

LAPORAN AKHIR

HAPSY LASH *EYELASH* NATURAL YOGYAKARTA



Disusun oleh:

Nova Putri Ayuningtyas

21211005

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan penelitian terapan ini ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari laporan penelitian terapan ini ditemukan bukan hasil karya saya atau didapati plagiarisme di beberapa bagian, saya bersedia menerima konsekuensinya sesuai peraturan yang berlaku di Program Studi Bisnis Digital Universitas Islam Indonesia”

Yogyakarta, 18 September 2025



(Nova Putri Ayuningtyas)

HALAMAN PENGESAHAN

HAPSY LASH *EYELASH* NATURAL YOGYAKARTA



Disusun oleh:

Nova Putri Ayuningtyas

21211005

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal: 20/8/2025

Dosen Pembimbing



Arief Darmawan, SE, MM.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

LAPORAN PENELITIAN TERAPAN

Telah dipertahankan/ diujikan dan disahkan

Untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar

Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia

Nama : Nova Putri Ayuningtyas

No. Mahasiswa : 21211005

Program Studi : Bisnis Digital

Yogyakarta, 18 September 2025

Disahkan oleh:

Penguji 1: Sukardi, S.E., M.Si

()

Penguji 2: Arief Darmawan, S.E., M.M

()

Mengetahui

Ketua Program Studi

Bisnis Digital



(Arief Darmawan, S.E., M.M.)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan akhir bisnis ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Laporan ini merupakan bentuk pertanggungjawaban sekaligus dokumentasi dari seluruh kegiatan usaha “Hapsy Lash” selama Maret 2024 hingga Juni 2024.

Penyusunan laporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi keuangan, operasional, dan strategi bisnis yang telah dijalankan “Hapsy Lash”. Selain itu, laporan ini juga menjadi dasar evaluasi dan pengambilan keputusan untuk pengembangan usaha ke depan.

Saya menyadari bahwa kelancaran dan keberhasilan operasional “Hapsy Lash” tidak terlepas dari dukungan pelanggan setia. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan. Saya berharap laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna dalam memahami kinerja bisnis secara objektif, sekaligus menjadi pijakan untuk perbaikan dan inovasi di masa mendatang.

Akhir kata, saya menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, saya terbuka terhadap masukan dan saran demi penyempurnaan laporan dan pengembangan bisnis yang lebih baik lagi.

DAFTAR ISI

LAPORAN AKHIR	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 ANALISIS LINGKUNGAN.....	2
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	4
2.1 PROFIL BISNIS	4
2.1.1 Visi.....	4
2.1.2 Misi.....	5
2.1.3 Layanan Utama.....	5
2.1.4 Keunggulan Hapsy Lash	5
2.1.5 Target Pasar	5
2.1.6 Keunggulan Kompetitif.....	6
2.1.7 Struktur Organisasi.....	6
2.2 MODEL BISNIS	6
2.2.1 <i>Customer Segments</i>	8
2.2.2 <i>Value Propositions</i>	8
2.2.3 <i>Channels</i>	8
2.2.4 <i>Customer Relationships</i>	9
2.2.5 <i>Revenue Streams</i>	9
2.2.6 <i>Key Resources</i>	9
2.2.7 <i>Key Activities</i>	9
2.2.8 <i>Key Partnership</i>	9
2.2.9 <i>Cost Structure</i>	10

2.3	ASPEK OPERASI / PRODUKSI	10
2.3.1	Lokasi dan Jam Operasional	10
2.3.2	Proses Layanan	10
2.3.3	Fasilitas	11
2.3.4	Peralatan dan Bahan	12
2.4	ASPEK PASAR DAN PEMASARAN	12
2.4.1	Trend pasar	12
2.4.2	Segmentasi	13
2.4.3	Demografis.....	13
2.4.4	Geografis.....	14
2.4.5	Psikografis	14
2.4.6	<i>Targeting</i>	14
2.4.7	<i>Positioning</i>	16
2.4.8	Analisis persaingan	16
2.4.9	Pemasaran Hapsy Lash	18
2.5	ASPEK ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA	21
2.5.1	Struktur Organisasi	21
2.5.2	Tugas dan Tanggung Jawab Pemilik	21
2.5.3	Alasan Tidak Memiliki Karyawan	22
2.5.4	Rencana Sumber Daya Manusia Kedepan	22
2.5.5	Kesimpulan.....	22
2.6	ASPEK KEUANGAN	22
2.6.1	Estimasi Modal Awal.....	22
2.6.2	Estimasi Laba Rugi.....	23
2.6.3	Ringkasan Arus Kas	24
2.6.4	Rasio Keuangan	24
2.7	ASPEK TEKNOLOGI DIGITAL	26
2.8	ANALISIS RISIKO DAN STRATEGI KELUAR	27
2.8.1	Risiko Operasional.....	27
2.8.2	Risiko Pasar	27
2.8.3	Risiko Keuangan	28

