

---

---

## RENCANA BISNIS JASA MAKLON KOSMETIK PT ASIA CHEMIE INDONUSA

Surya Ardi

Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara  
suryaardi888@gmail.com

Carunia Mulya Firdausy

Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara

*Masuk : 28-12-2020 , revisi : 24-04-2021 , diterima untuk diterbitkan : 30-04-2021*

---

**Abstract:** PT Asia Chemie Indonusa plans to build a cosmetic factory with Original Equipment Manufacturer (OEM) service as the main business. The company does not have a business plan. The study aims to make a business plan for cosmetic OEM service for PT Asia Chemie Indonusa. The business plan is needed so that this company can run, survive and gain market share in the competitive cosmetic OEM services business so that it can provide good profit and competitive advantages. Qualitative and quantitative analyzes are used in analyzing this business plan. Qualitative analysis tools such as industry analysis (Porter's five strengths), marketing mix, segmentation, targeting, positioning, and SWOT. Quantitative analysis tools such as projected income statements, Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Internal Rate of Return (IRR), and Profitability Index (PI). When viewed from a financial perspective, with an investment of IDR 3,000,000,000, the NPV value is IDR 15,613,709,317 (NPV > 0), PI is 6.2 (PI > 1), IRR is 74.8%, and PP is IDR 2.4 years, the study showed that the cosmetic OEM services business project of PT Asia Chemie Indonusa is a feasible investment project. Before building a business, an entrepreneur is advised to make a business plan in advance to find out, analyze and measure whether the business is feasible or not.

**Keywords:** Business Plan, Cosmetics Manufacture, Original Equipment Manufacturer (OEM), Business Strategy

**Abstrak:** PT Asia Chemie Indonusa berencana untuk membangun bisnis pabrik penyedia jasa maklon kosmetik, namun perusahaan ini belum mempunyai rencana bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk membuat rencana bisnis jasa maklon kosmetik PT Asia Chemie Indonusa. Rencana bisnis ini diperlukan agar perusahaan ini dapat berjalan, bertahan serta mendapatkan pangsa pasar dalam persaingan bisnis jasa maklon kosmetik sehingga dapat memberikan keuntungan yang baik dan berdaya saing. Analisis kualitatif dan kuantitatif digunakan dalam menganalisis rencana bisnis ini. Alat analisis kualitatif seperti analisis industri (lima kekuatan Porter), bauran pemasaran, segmentasi, penargetan, *positioning*, dan SWOT. Alat analisis kuantitatif seperti proyeksi laporan laba rugi, *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Profitability Index (PI)*. Bila dilihat dari sisi keuangan, dengan investasi sebesar Rp 3.000.000.000,- maka nilai NPV senilai Rp 15,613,709,317,- (NPV > 0), PI senilai 6,2 (PI > 1), IRR senilai 74,8%, dan PP senilai 2,4 tahun, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa proyek bisnis jasa maklon kosmetik PT Asia Chemie Indonusa layak untuk dijalankan. Sebelum membangun bisnis, seorang pengusaha disarankan untuk membuat rencana bisnis terlebih dahulu untuk mengetahui, menganalisis dan mengukur apakah bisnis tersebut layak dijalankan atau tidak.

**Kata Kunci:** Rencana Bisnis, Pembuatan Kosmetik, Jasa Maklon, Strategi Bisnis

## PENDAHULUAN

Pasar industri kecantikan di Indonesia merupakan pasar ketiga terbesar di Asia. Industri kecantikan dan perawatan pribadi di Indonesia bertumbuh rata-rata 12% dalam 10 tahun terakhir dengan nilai pasar mencapai sebesar 33 triliun rupiah di tahun 2016 (Pramita, 2017). Pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia yang selalu meningkat tersebut berbanding lurus dengan semakin banyaknya muncul merek-merek dan berbagai jenis kosmetik yang baru. Hal ini dijadikan peluang yang ditangkap oleh PT Asia Chemie Indonusa dalam hal penyediaan jasa maklon kosmetik. Namun dalam upaya membangun bisnis pabrik penyedia jasa maklon kosmetik yang memproduksi kosmetik tersebut, PT Asia Chemie Indonusa belum mempunyai rencana bisnis untuk mengarahkan jalannya strategi dan kegiatan perusahaan serta rencana bisnis ini perlu dibuat guna untuk mencari investor agar berinvestasi di PT Asia Chemie Indonusa untuk pengadaan modal awal dan operasional dimana membangun pabrik penyedia jasa maklon kosmetik memerlukan modal yang cukup besar.

