) mendefinisikan pemasaran sebagai proses menciptakan nilai bagi konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

Promosi

Hidayat (2020) menjelaskan bahwa promosi penting untuk meningkatkan penjualan dan menciptakan pembelian ulang. Aliefah & Nandasari (2022) menyatakan tujuan promosi adalah menginformasikan produk dan menarik calon konsumen baru. Strategi promosi Abbieute meliputi periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), publisitas (publicity), dan penjualan pribadi (personal selling).

Pengembangan Pasar

Angkasawati & Devi Milasari (2021) menjelaskan bahwa pengembangan pasar adalah usaha meningkatkan penjualan dengan inovasi baru. Abbieute berencana menambah layanan eyelash extension untuk menarik lebih banyak konsumen. Tren kecantikan di Indonesia menunjukkan permintaan yang meningkat untuk layanan seperti eyelash extension.

Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah kunci mempertahankan daya saing dan menarik konsumen. Abbieute mengganti teknik ombre nails dari eyeshadow menjadi air brush untuk hasil yang lebih halus dan tahan lama. Strategi ini memungkinkan Abbieute membedakan diri dari pesaing dan menarik konsumen baru dengan inovasi modern.

Metode

Penelitian ini bertujuan untuk mendokumentasikan dan menganalisis metode produksi, pengemasan, dan pemasaran dalam pendirian dan pengembangan bisnis Abbieute, sebuah usaha nail art home service di Citra Gran, Jati Karya, Kota Bekasi, Jawa Barat. Proses ini melibatkan berbagai langkah mulai dari metode pemesanan hingga strategi pemasaran untuk memastikan kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Latar belakang penelitian ini menjelaskan pentingnya nail art home service dan kebutuhan untuk penelitian tentang metode produksi, pengemasan, dan pemasaran dalam bisnis ini. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana metode produksi, pengemasan, dan pemasaran yang diterapkan oleh Abbieute mempengaruhi keberhasilan bisnis, sementara tujuan penelitian adalah mendokumentasikan dan menganalisis metode produksi, pengemasan, dan pemasaran Abbieute serta mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi pada kesuksesan bisnis.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan lokasi penelitian di Citra Gran, Jati Karya, Kota Bekasi, Jawa Barat. Data primer dikumpulkan melalui observasi

langsung, wawancara dengan pemilik bisnis dan konsumen, serta dokumentasi proses produksi dan pemasaran, sedangkan data sekunder berasal dari literatur terkait usaha kecil dan menengah (UKM) serta metode produksi, pengemasan, dan pemasaran. Teknik pengumpulan data meliputi observasi untuk mengamati secara langsung proses produksi, pengemasan, dan pemasaran yang dilakukan oleh Abbieute, wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi tentang pengalaman dan kepuasan konsumen, serta dokumentasi untuk mengumpulkan dokumen-dokumen terkait seperti rencana bisnis, materi promosi, dan catatan operasional.

Prosedur penelitian mencakup berbagai aspek mulai dari metode produksi yang melibatkan pemesanan melalui WhatsApp, konsultasi awal, dan pembayaran DP sebagai konfirmasi pemesanan. Layanan nail art dilakukan dengan tahapan persiapan, konsultasi, nail remover, manicure, aplikasi nail art, follow up, dan dokumentasi hasil. Metode menjaga alat dan bahan melibatkan pembersihan dan sterilisasi alat, penyimpanan di tempat yang kering dan bersih, pemeriksaan berkala, dan penggantian alat yang rusak. Metode pengemasan meliputi penggunaan wadah transparan dan berlabel, branding melalui logo dan slogan, serta promosi aktif di media sosial. Metode pemasaran melibatkan pemanfaatan media sosial, penggunaan hashtag populer dan iklan berbayar, kode referral untuk promosi word of mouth, strategi publisitas, sistem member card, dan penggunaan testimoni konsumen yang puas. Data yang dikumpulkan dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul terkait metode produksi, pengemasan, dan pemasaran, yang kemudian disajikan dalam bentuk naratif yang mendetail. Kesimpulan penelitian menyimpulkan temuan dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut bisnis Abbieute, serta mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi pada kesuksesan dan kepuasan konsumen.

