

DISTRIBUTOR PRODUK DRW *SKINCARE* DI TANAH GROGOT

RINGKASAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Neno Pratiwi

212031175

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2024

TUGAS AKHIR

DISTRIBUTOR PRODUK DRW *SKINCARE* DI TANAH GROGOT

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NENO PRATIWI

Nomor Induk Mahasiswa: 212031175

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 30 Mei 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing


Daniel J.I. Katripan, S.AB., M.B.A.

Penguji

Prof. Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, Ph.D., M.Si.

Yogyakarta, 30 Mei 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Pembangunan ekonomi di suatu negara tidak lepas dari peran para wirausaha. Pelatihan kewirausahaan di perguruan tinggi dapat menjadi salah satu cara untuk memperoleh pemahaman yang praktis dan terapan tentang cara memulai dan menjalankan bisnis. Proyek kewirausahaan yang akan dilakukan adalah usaha di bidang distribusi barang. Dengan memanfaatkan peluang industri *skincare* yang berkembang pesat, penulis tertarik untuk menjadi distributor produk kecantikan yaitu DRW *Skincare*. Selama proyek kewirausahaan ini berlangsung, banyak hal yang dapat dipelajari untuk menjalankan suatu usaha, seperti bagaimana menciptakan produk dan membuat inovasi, mengelola keuangan, sumber daya manusia, dan manajemen operasi. Dari proyek kewirausahaan sebagai distributor DRW *Skincare* ini, dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak untuk dilanjutkan karena terdapat peluang yang cukup besar saat ini dengan peningkatan kesadaran akan pentingnya kesehatan dan kecantikan dan tingginya permintaan yang didasari oleh pentingnya perawatan kulit di kalangan masyarakat.

Kata kunci: *Skincare*, Proyek Kewirausahaan, Manajemen Inovasi Produk *Skincare*, Kreativitas dan Inovasi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

Economic development in a country is not without the role of entrepreneurs. College entrepreneurship training can be one way to gain a practical and applied understanding of how to start and run a business. The entrepreneurial project will be done in the field of the distribution of goods. Taking advantage of skincare's industrial opportunities to expand, the author became interested in becoming the distributor of cosmetic products DRW skincare. During this entrepreneurial project, much can be learned about running a business, such as creating products and creating innovation, managing financial, and human resources, and operating management. From this entrepreneurial project to be a distributor of DRW skincare, it can be concluded that it is a viable business to continue because there are substantial opportunities today with increased awareness of the importance of health and beauty and high demand based on the importance of skin care in society.

Keywords: *skincare, entrepreneurship project, skincare product innovation management, creativity and innovation.*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pembangunan ekonomi di suatu negara tidak lepas dari peran para wirausaha. Di sebuah negara dengan tingkat pendidikan yang tinggi dan akses yang baik terhadap pelatihan kewirausahaan, munculnya proyek-proyek kewirausahaan menjadi semakin umum dan beragam. Dengan adanya persiapan dan kesiapan yang lebih mendalam tentang bidang manajemen, teknologi, dan pemasaran menjadi sebuah pondasi yang kuat bagi individu untuk memulai dan mengelola proyek kewirausahaan. Proyek kewirausahaan yang akan dilakukan adalah usaha di bidang distribusi barang. Distributor bertindak sebagai perantara yang membantu mengedarkan produk-produk kecantikan dari produsen ke tempat-tempat penjualan seperti pengecer atau konsumen akhir. Dalam proyek kewirausahaan ini, penulis tertarik pada distribusi produk kecantikan.



Sumber: Kompas.id

Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Pasar Industri Kecantikan

Berdasarkan data di atas, produk kecantikan berkembang pesat dari tahun ke tahun. Produk-produk kecantikan dianggap sebagai gaya hidup yang wajar untuk dikonsumsi saat ini. Kesadaran akan pentingnya perawatan kulit telah

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

meningkat secara signifikan. Semakin banyak orang yang menyadari bahwa menjaga kesehatan dan penampilan kulit bukan hanya tentang penampilan fisik, tetapi juga tentang kesejahteraan secara keseluruhan.