BAB III LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS	29
3.1 PROFIL BISNIS	29
3.1.1 Visi.....	30
3.1.2 Misi.....	31
3.1.3 Layanan Utama.....	31
3.1.4 Keunggulan Hapsy Lash	32
3.1.5 Target Pasar	33
3.1.6 Keunggulan Kompetitif	34
3.1.7 Struktur organisasi	34
3.1.8 Pencapaian.....	34
3.2 TINJAUAN ASPEK PASAR DAN PEMASARAN	36
3.2.1 Tinjauan Segmentasi Pasar.....	36
3.2.2 Target pasar	37
3.2.3 <i>Positioning</i>	38
3.2.4 Strategi <i>Marketing Mix (4P)</i>	38
3.2.5 Keunggulan Kompetitif	44
3.2.6 Media dan Saluran Pemasaran.....	44
3.2.7 Rekomendasi Peningkatan Pemasaran.....	45
3.3 TINJAUAN ASPEK OPERASIONAL	45
3.3.1 Lokasi Operasional Hapsy Lash.....	45
3.3.2 Jam Operasional	45
3.3.3 Proses Layanan	46
3.3.4 Struktur operasional.....	49
3.3.5 Peralatan dan Bahan Operasional	49
3.3.6 Standar Operasional Prosedur	50
3.3.7 Pengelolaan Kualitas	50
3.3.8 Skala Produksi	51
3.3.9 Pencatatan dan Administrasi.....	51
3.3.10 Evaluasi dan Pengembangan Operasional.....	52
3.4 TINJAUAN ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA	52
3.4.1 Struktur Organisasi.....	52

3.4.2	Kualifikasi dan Kompetensi SDM	53
3.4.3	Beban Kerja dan Efisiensi SDM	53
3.4.4	Sistem Rekrutmen dan Pelatihan (Rencana Pengembangan SDM)	53
3.4.5	Sistem Penilaian Kinerja	54
3.4.6	Budaya Kerja dan Nilai Inti	54
3.4.7	Rekomendasi Pengembangan SDM	54
3.5	TINJAUAN ASPEK KEUANGAN	55
3.5.1	Modal Awal	55
3.5.2	Biaya Operasional Bulanan	55
3.5.3	Laporan Laba Rugi Maret 2024 – Juni 2024	55
3.5.4	Ringkasan Arus Kas	57
3.5.5	Analisis Singkat	57
3.5.6	Rekomendasi Keuangan	58
3.6	TINJAUAN ASPEK TEKNOLOGI DIGITAL	58
BAB IV IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH		67
4.1	IDENTIFIKASI MASALAH	67
4.1.1	Aspek Sumber Daya Manusia	67
4.1.2	Aspek Operasional	67
4.1.3	Aspek Pemasaran	68
4.2	PEMECAHAN MASALAH	68
4.2.1	Ketergantungan pada Owner	68
4.2.2	Digitalisasi Sistem Operasional	68
4.2.3	Strategi Pengembangan Bisnis	69
4.2.4	Perbaikan dalam Manajemen Keuangan	69
4.2.5	Meningkatkan Daya Saing dan Loyalitas Pelanggan	70
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		71
5.1	KESIMPULAN	71
5.2	TINDAK LANJUT	72
DAFTAR PUSTAKA		74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Target Pasar Hapsy Lash	5
Tabel 2. 2 Struktur Organisasi Hapsy Lash	6
Tabel 2. 3 Model Bisnis Hapsy Lash	6
Tabel 2. 4 Segmentasi Hapsy Lash	13
Tabel 2. 5 Demografis Hapsy Lash.....	13
Tabel 2. 6 Geografis Hapsy Lash.....	14
Tabel 2. 7 Psikografis Hapsy Lash	14
Tabel 2. 8 Target Hapsy Lash	14
Tabel 2. 9 Target Pasar Utama (Primary) Hapsy Lash	14
Tabel 2. 10 Target Pasar Sekunder (Secondary) Hapsy Lash.....	15
Tabel 2. 11 Strategi Penyesuaian Hapsy Lash	15
Tabel 2. 12 Katalog Layanan Hapsy Lash	20
Tabel 2. 13 Tugas dan Tanggung Jawab Pemilik Hapsy Lash	21
Tabel 2. 14 Estimasi Modal Awal.....	22
Tabel 2. 15 Estimasi Laba Rugi.....	23
Tabel 2. 16 Neraca Keuangan.....	23
Tabel 2. 17 Arus Kas Hapsy Lash	24
Tabel 2. 18 Analisis Keuangan	26
Tabel 3. 1 Target Pasar Hapsy Lash	33
Tabel 3. 2 Struktur Organisasi	34
Tabel 3. 3 Target Pasar Hapsy Lash	37
Tabel 3. 4 Produk Hapsy Lash.....	38
Tabel 3. 5 Struktur Operasional Hapsy Lash	49
Tabel 3. 6 Responsibilites of Human Resources	52
Tabel 3. 7 Realisasi Modal Awal.....	55
Tabel 3. 8 Realisasi Biaya Operasional Bulanan	55
Tabel 3. 9 Laba Bersih Hapsy Lash	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Hapsy Lash	4
Gambar 2. 2 Contoh Daftar Harga	20
Gambar 3. 1 Logo Hapsy Lash	29
Gambar 3. 2 Rating Hapsy Lash di Google Maps	29
Gambar 3. 3 Instagram Hapsy Lash.....	30
Gambar 3. 4 TikTok Hapsy Lash.....	30
Gambar 3. 5 Hapsy Lash Eyelash Course.....	31
Gambar 3. 6 Lash Artist's Certification.....	32
Gambar 3. 7 Studio Hapsy Lash	32
Gambar 3. 8 Eyelash Aftercare Instruction.....	33
Gambar 3. 9 Broadcast Testimoni Customer	33
Gambar 3. 10 Pelayanan Hapsy Lash	34
Gambar 3. 11 Performance Hapsy Lash	35
Gambar 3. 12 Kolaborasi dengan Beautypreneur	35
Gambar 3. 13 Rating Hapsy Lash	36
Gambar 3. 14 Retouch Eyelash.....	38
Gambar 3. 15 Eyelash Course.....	39
Gambar 3. 16 Pricelist Hapsy Lash.....	39
Gambar 3. 17 Loyalty Card	40
Gambar 3. 18 Lokasi Strategis Hapsy Lash.....	40
Gambar 3. 19 Penggunaan Google Calendar	41
Gambar 3. 20 Promosi Hapsy Lash via TikTok	41
Gambar 3. 21 Promosi Hapsy Lash via Instagram	42
Gambar 3. 22 Collab dengan Beautypreneur	43
Gambar 3. 23 Testimoni Customer Hapsy Lash	44
Gambar 3. 24 SOP Hapsy Lash	46
Gambar 3. 25 Tampilan Website Hapsy Lash	46