Hasil dan Pembahasan

4.1 Capaian Target Produk

4.1.1 Jumlah Konsumen

Dalam satu tahun pertama berikut merupakan capaian target produk yang diperoleh Abbieute:

Tabel 4. 1 Capaian Target Produk Per Bulan

Layanan Utama	Tahun 2025											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Basic Nail Gel	19	20	28	15	20	16	25	22	33	22	24	29
Nail Art Gel	40	37	57	30	41	60	42	38	39	44	44	53
Cured Gel Nail Strip Stickers	12	11	15	8	10	12	9	13	11	12	10	15
Total Layanan (Unit)	71	68	100	53	71	88	76	73	83	78	78	97

4.1.2 Total Pendapatan

Pendapatan yang dihasilkan Abbieute dalam satu tahun pertama yang terlihat dalam tabel 4.1 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Total Pendapatan Abbieute Tahun 2025

Jenis Layanan	Total Layanan	Harga Layanan	Total Pendapatan
Basic Nail Gel	273	100.000	27.300.000
Nail Art Gel	525	150.000	78.750.000
Cured Gel Nail Strip Stickers	138	110.000	15.180.000
Total Pendapatan			121.230.000

Hasil pendapatan yang diperoleh Abbieute dalam satu tahun yaitu sebesar Rp 121.320.000,-.

4.2 Potensi Berkelanjutan Produk

4.2.1 Inovasi produk

Inovasi layanan yang mengubah desain ombre dari penggunaan *eyeshadow* menjadi teknik *air brush* memiliki potensi berkelanjutan yang signifikan. Teknik

air brush tidak hanya meningkatkan presisi dan ketahanan desain, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih profesional dan tahan lama bagi pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi ini, Abbieute dapat menarik pelanggan yang mencari desain yang lebih halus dan awet, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar *nail art* dengan menawarkan solusi inovatif yang berkelanjutan dan berkualitas tinggi.

4.2.2. Inovasi Layanan

Dengan mengembangkan layanan baru seperti *eyelash extension* dari inovasi produk yang semula hanya fokus pada *nail art*, Abbieute dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan secara signifikan. *Eyelash extension* tidak hanya menawarkan diversifikasi layanan yang lebih luas kepada pelanggan yang sudah ada, tetapi juga membuka peluang untuk menarik pelanggan baru yang mencari perawatan kecantikan yang komprehensif dan berkualitas. Dengan memanfaatkan keahlian dan reputasi yang telah dibangun dalam *nail art*, Abbieute dapat memosisikan diri sebagai destinasi utama untuk perawatan kecantikan penuh, meningkatkan loyalitas pelanggan serta memberikan potensi untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

4.3 Analisis Ekonomi Yang Menunjukkan Keberlanjutan Usaha

4.3.1 Analisis Break Event Point (BEP)

BEP merupakan kondisi stagnan, yaitu disaat perusahaan tidak menghasilkan laba/keuntungan dan tidak juga mengalami kerugian.