Rencana bisnis adalah ekspresi tertulis formal dari visi kewirausahaan, yang menjelaskan strategi dan operasi usaha yang akan dijalankan (Dollinger, 2003, p. 127). Menurut Nunn dan McGuire (2010), rencana bisnis adalah produk dari pemikiran strategis atau proses perencanaan. Nunn dan McGuire (2010) berpendapat rencana bisnis meliputi *title page, table of content, executive summary, business description, management, market and business analysis, business and market development, marketing and sales, financial data, application of funds and appendix*. Dengan berbagai referensi tersebut, penelitian ini ditujukan untuk membuat rencana bisnis pada industri manufaktur yaitu bisnis jasa maklon kosmetik PT Asia Chemie Indonusa yang disesuaikan dengan kondisi pasar di negara Indonesia.

### Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat rencana bisnis jasa maklon kosmetik PT Asia Chemie Indonusa yang berlokasi di Jl. Daan Mogot Batu Ceper Tangerang.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan suatu rancangan penelitian deskriptif dengan metode observasi dan studi kepustakaan. Pengolahan dan analisis data rencana bisnis yang akan dibuat menggunakan analisis industri (*Porter's Five Forces Analysis*), SWOT, *marketing mix, Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)* dan analisa keuangan untuk pengujian kelayakan bisnis yang diolah dengan *Microsoft Excel 2019*.

## VISI DAN MISI

Visi PT Asia Chemie Indonusa adalah menjadikan perusahaan yang terpercaya dalam menyediakan produk kosmetika yang aman dan berkualitas tinggi untuk konsumen. Misi PT Asia Chemie Indonusa adalah memberikan pelayanan yang berkualitas kepada seluruh pelanggan, menjaga kualitas dan kuantitas produk kesehatan dan kecantikan kulit sehingga kepercayaan pelanggan tetap terjaga dan menghasilkan produk yang aman dan bermutu sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku.

## ANALISIS USAHA

### *Porter's Five Forces Analysis*

Analisis Porter ini terdiri dari 5 (lima) elemen yaitu *rivalry among existing, bargaining power of supplier, bargaining power of customer, threat of new entrants, dan threat of substitutes product or service* (David, 2010).

### *Rivalry among Existing (Middle)*

Di Indonesia sudah terdapat banyak pabrik kosmetik yang menyediakan jasa maklon kosmetik. Namun hal tersebut masih belum bisa menyerap banyak pasar yang tersedia, melihat realita banyak orang maupun perusahaan yang sangat berminat untuk berbisnis kosmetik menggunakan merek dagang mereka sendiri karena pasar Indonesia sangat besar terhadap

kecantikan dan menjadi salah satu industri yang selalu meningkat, sehingga bisa dibilang persaingan antar industri untuk jasa maklon kosmetik adalah sedang.

***Bargaining Power of Supplier (High)***

Daya tawar supplier bisa dibilang tinggi, karena satu *item* yang dimiliki oleh supplier bahan baku kosmetik tersebut biasanya sulit ditemukan di supplier bahan baku yang lain. Terutama terkait bibit parfum, zat aktif dan bahan-bahan lain yang masih jarang digunakan atau bahan yang sudah dikontrak khusus dengan supplier bahan baku dan prinsipnya.

***Bargaining Power of Customer (Low)***

Daya tawar *customer* rendah, karena jasa maklon kosmetik bersifat unik karena formula yang dibuat belum tentu bisa diduplikasi oleh pabrik lain.

***Threat of new Entrants (Low)***

*Barriers of entries* untuk jenis jasa maklon kosmetik tinggi, karena banyak regulasi serta peraturan yang harus dipenuhi yang sesuai standar untuk mendirikan pabrik dan *high cost*.