Gambar 3. 26 Contoh Bukti DP sebagai Tanda Jadi	47
Gambar 3. 27 Text Reminder Untuk Customer	47
Gambar 3. 28 Contoh Bukti Pelunasan Customer	48
Gambar 3. 29 Broadcast Lash Aftercare Instruction	48
Gambar 3. 30 Broadcast Followup Customer.....	49
Gambar 3. 31 Sofa Recliner dan Moon Light Standing.....	49
Gambar 3. 32 Bahan Baku Operasional.....	50
Gambar 3. 33 Appointment Customer Hapsy Lash.....	51
Gambar 3. 34 Arsip Dokumentasi dan Testimoni Customer.....	51
Gambar 3. 35 Pembukuan Hapsy Lash.....	52
Gambar 3. 36 Perangkat Penunjang (Iphone 15 Pro)	58
Gambar 3. 37 Perangkat Penunjang (Iphone 11 Pro)	58
Gambar 3. 38 Perangkat Penunjang (Macbook)	59
Gambar 3. 39 Perangkat Penunjang (Ipad Air 4).....	59
Gambar 3. 40 Tampilan Aplikasi Notion.....	60
Gambar 3. 41 Klaim Garansi pada Notion.....	61
Gambar 3. 42 Google Calendar untuk Seller	62
Gambar 3. 43 Google Calendar untuk Customer.....	63
Gambar 3. 44 Rules untuk Customer	64
Gambar 3. 45 Tampilan Whatsapp Business Hapsy Lash.....	64
Gambar 3. 46 Hapsy Lash di Google Maps	65
Gambar 3. 47 Tampilan Instagram Hapsy Lash	65
Gambar 3. 48 Tampilan TikTok Hapsy Lash	66
Gambar 3. 49 Pembukuan dengan Spreadsheets	66

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

“Hapsy Lash” adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang kecantikan, khususnya layanan *eyelash extension* (jasa sambung bulu mata) dengan tujuan memberikan sentuhan keindahan dan rasa percaya diri bagi para wanita melalui tampilan mata yang lebih ekspresif dan memikat. Beroperasi di Jogja, Hapsy Lash menawarkan layanan profesional dan nyaman dengan suasana studio yang bersih, estetik, dan tenang.

Bisnis ini bermula dari ketertarikan pendiri terhadap dunia kecantikan, khususnya tren *eyelash extension* yang semakin populer di kalangan wanita sosialita. Melihat banyaknya kebutuhan akan layanan *lash extension* yang berkualitas namun tetap nyaman dan aman untuk pemakaian jangka panjang, Hapsy Lash hadir sebagai solusi yang menggabungkan teknik modern, produk premium, dan pelayanan personal yang ramah¹.

Target pasar dari Hapsy Lash adalah wanita berusia antara 18 hingga 40 tahun, terutama mereka yang aktif bekerja, memiliki gaya hidup dinamis, serta peduli terhadap penampilan namun tetap mengutamakan kepraktisan. *Eyelash extension* menjadi pilihan populer karena mampu menghemat waktu dalam berdandan dan memberikan tampilan wajah yang segar setiap saat, yang membedakan Hapsy Lash dari kompetitor adalah komitmen pada kualitas, ciri khas dan kenyamanan pelanggan. Hapsy lash menggunakan bahan lash premium yang ringan, tahan lama, dan aman untuk kulit sensitif. *Lash artist* Hapsy Lash juga tersertifikasi dan berpengalaman, serta selalu mengikuti tren dan teknik terbaru demi hasil maksimal. Selain itu, pengalaman di studio Hapsy Lash dirancang agar pelanggan merasa rileks dan puas dari awal hingga akhir sesi.