Tabel 4. 3 Analisis Ekonomi yang Menunjukkan BEP

	Tahun 2025												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Modal	57,004,420												
Pendapatan	9,220,000	8,760,000	13,000,000	6,880,000	9,250,000	11,920,000	9,790,000	9,330,000	10,360,000	10,120,000	10,100,000	12,500,000	
Basic Nail Gel	1,900,000	2,000,000	2,800,000	1,500,000	2,000,000	1,600,000	2,500,000	2,200,000	3,300,000	2,200,000	2,400,000	2,900,000	
Nail Art	6,000,000	5,550,000	8,550,000	4,500,000	6,150,000	9,000,000	6,300,000	5,700,000	5,850,000	6,600,000	6,600,000	7,950,000	
Cured Nail Gel Strip Sticker	1,320,000	1,210,000	1,650,000	880,000	1,100,000	1,320,000	990,000	1,430,000	1,210,000	1,320,000	1,100,000	1,650,000	
Biaya Tetap													
Bensin Pertalite	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000	
Upah Nail Artist	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	
Kuota Internet	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	
Promosi	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	
Biaya Penyusutan	364,085	364,085	364,085	364,085	364,085	364,085	364,085	364,085	364,085	364,085	364,085	364,085	
Biaya Variabel													
Bahan Baku	1,946,283	1,946,283	1,946,283	1,946,283	1,946,283	1,946,283	1,946,283	1,946,283	1,946,283	1,946,283	1,946,283	1,946,283	
Total Pengeluaran	4,750,368	4,750,368	4,750,368	4,750,368	4,750,368	4,750,368	4,750,368	4,750,368	4,750,368	4,750,368	4,750,368	4,750,368	
Pendapatan Sebelum Pajak	4,469,632	4,009,632	8,249,632	2,129,632	4,499,632	7,169,632	5,039,632	4,579,632	5,609,632	5,369,632	5,349,632	7,749,632	
Pajak (0.5%)	46,100	43,800	65,000	34,400	46,250	59,600	48,950	46,650	51,800	50,600	50,500	62,500	
Arus Kas Bersih	4,423,532	3,965,832	8,184,632	2,095,232	4,453,382	7,110,032	4,990,682	4,532,982	5,557,832	5,319,032	5,299,132	7,687,132	
Total Kas	4,423,532	8,389,363	16,573,995	18,669,227	23,122,608	30,232,640	35,223,322	39,756,303	45,314,135	50,633,167	55,932,298	63,619,430	

4.3.2 Return on Investment (ROI)

ROI merupakan persentase profit yang dapat diperoleh dari total jumlah aset yang diinvestasikan.

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \text{Total Pendapatan} / \text{Total Biaya} \\ &= 121.230.000 / 57.004.420 \\ &= 2,1 \end{aligned}$$

Maka bisnis Abbieute menguntungkan jika nilai R/C > 1

4.3.3 Arus Kas atau *Cash Flow*

Tabel 4. 4 Arus Kas Abbieute

Uraian	2025	2026	2027	2028	2029
Total Pendapatan	121.230.000	129.716.100	140.093.388	152.701.793	167.971.972
Basic Nail Gel	27.300.000	29.211.000	31.547.880	34.387.189	37.825.908
Nail Art	78.750.000	84.262.500	91.003.500	99.193.815	109.113.197
Cured Nail Gel Strip Stickers	15.180.000	16.242.600	17.542.008	19.120.789	21.032.868
Biaya Tetap					
Bensin Pertalite	3.120.000	3.338.400	3.605.472	3.929.964	4.322.961
Upah Nail Artist	2.000.000	2.140.000	2.311.200	2.519.208	2.771.129
Kuota Internet	1.200.000	1.284.000	1.386.720	1.511.525	1.662.677
Promosi	960.000	1.027.200	1.109.376	1.209.220	1.330.142
Biaya Penyusutan	4.369.020	4.674.851	5.048.840	5.503.235	6.053.559
Biaya Variabel					
Bahan Baku	23.355.400	24.990.278	26.989.500	29.418.555	32.360.411
Total Pengeluaran	35.004.420	37.454.729	40.451.108	44.091.707	48.500.878
Keuntungan Sebelum Pajak	86.225.580	92.261.371	99.642.280	108.610.085	119.471.094
Pajak (10%)	12.123.000	12.971.610	14.009.339	15.270.179	16.797.197
Keuntungan Setelah Pajak	74.102.580	79.289.761	85.632.941	93.339.906	102.673.897

4.3.4 *Payback Period* (PP)

Metode PP merupakan teknik penilain terhadap jangka waktu atau periode pengambilan investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (proceed) yang diperoleh setiap tahun $PP = \text{Total Investasi} / \text{Kas Bersih (Tahun)} \times 12 \text{ Bulan}$

$$\begin{aligned} &= \frac{57.004.420}{74.102.580} \times 12 \text{ bulan} \\ &= 9,2 \text{ artinya } 9 \text{ bulan} \end{aligned}$$

Pada perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa PP pada Abbieute adalah selama 9 bulan di tahun pertama.