Di tengah permintaan permintaan yang terus meningkat ini, terdapat peluang besar bagi para pengusaha untuk memasuki pasar *skincare*. Namun, untuk berhasil bersaing dalam industri yang kompetitif ini, penting bagi para pelaku bisnis untuk menghadirkan produk-produk yang inovatif, berkualitas tinggi, dan sesuai kebutuhan pasar. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh para pelaku bisnis kecantikan untuk tetap bersaing di pasar yang kompetitif yaitu dengan membuat program distributor, *reseller* ataupun *dropshipper*. Hal tersebut melatarbelakangi penulis untuk menjadi distributor produk kecantikan. Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberikan hak wewenang wilayah atau daerah tertentu dari produsen. Distributor produk kecantikan bertanggung jawab untuk mengedarkan produk-produk kecantikan dari produsen ke tempat-tempat penjualan seperti toko, salon, spa, ataupun konsumen individu. Produk kecantikan yang akan diedarkan merupakan produk kecantikan dari brand DRW *Skincare*. Dalam menjalankan proyek kewirausahaan sebagai distributor *skincare* memiliki tantangan dan peluang yang harus dihadapi. Tantangan yang dihadapi oleh distributor *skincare* meliputi persaingan pasar yang ketat, di mana banyak merek bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang dirumuskan dalam proyek kewirausahaan ini antara lain adalah bagaimana menciptakan strategi pemasaran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang tepat untuk memperkenalkan produk DRW *skincare* kepada konsumen, bagaimana mengelola rantai pasokan produk *skincare* DRW secara efisien untuk meminimalkan keterlambatan dan kekurangan stok, dan bagaimana mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang dalam industri *skincare*?

Tujuan Proyek Kewirausahaan

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan proyek kewirausahaan yaitu; 1) Mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kesadaran merek dan memperluas pangsa pasar. 2) Mengelola rantai pasokan dengan baik untuk meminimalkan risiko keterlambatan dan kekurangan stok, sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen dengan tepat waktu. 3) Mengidentifikasi tren dan kebutuhan pasar yang berkembang dalam industri *skincare* dan mengadaptasi strategi bisnis sesuai dengan perubahan tersebut.

Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Proyek kewirausahaan ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana mengidentifikasi peluang pasar *skincare* yang dinamis dan beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan konsumen. Pemilik bisnis distributor *skincare* dapat mengambil inspirasi dari pendekatan yang digunakan dalam proyek ini untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam memasarkan produk-produk mereka. Proyek kewirausahaan ini dapat menjadi landasan bagi pengembangan dan perancangan praktik kewirausahaan mendatang.

PEMBAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

Produk

Pasar Produk *Skincare*

Pasar dalam arti sempit adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dalam melakukan transaksi ekonomi. Dalam arti luas pasar adalah proses transaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) tanpa harus bertemu langsung. Pasar merupakan salah satu dari berbagai macam sistem, institusi, prosedur, dan hubungan sosial serta infrastruktur di mana terdapat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan adanya imbalan berupa uang (Noor, 2021). Pasar mengalami segmentasi untuk mengidentifikasi target pasar yang sesuai, yang kemudian menjadi titik fokus pemasaran perusahaan/bisnis. Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda. Menurut Marissa, et. al., (2022) segmentasi pasar dapat dilakukan dengan dua cara yaitu berdasarkan karakteristik konsumen dan berdasarkan respon konsumen. Segmentasi berdasarkan karakteristik konsumen terdiri atas segmentasi geografis, segmentasi demografi dan segmentasi psikografikan. Sedangkan segmentasi berdasarkan respon konsumen terdiri atas segmentasi manfaat, saat pemakaian dan brand. Segmentasi pasar berdasarkan karakteristik konsumen yaitu: segmentasi geografis yang dilakukan dengan mengelompokkan konsumen menjadi bagian pasar menurut skala wilayah atau letak geografis; (2) segmentasi demografis dengan membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variable demografis seperti usia, pekerjaan, penghasilan, jenis kelamin, dll; (3) segmentasi psikografis dengan mengelompokkan konsumen menjadi bagian pasar menurut variable-variabel pola atau gaya hidup (*life style*) dan kepribadian (*personality*); (4) Segmentasi perilaku dikhususkan untuk individu yang sudah memiliki kebiasaan menggunakan produk perawatan kulit setiap hari (rutin).. Pemilihan segmentasi pasar dengan tepat sangat penting bagi wirausaha karena bisa meningkatkan efektivitas pemasaran, mengurangi risiko, dan membangun keunggulan bersaing.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Produk DRW *Skincare*

Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Produk merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk, perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Inovasi dan kualitas produk adalah kunci untuk memenangkan persaingan dan menciptakan keunggulan kompetitif. Inovasi mendukung ketertarikan dan loyalitas pelanggan, sementara kualitas memastikan kepuasan mereka. Produk yang inovatif memberikan variasi kepada konsumen dan memungkinkan mereka menemukan preferensi yang sesuai. Dengan kombinasi inovasi dan kualitas perusahaan/bisnis dapat menciptakan produk unggul yang dicari konsumen.

Analisis Peluang dan Ancaman

Peluang yang ada dalam menjadi distributor produk DRW *Skincare*, antara lain; 1) Memperluas jaringan distribusi ke area yang belum terjangkau yang bisa membuka peluang baru untuk pertumbuhan penjualan; 2) Mengembangkan kemitraan dengan bisnis lain seperti spa atau salon; 3) Memanfaatkan platform media sosial untuk meningkatkan aksesibilitas produk DRW *Skincare* sehingga bisa membuka pasar yang lebih luas. Sedangkan Ancaman yang ada dalam menjadi distributor produk DRW *Skincare* antara lain; 1) Persaingan dari distributor lain yang menawarkan produk kecantikan serupa yang bisa mengurangi pangsa pasar. Contoh kompetitor DRW *Skincare* yaitu MS Glow dan Bening's *Skincare*; 2) Perubahan tren kecantikan dan preferensi konsumen dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk DRW *Skincare*; 3)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Risiko produk palsu yang dapat merusak reputasi merek dan membingungkan konsumen.

Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan yang ada dalam menjadi distributor produk DRW *Skincare*, antara lain: 1) Memiliki pemahaman yang mendalam tentang produk DRW *Skincare*; 2) Memiliki kualitas produk dan layanan yang baik; 3) Memiliki koneksi yang kuat dengan produsen DRW *Skincare*. Sedangkan kelemahan yang ada dalam menjadi distributor produk DRW *Skincare*, antara lain; 1) Risiko persediaan seperti kerusakan produk atau kadaluwarsa; 2) Keterbatasan stok atau masalah pasokan dari produsen DRW *Skincare* yang bisa menghambat kemampuan distributor untuk memenuhi permintaan konsumen; 3) Memiliki kesulitan dalam memasarkan produk.

METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMENUSAHA

Eksplorasi Kreativitas

Eksplorasi kreativitas yang dilakukan sebagai distributor DRW *Skincare* yaitu memperluas pengetahuan dengan belajar tentang industri perawatan kulit, tren terbaru, dan perkembangan ilmu pengetahuan kesehatan kulit terkini. Selain itu cara yang dapat dilakukan dengan menghadiri seminar, webinar, dan konferensi yang berkaitan dengan industri *skincare* untuk mendapatkan wawasan baru. Eksplorasi kreativitas yang dilakukan dalam proyek kewirausahaan sebagai distributor produk DRW *Skincare* yaitu ikut berpartisipasi dalam pameran dan *event* industri kecantikan; mengadakan penawaran khusus seperti diskon atau penawaran bundel yang bisa mendorong pembelian dan meningkatkan loyalitas pelanggan, mengadakan acara atau *workshop* perawatan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kulit untuk mengedukasi pelanggan tentang produk sambil membangun hubungan dengan pelanggan secara langsung.

Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu usaha untuk melakukan suatu perubahan agar bisnis selalu berkembang yang dilakukan terhadap konsumen sasaran untuk pemenuhan dan pemuasan kebutuhan terhadap produk ataupun layanan. Menurut Sholikah, et. al., (2021) Manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang dimulai dari proses perencanaan, pengarahan, dan pengendalian produk atau jasa, penetapan harga, distribusi dan promosinya dengan tujuan membantu organisasi dalam mencapai sasarnya.