Tujuan jangka pendek kami adalah membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan di wilayah Jogja, serta memperluas jangkauan melalui promosi digital dan testimoni pelanggan. Dalam jangka panjang, Hapsy Lash berambisi menjadi salah satu studio lash extension

¹ Agrvinna Mause, ‘Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Bidang Kecantikan’, *Jurnal Tata Rias Dan Kecantikan*, 155.1 (2020), 58–66.

terpercaya di Indonesia, serta mengembangkan layanan ke area kecantikan lainnya seperti *lash lift*, *brow treatment*, dan pelatihan *lash artist*. Hapsy Lash hadir bukan hanya karena tren, tetapi karena pemahaman yang mendalam soal kebutuhan wanita masa kini: tampil cantik tanpa ribet, dan merasa percaya diri tanpa harus menghabiskan banyak waktu. Dengan visi untuk menjadi tempat perawatan *eyelash* yang terpercaya dan dicintai pelanggan, ide bisnis ini pun berkembang dari sebuah pengalaman pribadi menjadi peluang usaha yang menjanjikan.

1.2 ANALISIS LINGKUNGAN

A. Internal²

1. Kekuatan (*Strengths*)

- a. *Margin* keuntungan tinggi
- b. Layanan spesifik yang berfokus kepada *eyelash extension* ini mempermudah *positioning* dan *branding*
- c. *Asset* tetap lengkap bahkan sudah memiliki peralatan dan renovasi interior yang menunjang layanan profesional
- d. Operasional efisien karena biaya tetap dan struktur biaya terkendali.
- e. Kas dan arus kas positif yang dimana Hapsy Lash tidak bergantung pada utang dan *cashflow* sehat

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- a. Ketergantungan kepada tenaga *lash artist* dan jika teknisi utama tidak tersedia bisnis bisa terganggu
- b. Skalabilitas terbatas karena pelayanan yang di sediakan dari 1 lini dan hanya di tangani oleh 1 orang hingga kapasitas pelayanan harian terbatas.
- c. Pemasaran yang belum maksimal karena Hapsy Lash belum ada anggaran khusus untuk promosi dan iklan di *social media*.

² Sastya Kurniawan, Denny Putri, 'Rencana Bisnis (Business Plan) Perawatan Kecantikan Pada Fazia Beauty Di Kota Metro Lampung', *Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan*, 6.2 (2023), 130–43.

B. Eksternal³

1. Peluang (*Opportunities*)

- a. Tren kecantikan terus berkembang sehingga permintaan *eyelash extension* akan semakin tinggi terutama di kalangan remaja dan dewasa muda.
- b. Peluang ekspansi layanan bisa menambah layanan seperti *browbomber*, *lash liftint*, atau *membership* di Hapsy Lash
- c. Pertumbuhan pasar lokal ini memiliki potensi pelanggan baru yang besar

2. Ancaman (*Threats*)

- a. Perubahan tren kecantikan ini juga sangat menjadi ancaman tren *eyelash* gaya natural ke gaya yang lebih volume dan bisa menurunkan permintaan
- b. Persaingan ketat dengan banyak studio *eyelash* yang bermunculan dengan tarif murah
- c. Fluktuasi ekonomi yaitu kecantikan juga termasuk kebutuhan tersier dan bisa berdampak saat daya beli menurun
- d. Ketergantungan pada media *social* untuk promosi ini juga menjadi ancaman besar bagi Hapsy Lash karena jika ada perubahan algoritma atau masalah akun bisa mengaruhi visibilitas.

³ Tamara Dwi Rahayu, Magister Manajemen, and Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, 'Evaluasi Kinerja Operasional UMKM Jasa Kecantikan Berbasis Key Performance Indicators (KPI): Studi Kasus Pada Mutiara Salon Yogyakarta', 2.4 (2025), 304–10.

BAB II DESKRIPSI BISNIS

2.1 PROFIL BISNIS



Gambar 2. 1 Logo Hapsy Lash

Nama Usaha	: Hapsy Lash
Bidang Usaha	: Layanan Kecantikan – Spesialis <i>Eyelash Extension</i>
Tahun Berdiri	: 2024
Alamat	: Jl. Pawirokuwat No.109, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283
Media Sosial	:
1. Instagram	: @hapsy.lash
2. TikTok	: @ayuayme (akuun kedua pemilik Hapsy Lash)
3. Email	: hapsyscrunchie@gmail.com
4. Whatsapp	: +62 897-2498-885

2.1.1 Visi

Menjadi *brand eyelash extension* terpercaya di Yogyakarta yang mengutamakan kualitas, kenyamanan, dan pelayanan profesional.

2.1.2 Misi

1. Memberikan layanan *eyelash extension* yang aman, nyaman, dan sesuai dengan bentuk mata pelanggan.
2. Meningkatkan rasa percaya diri pelanggan melalui tampilan mata yang *soft glam*, natural dan menarik.
3. Memakai bahan baku yang berkualitas tinggi untuk menunjang perawatan bulu mata.
4. Membangun komunitas *lashpreneur* melalui pelatihan dan sertifikasi *lash artist*.