***Threat of Substitutes Product or Service (Low)***

Ancaman barang substitusi tergolong rendah karena sampai saat ini industri kecantikan untuk jasa maklon kosmetik sulit digantikan. Dikarenakan hanya pabrik resmi yang teregistrasi oleh BPOM yang hanya bisa membuat produk tersebut legal untuk diperjualkan belikan secara bebas di masyarakat serta aman untuk penjual maupun *customer*.

**SWOT Analisis**

Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek, baik yang sedang berlangsung maupun dalam perencanaan baru, dimana kekuatan dan kelemahan dipengaruhi faktor internal sedangkan peluang dan ancaman dipengaruhi oleh faktor eksternal di luar kontrol perusahaan tersebut (Rangkuti, 2006).

a. *Strengths*:

1. Menyediakan jasa maklon yang dapat membuat legalitas BPOM.
2. *Minimum Order Quantity* yang tergolong kecil (500 pcs per *item*).
3. Sistem pembayaran konsumen adalah *cash* sehingga tidak mengganggu *cash flow* perusahaan.

b. *Weaknesses*:

1. Mesin masih menggunakan semi otomatis sehingga tenaga manusia masih sangat dibutuhkan.
2. Ketergantungan terhadap supplier bahan baku tinggi.
3. Bergantung pada kinerja SDM, apabila tidak efektif dan efisien akan memunculkan *lead time* yang lama.

c. *Opportunities*:

1. Semakin ketatnya prosedur impor kosmetik membuat orang berpikir untuk memproduksi kosmetik di dalam negeri.
2. Kesadaran masyarakat akan kecantikan dan melirik kosmetik sebagai kebutuhan sehari-hari meningkat dan bukan hanya dari *gender* wanita tetapi juga pria.
3. Semakin banyaknya masyarakat teredukasi untuk memilih kosmetik yang aman, sehat dan teregistrasi BPOM.

d. *Threats*:

1. Peraturan pemerintah dan BPOM yang sering berubah-ubah.
2. Pemalsuan produk dengan izin edar yang dikeluarkan PT Asia Chemie Indonusa.
3. Konsumen tidak sukses dalam menjalankan bisnis kosmetiknya.

**Marketing Mix**

*Marketing mix* terdiri dari 4P (*Product, Place, Price* dan *Promotion*) (Widoatmodjo, 2016). Produk PT Asia Chemie Indonusa berupa jasa pembuatan kosmetik dari sisi perizinan sampai barang jadi siap dijual yang disesuaikan dengan spesifikasi yang diinginkan oleh

konsumen. Tempat yang akan dijadikan sarana untuk mencapai target pasar adalah melalui media sosial dan internet (*google ads*). Di era sekarang sangat banyak pengguna media sosial seperti Instagram dan Facebook dan orang mencari informasi di era digitalisasi ini dengan menggunakan internet. Faktor strategi penentuan harga ditentukan dari harga pokok penjualan, kerumitan dalam pembuatan, tenaga kerja yang digunakan serta biaya tidak langsung yang mempengaruhi seperti biaya peralatan, mesin, sewa dan lain sebagainya yang terlibat serta margin keuntungan yang ingin didapat. Di sini PT Asia Chemie Indonusa menetapkan *gross margin* 65%. Kegiatan promosi dilakukan dengan media social, karena selain biaya lebih rendah juga lebih efektif dan terarah ke target pasar yang dituju, media yang digunakan dapat berupa Instagram, *website*, Facebook dan Youtube serta memproduksi produk dengan kualitas yang bagus dan menjaga mutu produk yang dihasilkan juga merupakan langkah *promotion*.

**Segmenting, Targeting dan Positioning (STP)**

Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai usaha untuk membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin akan memerlukan produk-produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkaunya (Kotler & Armstrong, 2001). Segmen yang dipilih masyarakat yang berminat dengan kosmetik dan ingin memulai usaha kosmetik dengan merek dagangnya sendiri baik dengan modal yang tidak terlalu besar maupun dengan modal yang besar, dengan bantuan *digital marketing*.