Dalam praktiknya sebagai distributor DRW *Skincare*, manajemen pemasaran menggunakan konsep 4P, yaitu:

1. Product

Penerapan dalam praktik kewirausahaan sebagai berikut; 1) Menawarkan berbagai produk seperti pembersih wajah, toner, serum, perlindungan matahari yang dirancang untuk berbagai jenis kulit; 2) Menyediakan informasi yang jelas dan lengkap tentang kandungan produk, cara penggunaan, manfaat, dan efek samping.

2. Price

Penerapan dalam praktik kewirausahaan sebagai berikut; 1) Menetapkan harga yang bersaing dan menguntungkan yang mencerminkan nilai produk dan posisi merek "DRW *Skincare*" di pasar; 2) Memperhitungkan biaya produksi, distribusi, dan pemasaran serta keuntungan yang diinginkan dalam menentukan harga produk; 3) Menawarkan diskon, promosi, atau paket bundel untuk meningkatkan daya tarik harga dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

meningkatkan penjualan.

3. *Place*

Penerapan dalam praktik kewirausahaan sebagai berikut; 1) Menentukan saluran distribusi yang efisien dan efektif untuk menjangkau target pasar dengan lebih luas; 2) Mendistribusikan produk "DRW *Skincare*" melalui toko online, situs web resmi, outlet ritel, atau mitra penjualan lainnya yang sesuai dengan kebutuhan konsumen; 3) Memastikan ketersediaan produk yang memadai di berbagai titik penjualan dan memperhatikan lokasi strategis untuk meningkatkan aksesibilitas produk.

4. *Promotion*

Penerapan dalam praktik kewirausahaan sebagai berikut; 1) Mengembangkan strategi promosi yang kreatif dan terarah dengan melibatkan penggunaan kampanye "*Beauty Transformation*"; 2) Menggunakan berbagai saluran promosi seperti iklan digital, media sosial, *endorsement* oleh *influencer* perawatan kulit, dan kampanye konten yang relevan dan menarik; 3) Mengadakan acara promosi, diskusi panel, atau sesi demo produk untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka.

Manajemen Operasi

Menurut Iswanto & Akbar (2021), manajemen operasi yaitu rangkaian aktifitas yang menghasilkan nilai produk berbentuk barang atau jasa, caranya dengan merubah input menjadi output. Dalam proyek kewirausahaan sebagai distributor produk kecantikan DRW *Skincare* penerapan manajemen operasi sangat penting untuk memastikan efisiensi dan keberhasilan bisnis. Adapun beberapa hal yang dilakukan, antara lain mengelola persediaan, memastikan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

produk sesuai dengan standar yang ditetapkan, mengoptimalkan proses distribusi produk *skincare* dari pabrik atau produsen ke pelanggan akhir, membangun sistem layanan pelanggan yang responsif dan efektif untuk menangani pertanyaan, masalah, dan keluhan konsumen terkait produk *skincare* DRW, memantau umpan balik pelanggan dan menggunakan informasi tersebut untuk meningkatkan layanan dan produk, mengoptimalkan penggunaan sumber daya seperti tenaga kerja, fasilitas, dan peralatan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, menggunakan teknologi dan otomatisasi untuk mempercepat proses operasional dan mengurangi kesalahan manusia.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan, pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai berbagai tujuan individu, organisasi, dan masyarakat (Syarif, 2022). Sumber daya manusia sebagai tenaga kerja yang beroperasi pada distributor produk DRW *skincare* dilakukan secara individu oleh pemilik usaha dan memiliki jam kerja yang fleksibel. Kegiatan manajemen sumber daya yang dilakukan berupa menetapkan tujuan strategis bisnis baik itu jangka pendek maupun jangka panjang, membuat jadwal yang efisien, membuat dan mengukur kinerja bisnis.