2.1.3 Layanan Utama

1. *Classic lash extension*
2. *Hybrid lash extension*
3. *Wispy lash extension*
4. *Lash removal & retouch*

2.1.4 Keunggulan Hapsy Lash

1. Teknisi berpengalaman dan tersertifikasi
2. Bahan berkualitas tinggi dan *hypoallergenic*
3. Tempat nyaman dengan standar kebersihan
4. Hasil natural dan tahan lama hingga 3 minggu
5. Gratis konsultasi bentuk *lash* sesuai mata
6. Edukasi merawat *eyelash extension*
7. Garansi 3 hari setelah pemasangan *eyelash extension*
8. *Free spoli eyelash extension*
9. *Lash spa treatment* sebelum pemasangan *eyelash extension*

2.1.5 Target Pasar

Tabel 2. 1 Target Pasar Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Usia	18 – 40 tahun
Jenis kelamin	Perempuan
Pekerjaan	Mahasiswi, pekerja kantoran, wirausaha, <i>content creator</i>
Lokasi	Wilayah kota atau pinggiran kota dengan akses mudah

Gaya hidup	<i>Modern, influence</i> , mengikuti tren (fomo), aktif <i>social media</i>
Karakteristik	Suka perawatan, percaya diri, menjaga penampilan atau estetika wajah

2.1.6 Keunggulan Kompetitif

Kelebihan Hapsy Lash dibanding kompetitor⁴:

Hapsy Lash berpotensi unggul melalui *branding* yang kuat dengan ciri khas yang sangat *iconic*, yaitu:

1. *Personal keep in touch by owner.*
2. Kualitas layanan yang konsisten
3. Hasil eyelash yang natural
4. Hubungan yang hangat dengan pelanggan
5. Fokus hanya pada layanan *lash* (lebih ahli dan detail)
6. Teknik terbaru dan produk berkualitas.
7. Pengalaman studio yang nyaman, personal, dan professional.

2.1.7 Struktur Organisasi

Tabel 2. 2 Struktur Organisasi Hapsy Lash

Pengelola Hapsy Lash	<i>Owner</i>
<i>Lash Tech/ Lash Art</i>	<i>Owner</i>

2.2 MODEL BISNIS

Tabel 2. 3 Model Bisnis Hapsy Lash⁵

ELEMEN	PENJELASAN
1. <i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)	<ol style="list-style-type: none"> a. Perempuan usia 18 – 40 tahun b. Pelajar, mahasiswa, pekerja, ibu muda c. <i>Beauty treatment addict</i> d. Domisili Yogyakarta dan sekitarnya

⁴ Elsy Deawati Fakir, Rainer H Sitaniapessy, and Feky Reken, 'Pengaruh Harga Kompetitif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan , Kosmetik Dan Perawatan Diri Di Medina Beauty House Kota Ambon', *Pengaruh Harga Kompetitif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan , Kosmetik Dan Perawatan Diri Di Medina Beauty House Kota Ambon*, 5 (2025), 2447–61.

⁵ Lusizafrina Lusi Zafrina, 'STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING PADA KLINIK KECANTIKAN Dr. Reni G', *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1.2 (2022), 167–76 <<https://doi.org/10.54259/manabis.v1i2.944>>.

2. Value propositions (Proposisi Nilai)	a. Natural <i>eyelash</i> hingga volume b. Proses yang nyaman dan aman c. Harga yang terjangkau d. Kualitas premium e. Konsultasi <i>eyelash</i> f. Dilakukan dengan teknisi bersertifikat
3. Channels (Saluran Distribusi dan Promosi)	a. Instagram untuk portofolio b. Whatsapp untuk <i>appointment</i> c. Tiktok untuk promosi visual d. <i>Word of mouth</i> atau dari mulut ke mulut e. Kolaborasi Bersama <i>pop up tenant coffeshop</i>
4. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)	a. Sistem reservasi dan pelayanan by <i>appointment online</i> b. <i>Followup</i> 3 hari setelah <i>treatment</i> melalui <i>chat</i> c. <i>Loyalty card</i> (<i>free eyelash</i> kunjungan ke 10) d. Ketebalan bisa di sesuaikan selera pelanggan
5. Revenue Streams (Sumber Pendapatan)	a. Jasa <i>eyelash extension</i> (<i>5 lookstyle</i>) b. <i>Lash removal</i> c. <i>Lash course</i>
6. Key Resources (Sumber Daya Utama)	a. <i>Lash tech</i> (teknisi <i>eyelash</i> yang ahli) b. Bahan dan alat <i>eyelash</i> c. Ruang studio d. Media sosial
7. Key Activities (Aktivitas Utama)	a. Pelayanan <i>eyelash extension</i> b. <i>Booking</i> dan <i>customer service</i> c. Promosi dan konten media sosial d. Pengelolaan stok bahan baku
8. Key Partnerships (Kemitraan)	a. <i>Supplier</i> bahan <i>eyelash</i> dan alat b. <i>Platform</i> media sosial
9. Cost Structure (Struktur Biaya)	a. Gaji <i>lash tech</i> b. Pembelian bahan baku <i>eyelash</i> c. Utilitas

2.2.1 *Customer Segments*⁶

Segmen pelanggan Hapsy Lash berfokus pada mengidentifikasi kelompok konsumen yang ditargetkan untuk selalu ingin tampil percaya diri secara instan. Segmen pelanggan Hapsy Lash ialah:

1. Perempuan berusia 18-40 tahun yang dimana target pasar Hapsy Lash dimulai dari anak sekolah, mahasiswi, ibu muda, dan bahkan ibu - ibu parubaya yang produktif
2. Hapsy lash juga menargetkan pelanggan terhadap *beauty addict* yang dimana mereka memiliki kebiasaan menggunakan maskara saat *makeup*, biasanya *beauty addict* ini sudah ketergantungan soal riasan bagian mata sehingga mereka mengganti maskara dengan *eyelash extension* yang lebih menjaga kesehatan bulumata
3. Lokasi studio Hapsy Lash ini hanya mencakup pelanggannya yang berdomisili Jogja.