Definisi *targeting* adalah kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan (Wijaya & Sirine, 2016). Target PT Asia Chemie Indonusa adalah kalangan menengah dan menengah ke atas dengan rentang usia 21-35 tahun baik pria dan wanita yang bertempat tinggal di kota-kota besar dan potensial bisnis kecantikan di Indonesia.

Penempatan produk (*positioning*) mencakup kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran yang terperinci (Wijaya & Sirine, 2016). PT Asia Chemie Indonusa menempatkan diri dan dikenal sebagai salah satu penyedia jasa maklon kosmetik dengan *quantity* yang tidak terlalu memberatkan konsumen (500 *pcs/item*), sehingga dana konsumen yang lainnya dapat dialihkan untuk bagian *marketing*, kualitas produk yang baik dan berdaya saing serta cepat dalam pengurusan perizinan serta produksi barang jadi sampai pengiriman ke konsumen.

**Lokasi dan Bangunan**

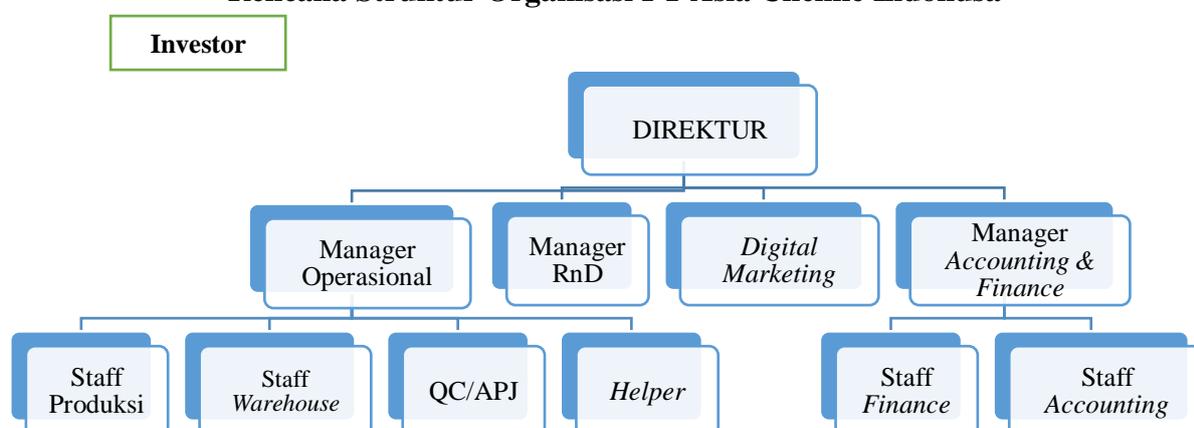
Pendirian PT Asia Chemie Indonusa akan dilakukan di kawasan industri untuk memudahkan mendapatkan perizinan yang terletak di Jl. Daan Mogot Batu Ceper Tangerang.

**Rencana Manajemen**

Berikut rencana manajemen PT Asia Chemie Indonusa:

**Gambar 1**

**Rencana Struktur Organisasi PT Asia Chemie Indonusa**



## Rencana Keuangan

Investasi dana awal yang dibutuhkan Rp 3.000.000.000,-. Sumber pendanaan yang akan digunakan adalah 100% berasal dari investor dengan kepemilikan perusahaan dimana investor menguasai 70% sedangkan manajemen PT Asia Chemie Indonusa menguasai 30%. Rencana keuangan akan terkait dengan analisis kelayakan bisnis sehingga digunakan perhitungan perhitungan NPV (*Net Present Value*), *payback period*, *internal rate of return* dan *profitability index*. Berdasarkan perhitungan, nilai NPV adalah Rp 15.613.709.317,- pada tahun kelima ( $NPV > 0$ ), *payback period* 2,4 tahun yang berarti jumlah uang investasi dari investor akan dapat 117embali pada rentang waktu tersebut, IRR 74,8% ( $IRR > \text{tingkat suku bunga } 10\%$ ) dan PI 6,2 ( $PI > 1$ ). Berdasarkan analisis tersebut, bisnis ini layak untuk dijalankan.