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan kegiatan keseluruhan yang kaitannya dengan upaya untuk mendapatkan, menggunakan dan mengelola dana untuk memaksimalkan nilai efisiensi operasi yang dijalankan oleh perusahaan (Jaya, et. al., 2023). Manajemen keuangan yang dilakukan sebagai distributor produk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DRW *skincare* yaitu memiliki pencatatan keuangan dengan mencatat modal awal, keuntungan, dan pengeluaran yang terjadi selama usaha berlangsung (membuat laporan keuangan sederhana secara manual).

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan adalah upaya-upaya yang dilakukan untuk mengelola akibat-akibat yang ditimbulkan karena adanya perubahan dalam organisasi (Marlapa, 2021). Ada beberapa tahap dalam manajemen perubahan antara lain, 1) tahap identifikasi perubahan; 2) tahap perencanaan perubahan; 3) tahap implementasi perubahan; 4) tahap evaluasi dan umpan balik. Menurut Dede, et. al., (2024). Manajemen perubahan dan inovasi yang dilakukan sebagai distributor produk DRW *skincare* yaitu dengan melakukan analisis tren pasar produk *skincare* terbaru seperti tren produk multifungsi yang bisa mengatasi beberapa masalah kulit, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Proses bisnis DRW *Skincare* yang kita jalankan dapat di gambarkan ke dalam skema bagan berikut ini:

DRW *Skincare* pusat → Distributor → Agen → Reseller → End User

Keterangan:

1. DRW *Skincare* pusat memproduksi barang (*skincare*) yang akan di salurkan melalui klinik, beauty center dan mitra bisnisnya yaitu para distributor, agen dan reseller.
2. Distributor. Sebagai distributor memiliki kewajiban untuk membeli produk DRW *Skincare* langsung ke pusat melalui aplikasi pembelian yang telah di sediakan lalu kami akan menyalurkannya Kembali kepada para mitra

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

(agen, reseller) dan konsumen (end user).

Hak-hak yang didapatkan sebagai distributor DRW *Skincare*, yaitu; 1) Mendapatkan harga grosir atau diskon dari produsen (DRW *Skincare* pusat); 2) Mendapatkan informasi produk yang lengkap dan akurat, seperti bahan, manfaat, cara penggunaan, dan sertifikat produk; 3) Mendapatkan materi pemasaran, promosi, dan pelatihan dari DRW *Skincare* pusat untuk membantu dalam menjual produk; 4) Memiliki hak eksklusif untuk mendistribusikan produk di wilayah tertentu, dalam hal ini penulis diberikan hak untuk mendistribusikan produk di wilayah Tanah Grogot, Kalimantan Timur; 5) Mendapatkan hak untuk mengembalikan produk yang cacat atau rusak sesuai dengan kebijakan yang telah disepakati oleh DRW *Skincare* pusat. Sedangkan Kewajiban yang dilakukan sebagai distributor DRW *Skincare*, yaitu; 1) Mematuhi kontrak yang telah disepakati dengan DRW *Skincare* pusat, seperti target penjualan minimal Rp2.000.000 per bulan dan mendistribusikan sesuai dengan wilayah distribusi yang telah ditetapkan (di wilayah Tanah Grogot, Kalimantan Timur); 2) Menyediakan informasi yang jujur kepada pelanggan terkait produk, manfaat, dan cara menggunakan; 3) Memberikan layanan pelanggan yang baik dengan menangani jika terdikeluhkan dan pertanyaan dari konsumen; 4) Membuat laporan penjualan dan data produk paling banyak terjual agar membantu DRW *Skincare* pusat untuk melakukan perencanaan produksi; 5) Melakukan promosi *offline* dan *online* untuk memasarkan produk DRW *Skincare*. Distributor umumnya tidak memiliki wewenang langsung untuk melakukan inovasi produk, karena tanggung jawab untuk pengembangan dan inovasi produk biasanya berada pada pihak produsen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Business Model Canvas (BMC)