2.2.2 *Value Propositions*

1. Hapsy lash mengusung tema Natural *eyelash* dan pelanggan bisa *request* ketebalan volume *eyelash*.
2. Tidak hanya mengusung tema Natural *look* namun mengutamakan proses pemasangan yang nyaman dan aman
3. Harga sangat terjangkau dengan bahan baku dan pelayanan yang berkualitas
4. Hapsy lash juga menyediakan jasa konsultasi *eyelash* sebelum pemasangan
5. Pemasangan *eyelash* ini dilakukan dengan teknisi bersertifikat

2.2.3 *Channels*

1. Instagram adalah *social media* utama untuk portofolio Hapsy lash
2. *Whatsapp* adalah media utama untuk reservasi dan komunikasi lainnya terhadap pelanggan
3. Tiktok media *social* yang sangat dibutuhkan di Hapsy Lash untuk mempromosikan visual seperti testimoni, hasil pemasangan tiap mata yang berbeda, dan membuat dialog cerita di TikTok

⁶ Maudy Arina Ivanda Jaya, Maya Malinda, and Yu-Ting Huang, 'Business Analysis of the Canvas Model in the Beauty Business: Bellbrow Studio', *International Journal of Education and Sociotechnology (IJES)*, 04.01 (2024), 8-14 <<https://journal.kapin.org/index.php/IJES>>.

4. *Word of mouth* ini juga sangat penting dan dibangun dari awal buka hapsy lash
5. Kolaborasi dengan tema *pop up tenant coffeshop*.

2.2.4 Customer Relationships

1. Sistem reservasi dan pelayanan *by appointment online*
2. Memberikan *benefit* terhadap pelanggan untuk *followup* 3 hari setelah *treatment* melalui *chat*
3. *Loyalty card* (*free eyelash* kunjungan ke 10)
4. Pelanggan bebas *request* ketebalan *eyelash* saat proses pemasangan

2.2.5 Revenue Streams

Haspy lash hanya menyediakan 1 pelayanan yaitu *eyelash extension* yang artinya pendapatan hanya dari 1 lini saja untuk 1x treatment nya yaitu 150.000 untuk pemasangan *natural single lash*.

2.2.6 Key Resources

Eyelash extension sangat bergantung kepada teknisi atau biasa di sebut *lash artist* yang dimana memerlukan bahan baku dan alat yang sesuai SOP, bahkan pemasanganya pun di butuhkan ruang khusus yang nyaman dan aman untuk menjalankan proses pemasangan *eyelash extension*.

2.2.7 Key Activities

Beberapa aktivitas yang di lakukan hapsy lash ialah seperti:

1. Pelayanan *eyelash extension*.
2. *Booking* dan *customer service*.
3. Promosi dan konten media sosial.
4. Pengelolaan stok bahan baku.

2.2.8 Key Partnership

Hapsy lash berlangganan dengan *supplier* bahan baku *eyelash* disalah satu *e-commerce* Dan *open barter KOL beauty* Jogja

2.2.9 Cost Structure

Untuk seluruh biaya atau pengeluaran Hapsy Lash 10% untuk gaji *lash tech*, uang sewa, utilitas, dan bahan baku *eyelash extension*.

2.3 ASPEK OPERASI / PRODUKSI

2.3.1 Lokasi dan Jam Operasional

Hapsy lash berdiri dan beroperasi di Yogyakarta dengan sistem reservasi *online*, pemilihan lokasi dilakukan dengan mempertimbangkan akses motor dan mobil yang mudah, tempat parkir yang luas, strategis depan kampus, kenyamanan pelanggan dan potensi pasar.

- 1) Alamat Usaha : Jl. Pawirokuwat No.109, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283
- 2) Jam Operasional : Setiap Selasa – Minggu pukul 09.00 – 20.00
- 3) Sistem Pelayanan : Reservasi *online* melalui Whatsapp / Instagram / *Website*.

2.3.2 Proses Layanan

Layanan *eyelash extension* di lakukan secara professional dan sesuai standar prosedur dan kebersihan yang ketat.

- 1) Tenaga kerja
 - Teknisi : *Owner* sebagai *lash artist*
 - Tugas Utama : Mengaplikasikan *eyelash*, konsultasi pelanggan, kebersihan peralatan
 - Gaji : Komisi per pelanggan
- 2) Sistem Manajemen Operasional
 - a. Manajemen stok bahan dimulai dari pencatatan manual dan pemesanan ulang setiap bulan.
 - b. Pencatatan reservasi menggunakan *google calendar*
 - c. Laporan pendapatan menggunakan *spreadsheet* manual
 - d. Penanganan keluhan langsung di tangani melalui *Whatsapp* admin atau DM Instagram dengan kebijakan *retouch* jika diperlukan.