4.3.5 Net Present Value (NPV)

Pengertian net present value (NPV) merupakan metode yang mengukur profitabilitas rencana investasi mempergunakan faktor nilai waktu uang (Nurhayati& Restiani, 2019). NPV didefinisikan sebagai selisih antara investasi sekarang dengan nilai sekarang (*present value*) dari proyeksi hasil-hasil bersih masa datang yang diharapkan. NVP dapat dicari dengan menjumlahkan hasil dari keseluruhan *Present Value* (PV). Menurut (Zainuri, 2021), indikasi angka perolehan penilaian berdasarkan NPV. Indikasi dari angka perolehan perhitungan NPV adalah:

1. NPV bernilai positif (+) berarti baik dan dapat diterima.
2. NPV bernilai negatif (-) berarti ditolak.
3. NPV sama dengan nol (0) bersifat netral; boleh diterima, bisa juga ditolak.

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

$$PV 1 = \frac{74.102.580}{(1+0,1)^1} = Rp 67.366.891$$

$$PV 2 = \frac{79.289.761}{(1+0,1)^2} = Rp 65.529.553$$

$$PV 3 = \frac{85.632.941}{(1+0,1)^3} = Rp 64.348.025$$

$$PV 4 = \frac{93.339.906}{(1+0,1)^4} = Rp 63.757.802$$

$$PV 5 = \frac{102.673.897}{(1+0,1)^5} = Rp 63.728.460$$

$$NPV = PV1 + PV2 + PV3 + PV4 + PV5$$

$$NPV = 67.366.891 + 65.529.553 + 64.348.025 + 63.757.802 + 63.728.460$$

$$= Rp324.730.731$$

Jadi NPV bernilai positif (+), maka investasi tersebut baik dan dapat diterima.

4.4 Pembahasan Pengembangan Usaha

4.4.1 Ekspansi Layanan

Abbieute dengan bangga akan mengumumkan ekspansi layanan terbarunya, yaitu *eyelash extension*. Dengan memperkenalkan layanan ini, Abbieute berkomitmen untuk memberikan perawatan kecantikan yang lebih lengkap dan terpadu bagi konsumen. Layanan *eyelash extension* dirancang untuk menambah volume dan panjang bulu mata secara alami, sehingga memberikan tampilan yang lebih dramatis dan mempesona tanpa perlu menggunakan maskara setiap hari. Teknik yang digunakan oleh *beautician* Abbieute memastikan pemasangan yang aman dan nyaman, serta hasil yang tahan lama. Dengan berbagai pilihan gaya dan panjang bulu mata, pelanggan dapat menyesuaikan tampilan sesuai keinginan mereka, baik untuk acara khusus maupun keseharian. Ekspansi ini menunjukkan dedikasi Abbieute dalam memenuhi kebutuhan kecantikan konsumennya dengan layanan berkualitas tinggi dan inovatif.

4.4.2 Inovasi Produk

Abbieute juga akan memperkenalkan teknologi *air brush* dalam layanan *nail art* untuk memberikan hasil yang lebih presisi dan artistik. Inovasi menggunakan teknologi air brush memungkinkan pengaplikasian cat kuku dengan sempurna, menciptakan gradasi warna yang halus dan detail yang rumit dengan lebih cepat dan efisien dibandingkan metode tradisional. Dengan menggunakan *airbrush* tidak hanya akan meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga memberikan pengalaman baru dan menarik bagi pelanggan.