Tabel 3. 1
BMC

| | | | | |
|--|---|--|---|--|
| <p>Partner Kunci</p> <ul style="list-style-type: none"> Mitra DRW <i>Skincare</i> sebagai pemasok produk <i>skincare</i>. <i>Reseller</i> sebagai mitra untuk menyalurkan produk DRW <i>skincare</i>. Agen sebagai mitra untuk menyalurkan produk DRW <i>skincare</i>. | <p>Aktivitas Kunci</p> <ul style="list-style-type: none"> Sebagai penyalur produk DRW <i>skincare</i>. Pemasaran. Menjaga hubungan dengan pelanggan, baik itu <i>reseller</i>, agen, dan konsumen langsung. | <p>Proporsi Nilai</p> <ul style="list-style-type: none"> Menawarkan konsultasi gratis untuk pengecekan jenis kulit yang cocok dengan produk DRW <i>skincare</i>. Harga yang terjangkau untuk segala usia. | <p>Hubungan Pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> Memiliki nomor Whatsapp untuk konsultasi dan pemesanan yang mudah. Membuat posting terbaru di media sosial dan tetap berhubungan baik dengan pelanggan. Menawarkan produk baru dan promo melalui media sosial. | <p>Segmen Pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> Perempuan dan laki-laki yang ingin memiliki kulit putih dan mulus. Perempuan yang memiliki masalah serius terhadap kulit wajah. Golongan ibu-ibu sosialita yang ingin menghilangkan jerawat, flek hitam, dan masalah kulit wajah lainnya. |
| <p>Struktur Biaya</p> <ul style="list-style-type: none"> Biaya HPP Biaya Kuota Internet Biaya Gaji | | <p>Aliran Pendapatan</p> <ul style="list-style-type: none"> Pendapatan penjualan | <p>Sumber Daya Utama</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Physical</i>: Toko online <i>Finance</i>: Modal usaha <i>Human</i>: Tenaga kerja individu oleh owner. <i>Partnership</i>: DRW <i>Skincare</i> | <p>Saluran</p> <ul style="list-style-type: none"> Produk dapat ditemukan di berbagai media sosial Bisa ditemukan pada agen dan <i>reseller</i> produk DRW <i>skincare</i> domisili. |

PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

Inovasi Produk

Inovasi yang telah dilakukan selama proyek kewirausahaan ini berlangsung yaitu membuat program kotak langganan bulanan yang berisi produk kecantikan paling banyak dibeli dan terbaru, sehingga pelanggan bisa mendapatkan produk yang baru dengan harga yang lebih hemat. Selain itu, penulis memberikan bonus produk kepada konsumen yang membeli dengan jumlah yang banyak, dan mengadakan promo atau *giveaway* di media sosial dengan membuat pelanggan menulis pengalaman positif mereka ketika memakai produk dari DRW *Skincare*.

Manajemen Pemasaran

Dalam melakukan pemasaran produk DRW *Skincare*, penulis menggunakan strategi 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Penulis memilih produk DRW *Skincare* karena telah memakai produk tersebut dan memiliki koneksi dengan produsen dari DRW *Skincare*, sehingga memudahkan penulis untuk menjual produk ke konsumen. Langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu menentukan konsumen yang akan membeli produk dari DRW *Skincare* dan menetapkan harga

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

jual sesuai dengan analisis target konsumen tersebut. Langkah ketiga yang dilakukan yaitu menentukan tempat untuk memasarkan produk DRW *Skincare*, dalam hal ini penulis memasarkan produk secara online karena bisa menjangkau lebih banyak konsumen dan lebih efisien. Platform yang digunakan yaitu Whatsapp, Instagram, dan Facebook. Langkah terakhir yaitu promosi. Promosi yang dilakukan dengan membuat konten di platform media sosial berupa program gratis ongkir, potongan pembelian, diskon produk, dan voucher.

Manajemen Produksi

Inovasi yang dilakukan sebagai distributor dari DRW *Skincare* dari segi manajemen produksi yaitu melakukan digitalisasi manajemen stok yang sudah terintegrasi dengan POS, sehingga lebih efektif dan efisien dalam pengiriman. POS (*Point of sale*) yaitu aplikasi digital keuangan atau kasir.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Inovasi yang dilakukan sebagai distributor dari DRW *Skincare* dari segi manajemen sumber daya manusia yaitu mengadakan acara makan bersama dengan agen untuk membahas mengenai target penjualan, promosi produk terbaru, dan pengetahuan terbaru di bidang produk kecantikan. Dengan adanya hal tersebut diharapkan bisa menjaga hubungan yang baik dengan agen.