- 3) Proyeksi Kapasitas Layanan
 - a. Estimasi kapasitas hanya 1 pelanggan paling dikit per harinya dan paling banyak di 6 pelanggan.
 - b. Rata rata pemasangan memiliki durasi yang variatif tergantung *lookstyle* yang di pilih pelanggan 40 menit – 1.5 jam.
 - c. Target utilitas ruang kurang lebih 80% dari total waktu operasional.
- 4) Standar Operasional Prosedur (SOP)
 - a. Ketepatan waktu pelayanan
 - b. Kenyamanan pelanggan selama proses pemasangan
 - c. Pelayanan ramah dan professional
 - d. Kebersihan dan higienitas alat dan ruangan
- 5) Alur Operasional Pelayanan
 - a. Reservasi pelanggan melalui website yang sudah di sediakan di *link* bio Instagram Hapsy Lash
 - b. Konsultasi awal untuk menyesuaikan model bulu mata bisa melalui *whatsapp* pelanggan saat sudah di studio *eyelash*.
 - c. Konsultasi lainya bisa melalui *whatsapp*.
 - d. Persiapan alat dan bahan termasuk sterilisasi peralatan dan pinset
 - e. Edukasi perawatan setelah *eyelash*
 - f. *Follow-up* untuk memastikan kualitas bulumata yang akan di garansi kan 3 hari setelah pemasangan.

2.3.3 Fasilitas

Hapsy lash menggunakan fasilitas salon kecil yang nyaman dengan suasana *aesthetic tropical*.

- a. Ruang *eyelash* bersih dan ber-AC
- b. Kursi *eyelash* menggunakan sofa *recliner*
- c. Lampu *stand mood* yang professional.
- d. Area tunggu untuk pelanggan yang nyaman

2.3.4 Peralatan dan Bahan

- a. Lem khusus *eyelash extension* (rendah iritasi)
- b. *Eyepatch, tape medis, spoolie, cleanser*
- c. 2 pinset presisi *stainless steel*
- d. Bulu mata sintetis berkualitas (ukuran yang beragam)

2.4 ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

2.4.1 Trend pasar

Di industri kecantikan, khususnya layanan *eyelash extension*, mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Meningkatnya kesadaran akan penampilan, tren media sosial, serta gaya hidup yang menuntut kepraktisan menjadi faktor utama peningkatan permintaan terhadap layanan ini. Hapsy Lash juga mempertimbangkan lokasi bisnis yang strategis dan mampu menjangkau pasar/pelanggan melalui jalur distribusi utama dari dalam daerah maupun luar daerah.

Hapsy Lash hadir di tengah pasar yang terus berkembang, dengan fokus pada **wanita usia 18–40 tahun** yang aktif, peduli penampilan, dan menginginkan solusi kecantikan yang efisien namun berkualitas. Peluang besar terbuka, terutama di kota-kota yang belum terlalu padat oleh kompetitor dengan layanan premium.

Produk/Layanan pembeda: Hapsy Lash dapat membedakan diri dengan fokus pada keahlian khusus seperti *eyelash extension*. Keunikan ini diperkuat dengan menggunakan bahan baku yang premium dengan harga yang terjangkau bahkan: Hapsy Lash menggunakan bulu super lembut dan ringan, menciptakan daya tarik bagi pelanggan yang memperhatikan aspek ramah lingkungan dan kesehatan. Selain itu: Hapsy Lash memberi hak leluasa untuk pelanggan agar menyesuaikan tebal dan tipis *eyelash extension*, bahkan tidak semua salon kecantikan atau studio *eyelash extension* menyediakan/menawarkan hak leluasa untuk menyesuaikan tebal dan tipis nya *eyelash extension* yang di pasang.

Strategi/cara menghadapi pesaing: Terus melakukan inovasi dalam keahlian mereka, menjaga ketersediaan tren kecantikan terkini, dan meningkatkan kualitas lalu menjaga konsistensi kualitas layanan pelanggan menjadi strategi utama: Hapsy Lash. Dukungan dari

promosi media sosial melalui Instagram dan TikTok serta pendekatan "*word of mouth*" dengan rekomendasi pelanggan memperkuat daya saing Hapsy Lash.⁷

2.4.2 Segmentasi

Tabel 2. 4 Segmentasi Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Usia	18 – 40 tahun
Jenis Kelamin	Perempuan
Pekerjaan	Mahasiswi, pekerja kantoran, wirausaha, <i>content creator</i>
Lokasi	Wilayah kota atau pinggiran kota dengan akses mudah
Gaya Hidup	<i>Modern, influence</i> , mengikuti tren (fomo), aktif <i>social media</i>
Karakteristik	Suka perawatan, percaya diri, menjaga penampilan atau estetika wajah

2.4.3 Demografis

Tabel 2. 5 Demografis Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Usia	18 – 30 tahun (utama), 35 – 40 tahun (opsional)
Jenis Kelamin	Perempuan
Status	Mahasiswi, Wanita karir, ibu rumah tangga yang produktif dan <i>socialita</i>
Penghasilan	Rp 2.500.000 – Rp 15.000.000
Pendidikan	SMA/SMK, lulusan SMA/SMK, Mahasiswi, Lulusan Perguruan Tinggi
Status Pernikahan	Lajang dan menikah

⁷ Nurliaeka Damayanti and others, 'Analisis Kelayakan Bisnis Pada Salon Laulina Beauty Corner Meliputi : Aspek Keuangan, Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Hukum Dan Aspek Lingkungan', *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3.2 (2024), 179–92 <<https://doi.org/10.34010/jemba.v3i2.11451>>.