4.4.3 Pengembangan Promosi

Strategi promosi yang komprehensif dan terintegrasi dilakukan untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak konsumen. Abbieute akan terus memanfaatkan media sosial secara optimal dengan konten berkualitas tinggi yang menampilkan layanan *nail art*, *eyelash extension*, dan testimoni pelanggan. Abbieute juga akan melakukan pengembangan promosi dengan melakukan kolaborasi. Kolaborasi ini ditawarkan kepada *influencer* kecantikan lokal yang memiliki dampak positif untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas dan membangun kredibilitas merek. Selain itu, Abbieute akan mempertahankan program loyalitas, dan bundling paket layanan untuk mendorong konsumen

menjadi pelanggan tetap. Dengan strategi promosi yang efektif, Abbieute bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, memperluas basis konsumen, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

4.4.4 Peningkatan Kualitas Layanan

Dalam mengatur usaha *nail art home service*, Abbieute selalu melakukan *Quality Control (QC)* baik dari segi, sumber daya tenaga kerja, alat dan bahan yang digunakan, maupun hasil layanan. Dengan melakukan konfirmasi terhadap umpan balik kepada konsumen mengenai layanan yang diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan sebagai salah satu upaya dalam QC. Melalui media sosial Abbieute memastikan untuk tetap terhubung dengan konsumen untuk menginformasikan tentang promosi, diskon, atau layanan baru yang ditawarkan. Dengan demikian, Abbieute dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperluas basis konsumen. Abbieute juga melakukan pelatihan berkala untuk dapat memastikan *beauticiant* mengembangkan kemampuannya terhadap segala jenis desain terbaru yang terus berkembang.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kesimpulan dari tujuan rintisan usaha Abbieute menunjukkan bahwa ada potensi yang signifikan untuk layanan nail art home service di Kota Bekasi. Analisis potensi pasar mengungkapkan adanya permintaan yang kuat di kalangan wanita muda dan dewasa yang mencari kenyamanan layanan di rumah. Identifikasi strategi pemasaran yang efektif, seperti pemanfaatan media sosial, program loyalitas, dan promosi paket bundling, dilakukan untuk meningkatkan visibilitas dan loyalitas konsumen. Analisis ekonomi menunjukkan bahwa usaha ini memiliki kelayakan finansial yang baik. Proyeksi keuangan menunjukkan potensi pendapatan positif dengan target pendapatan bulanan mencapai Rp 10.102.500,-, dengan titik impas dalam 10 bulan dan NPV sebesar Rp324.730.731 dan bernilai (+) positif. Modal awal sebesar Rp 57.004.420 akan digunakan untuk pembelian peralatan, bahan baku, dan biaya operasional awal. Selain itu, menganalisis perkembangan usaha memberikan wawasan tentang strategi yang diperlukan untuk mencapai target produk dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Kesimpulannya, perencanaan pendirian usaha Abbieute di Kota Bekasi menunjukkan prospek yang menjanjikan dengan strategi pemasaran yang efektif, operasi yang efisien, dan manajemen keuangan yang baik, sehingga Abbieute memiliki potensi besar untuk berkembang dan menjadi pilihan utama layanan nail art home service di Bekasi.

Saran

Penelitian ini telah memberikan wawasan yang komprehensif mengenai perencanaan pendirian usaha nail art home service. Namun, ada beberapa analisa yang dapat dieksplorasi lebih lanjut

untuk memperdalam pemahaman dan meningkatkan keberhasilan bisnis Abbieute. Berikut adalah beberapa saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Melakukan analisis kompetitif yang lebih mendalam untuk memahami kekuatan dan kelemahan pesaing utama di pasar, serta mengidentifikasi strategi unik untuk mengungguli pesaing.
2. Mengeksplorasi penggunaan teknologi dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan, seperti aplikasi untuk booking dan pembayaran, atau teknologi baru dalam perawatan kuku.
3. Meneliti peluang ekspansi geografis ke wilayah lain di luar Bekasi dan strategi yang diperlukan untuk mencapai ekspansi tersebut.