Manajemen Keuangan

Dalam mengimplementasikan manajemen keuangan sebagai distributor produk kecantikan DRW *Skincare* dibagi menjadi beberapa bagian:

Tabel 4. 1 Biaya Investasi

| A. Biaya Investasi | | | |
|------------------------------|--------------|---------------|---------------------|
| KomponenInvestasi | Harga | Jumlah | Total |
| Oppo FindX | Rp15.000.000 | 1 | Rp15.000.000 |
| Lemari | Rp500.000 | 1 | Rp500.000 |
| Total Biaya Investasi | | | Rp15.500.000 |

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Biaya investasi dalam hal ini digunakan sebagai media atau alat pendukung untuk melakukan kegiatan proyek kewirausahaan ini yang ada dalam tabel di atas merupakan beberapa perangkat yang digunakan untuk melakukan proyek kewirausahaan sebagai distributor produk DRW *Skincare*. Total biaya investasi yang dikeluarkan Rp15.500.000. Modal kerja yaitu investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek, seperti kas, bank, surat-surat berharga, piutang, persediaan, dan aktiva lancar lainnya.

Tabel 4. 2 Biaya Modal Kerja

| B. Biaya Modal Kerja | | | |
|---|--------------|------------------|---------------------|
| Biaya Modal Kerja Bulan Januari 2024 | | | |
| Komponen | Harga | Jumlah | Total |
| Biaya Pembelian Produk | Rp11.775.500 | 2 kali pemesanan | Rp11.775.500 |
| Biaya Gaji | Rp1.500.000 | 1 | Rp1.500.000 |
| Biaya Internet | Rp.100.000 | 1 | Rp.100.000 |
| Total Biaya Modal Kerja Bulan Januari 2024 | | | Rp13.375.500 |

| Biaya Modal Kerja Bulan Februari 2024 | | | |
|--|--------------|------------------|--------------------|
| Komponen | Harga | Jumlah | Total |
| Biaya Pembelian Produk | Rp3.241.000 | 1 kali pemesanan | Rp3.241.000 |
| Biaya Gaji | Rp1.500.000 | 1 | Rp1.500.000 |
| Biaya Internet | Rp.100.000 | 1 | Rp.100.000 |
| Total Biaya Modal Kerja Bulan Februari 2024 | | | Rp4.841.000 |

| Biaya Modal Kerja Bulan Maret 2024 | | | |
|---|--------------|------------------|---------------------|
| Komponen | Harga | Jumlah | Total |
| Biaya Pembelian Produk | Rp17.780.750 | 3 kali pemesanan | Rp17.780.750 |
| Biaya Gaji | Rp1.500.000 | 1 | Rp1.500.000 |
| Biaya Internet | Rp.100.000 | 1 | Rp.100.000 |
| Total Biaya Modal Kerja Bulan Maret 2024 | | | Rp19.380.750 |

Biaya modal kerja yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha sebagai distributor produk kecantikan DRW *Skincare* selama 3 bulan yaitu Rp37.597.250

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4. 3 Pendapatan

| C. Pendapatan Penjualan Per Bulan | |
|-----------------------------------|---------------------|
| Komponen | Total |
| Pendapatan Bulan Januari | Rp13.575.450 |
| Pendapatan Bulan Februari | Rp3.791.000 |
| Pendapatan Bulan Maret | Rp20.639750 |
| Total Pendapatan 3 Bulan | Rp38.006.200 |

Pendapatan selama 3 bulan sebagai distributor produk kecantikan DRW *Skincare* yaitu Rp38.006.200.