**Tabel 1**  
**Rencana Keuangan PT Asia Chemie Indonusa**

Deskripsi	2021	2022	2023	2024	2025
Penjualan	1.137.500.000	3.724.500.000	9.555.000.000	16.107.000.000	22.659.000.000
HPP (35%)	398.125.000	1.303.575.000	3.344.250.000	5.637.450.000	7.930.650.000
Penjualan Kotor	739.375.000	2.420.925.000	6.210.750.000	10.469.550.000	14.728.350.000
	2021	2022	2023	2024	2025
Biaya Operasional					
Biaya Sewa	250.000.000	275.000.000	302.500.000	332.750.000	366.025.000
Biaya Gaji	385.000.000	726.000.000	798.600.000	878.460.000	966.306.000
Biaya Upah	46.800.000	102.960.000	113.256.000	124.581.600	137.039.760
Biaya Administrasi	12.000.000	26.400.000	29.040.000	31.944.000	35.138.400
Biaya Listrik, Telfon dan Air	60.000.000	66.000.000	72.600.000	79.860.000	87.846.000
Biaya Pemasaran	12.000.000	13.200.000	14.520.000	15.972.000	17.569.200
Biaya Lain-lain	24.000.000	26.400.000	29.040.000	31.944.000	35.138.400
Biaya Depresiasi	79.565.000	159.130.000	159.130.000	159.130.000	159.130.000
Total Biaya Operasional	869.365.000	1.395.090.000	1.518.686.000	1.654.641.600	1.804.282.760
Laba (Rugi) Sebelum Pajak	(129.990.000)	1.025.835.000	4.692.064.000	8.814.908.400	12.924.067.240
Pajak		(18.622.500)	(47.775.000)	(80.535.000)	(113.295.000)
<b>Laba (Rugi) Bersih</b>	(129.990.000)	1.007.212.500	4.644.289.000	8.734.373.400	12.810.772.240

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2020)

## HASIL DAN KESIMPULAN

PT Asia Chemie Indonusa memiliki prospek yang baik dan layak dijalankan. Hal tersebut berdasarkan pertimbangan analisis kelayakan bisnis, yaitu *Net Present Value*, *Payback Period*, *Internal Rate of Return*, dan *Profitability Index* yang menyimpulkan bahwa rencana bisnis jasa maklon kosmetik PT Asia Chemie Indonusa memenuhi kriteria bisnis yang layak sehingga estimasi keberhasilan dari proyek ini adalah 85%. Selain itu, belum banyak pabrik kosmetik yang melirik segmen dengan MOQ kecil, pertumbuhan industri kosmetik terus meningkat dan analisis industri dikategorikan baik dan dapat diterima/layak untuk dijalankan seperti kompetisi di dalam industri menengah, ancaman dari pendatang rendah, daya tawar supplier tinggi, daya tawar konsumen rendah, ancaman produk/jasa substitusi rendah, pangsa pasar tidak hanya dalam negeri tetapi juga luar negeri asal didukung dengan perizinan yang lengkap dan 15% (sisanya) adalah resiko gagal yang diluar kontrol. Bagi pengusaha, disarankan sebelum memulai bisnis baru alangkah baiknya membuat rencana bisnis terlebih dahulu untuk mengetahui, menganalisis dan mengukur apakah bisnis tersebut layak dijalankan atau tidak.

## DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2010). *Strategic management: Concepts and cases* (13th ed.). Prentice Hall.
- Dollinger, M. J. (2003). *Entrepreneurship: Strategies and resources* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Nunn, L., & McGuire, B. (2010). The importance of a good business plan. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 8(2), 95–106. <https://doi.org/10.19030/jber.v8i2.677>
- Pramita, E. (2017). *Industri kecantikan di Indonesia alami pertumbuhan pesat*. MajalahKartini.co.id. <https://majalahkartini.co.id/berita/industri-kecantikan-di-indonesia-alami-pertumbuhan-pesat/>
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis - Reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21* (14th ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Widoatmodjo, S. (2016). *New business model in digital age*. Elex Media Komputindo.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi segmenting, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan kecap Blekok di Cilacap. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, 1(3), 175–190. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>