Daftar Referensi

- Agrevinna, M. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Bidang Kecantikan. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 15(1), 58–66.
- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *Lab*, 6(01), 40–56. <https://doi.org/10.33507/labatila.v5i02.475>
- Angkasawati, & Devi Milasari. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung. *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(1), 296. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v14i1.296>
- Atmaja, H. E., & Novitaningtyas, I. (2021). Analisis Aspek Pemasaran UMKM di Masa Resesi Global Dampak Dari Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 13(1), 1–11. <https://doi.org/10.30630/jipb.v13i1.402>
- Badan Pusat Statistik Kota Bekasi. (2022). Kota Bekasi Dalam Angka 2022. BPS Kota Bekasi, 37. https://bekasikota.bps.go.id/publication/2022/02/25/bb5e0280d7ba865191ac_bdb2/kota-bekasi-dalam-angka-2022.html
- Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen dan Eksekutif. *Manajemen*, 3(5), 53.
- Gunawan, R., & Anwar, A. (2012). Kecemasan Body Image Pada Perempuan Dewasa Tengah Yang Melakukan Bedah Plastik Estetik. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 10(02), 59.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Managemem*, 17(2), 95–105.
- Inrawan, A., Silitonga, H. P., Halim, F., Lie, D., Sofiyan, & Siregar, R. T. (2022). *Manajemen Kewirausahaan Kontemporer (Issue 0)*.
- Israeni. (2018). Aspek Pasar dan Pemasaran. *Academia.Edu*, 90500120045, 1–13. https://www.academia.edu/12712352/ASPEK_PASAR_DAN_PEMASARAN
- Istiqomah, & Irsad, A. (2017). Publicly Funded Research and Innovation in the P. R. China and the Outlook for International Cooperation. *Lecture Notes in Mobility*, 5(2), 55–104. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68198-6_3
- Khalisah. (2022). Penggunaan Kutek Berlabel Halal (Nail Art) Saat Shalat Menurut Perspektif Islam. 1(1), 120.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In Pearson.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 284–294.
- Mustafa, I. Y., & Khalim, A. (2023). Analisis Differensiasi Produk Kuliner Lokal Dalam Mendukung Wisata Kota Cirebon. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(3), 573. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/2747>
- Nurhayati, N., & Restiani, A. D. (2019). Peranan Net Present Value (Npv) Dan Internal Rate of Return (Irr) Dalam Keputusan Investasi Mesin. *Jurnal Investasi*, 5(1), 12–23.
- Nurholiq, A., Saryono, O., & Setiawan, I. (2019). Analisis Pengendalian Kualitas (Quality Control) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonologi*, 6(2), 393–399. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/download/2983/2644>
- Nurmalasari, R. M. (2013). Service quality. *Handbook of Total Quality Management*, 2(1), 246–259. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-5281-9_11

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rodiananda, B. Y. (2024). Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian. *RITMIK (Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi)*, 6(2), 172.
- Sari, N. D. Ya., Hatika, L. D., & Septiarly, Y. L. (2023). Hubungan Social Comparison dengan Kecenderungan Menggunakan Eyelash Extension Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi MANDALA*, 7(1), 59.
- Sri Aderafika Sani, & Nuri Aslami. (2022). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18–26. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.5>
- Ummah, M. C., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Home Service, Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Millennial di Meme BeautyCare. *Cakrawala Ilmiah*, 20(1), 3070.
- Watung, V. A., Wenas, R. S., & Kawet, R. C. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Alfamart Cabang Motoling Minsel. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 82. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39400>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66. Witjaksono, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*.
- Yosiana, A., & Rahmiati. (2021). Kelayakan Hasil Pembuatan Kuteks dengan Bahan Dasar Kesumba Keling (Bixa Orellana) Sebagai Pewarna Alami. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9846–9852.
- Zainuri. (2021). *Ekonomi Teknik*. CV. Jasa Surya.