Tabel 4. 4 Laporan Laba Rugi

| D. Laporan Laba Rugi per Bulan | | | |
|--------------------------------|------------------|-------------------|--------------------|
| Komponen | Bulan | | |
| | Januari | Februari | Maret |
| Pendapatan | Rp13.575.450 | Rp3.791.000 | Rp20.639.750 |
| HPP | Rp13.375.500 | Rp4.841.000 | Rp19.380.750 |
| Laba Operasi | Rp199.950 | -Rp690.000 | Rp1.259.000 |

Laba operasi yang didapatkan di bulan Januari sebesar Rp199.950, bulan Februari sebesar -Rp690.000, dan bulan Maret sebesar Rp1.259.000. Jadi pendapatan bersih selama 3 bulan sebagai distributor produk kecantikan DRW *Skincare* yaitu Rp768.000.

Tabel 4. 5 Struktur Permodalan

| E. Struktur Permodalan | | |
|------------------------|--------------|---------------|
| Komponen | Jumlah | |
| Modal Investasi | Rp15.500.000 | |
| Modal Kerja | Rp37.597.250 | |
| Total | Rp53.097.250 | |
| Modal Sendiri | 100% | Modal Pemilik |

Struktur permodalan dalam menjalankan usaha sebagai distributor produk kecantikan DRW *Skincare*. Modal kerja yang dikeluarkan sebesar Rp53.097.250 merupakan modal kerja selama 3 bulan. Inovasi yang dilakukan sebagai distributor dari DRW *Skincare* dari segi manajemen keuangan yaitu menggunakan aplikasi keuangan digital POS. POS (*Point of sale*) yaitu aplikasi digital keuangan atau kasir.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan dan inovasi yang dilakukan yaitu mencoba menggunakan platform e-commerce Shopee untuk menjual secara *online*. <https://id.shp.ee/ZH6RRbo> link tersebut merupakan link toko online melalui e-commerce Shopee.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil proyek kewirausahaan yang telah dilakukan ini, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa Penulis belajar bagaimana melakukan penjualan secara efektif, memasarkan produk kepada konsumen, membedakan produk agar lebih unggul dari pesaing, mengatur waktu dengan baik, bertanggung jawab terhadap pesanan, mengelola keuangan, dan mengelola sumber daya manusia. Keterbatasan pemasaran dan kurangnya variasi *skincare* membuat pelanggan sulit mengenal produk DRW *Skincare* sebagai distributor yang berkualitas. Bisnis ini layak untuk dilanjutkan karena peluang saat ini dengan peningkatan kesadaran akan pentingnya kesehatan, kecantikan dan perawatan kulit di kalangan masyarakat.

Saran

Berdasarkan dari proyek kewirausahaan yang telah dilakukan ini, maka saran yang dapat diberikan yaitu, Bagi calon distributor *skincare* harus memiliki keahlian dalam bidang pemasaran, komitmen yang kuat, serta integritas yang tinggi. Kreativitas juga menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, dimana kemampuan untuk berinovasi dengan produk-produk *skincare* yang unik dapat membedakan distributor dari pesaingnya. Adaptabilitas juga diperlukan karena pasar *skincare* dapat berubah secara cepat, baik dalam tren produk maupun preferensi konsumen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Hamka., Mardjuni, S., dan Cahyono. (2021). *Kreativitas & Inovasi dalam Berwirausaha*. Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida.
- Hertina, et. al., (2024). *Buku Ajar Kewirausahaan*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing.
- Irnawati, J., Jatmiko, N. S., Cahyono, B. D., Idris, M., Asir, A. I., Matitaputty, M. I., Mukhtadi, M., Irwanto, Andriani, J., Tilova, N., Kairupan, D. J. I., Jamil, M., & Jalal, N. M. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Manusia, Data, dan Analisis)*. Bandung: Widina Media Utama.
- Iswanto, dan Akbar, A. (2021). *Buku Ajar Manajemen Operasi*. Jawa Timur: UMSIDA Press.
- Jaya, A., dan Kuswandi, S. (2023). *Manajemen Keuangan*. Padang: PT. Global Eksekutif.
- Noor, Z. Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sholikah, et. al., (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Insania.
- Suryani, N. K., Riswandi, P., Hasbi, I., Rochmi, A., Kairupan, D. J. I., Hasan, M., Setiorini, H., Sudirman, A., Muftiasa, A., Yanti, N. N. S. A., Yuniarti, R.,