2.4.4 Geografis

Tabel 2. 6 Geografis Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Lokasi	Yogyakarta: - Sleman, Jalan Kaliurang Atas dan Bawah, Maguwoharjo, Babarsari, Seturan, Ngaglik, Gamping, Depok, Kalasan, Prambanan, Berbah.
Radius Pelayanan	Maks. 10-15 KM dari Lokasi studio

2.4.5 Psikografis

Tabel 2. 7 Psikografis Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Gaya hidup	<i>Urban modern, beauty addict</i> , fleksibel, aktif media sosial
Minat	<i>Fashion, lifestyle influencer</i> , kecantikan, perawatan diri
Kepribadian	Peduli/menghargai penampilan, percaya diri, terbuka dengan tren kecantikan.
Nilai yang di junjung	Penampilan dan pelayanan yang professional, hasil yang estetik

2.4.6 Targeting

Tabel 2. 8 Target Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Nama <i>Brand</i>	Hapsy Lash
Produk Utama	<i>Eyelash extension</i>
Tujuan <i>Targeting</i>	Untuk menentukan segmen pasar utama yang berpotensi dalam strategi pemasaran dan pelayanan

1) Target Pasar Utama (*primary*)

Tabel 2. 9 Target Pasar Utama (*Primary*) Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Usia	18 – 30 tahun
Jenis Kelamin	Perempuan
Profesi	Karyawan, <i>Influencer, Entrepreneur</i>
Lokasi	Jogja Utara (Sleman, Jalan Kaliurang Atas dan Bawah, Maguwoharjo, Babarsari, Seturan, Ngaglik, Gamping, Depok, Kalasan, Prambanan, Berbah)
Pendidikan	SMK/SMA, Mahasiswi, Lulusan Perguruan Tinggi
Penghasilan	2.000.000 – 7.000.000
Gaya Hidup	Aktif media social, peduli penampilan, <i>urban modern</i>

Perilaku Konsumen	<i>Booking via whatsapp/web gcalendar dan retouch 2-3 minggu</i>
Alasan Memilih Produk	Efisiensi waktu, menjaga Kesehatan bulumata dari maskara dan penjepit bulumata, ingin tampil cantik tanpa ribet,
Sensitivitas Harga	Cenderung memilih kualitas di banding harga murah

2) Target Pasar Sekunder (*Secondary*)

Tabel 2. 10 Target Pasar Sekunder (*Secondary*) Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Usia	31 – 40 tahun
Jenis Kelamin	Perempuan
Lokasi	Jogja Utara (Sleman, Jalan Kaliurang Atas dan Bawah, Maguwoharjo, Babarsari, Seturan, Ngaglik, Gamping, Depok, Kalasan, Prambanan, Berbah)
Profesi	Ibu muda, sosialita, wirausaha Wanita, wanita yang produktif
Penghasilan	2.000.000 – 7.000.000
Gaya hidup	Mengutamakan efisiensi waktu dan premium <i>lifestyle</i>
Perilaku Konsumen	Mengutamakan kualitas di bandingkan harga dan studio yang bersih
Alasan Memilih Produk	Tampil rapi dan cantik saat event, arisan, dan aktifitas sosial lainnya tanpa harus makeup berlebihan setiap hari
Sensitivitas Harga	Tidak terlalu sensitif

3) Strategi Penyesuaian Berdasarkan Targeting

Tabel 2. 11 Strategi Penyesuaian Hapsy Lash

Aspek	Penyesuaian Strategi
Bahasa Promosi	<i>Fun, casual, relate</i> , dan humoris untuk mahasiswi dan pekerja muda
<i>Platform</i> Promosi	Tiktok dan Instagram dengan konten seperti: <ul style="list-style-type: none"> a. Hasil <i>eyelash</i> yang natural (<i>real pict</i>) b. Video pendek yang edukatif dan <i>iconic</i> c. Tren tiktok pakai <i>sound</i> atau parodi yang viral d. <i>Before after eyelash extension</i>
Promo dan Penawaran	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Loyaltycard free eyelash</i> dengan 9x kunjungan b. Promo <i>tag us</i> mendapatkan diskon 10% dengan membuat story di Instagram dan <i>mention</i> Hapsy Lash

	c. Promo <i>bundling</i> bawa teman 2 orang booking dan mendapatkan diskon 10%
Jam Operasional	Menyesuaikan waktu <i>client</i> yang sangat fleksibel
Sistem <i>Booking</i>	<i>Via whatsapp, via google calendar</i> , dan sistem DP min.50 ribu
Fokus Pelayanan	Studio nyaman, tenang, bersih dan hasil <i>eyelash</i> yang natural sesuai selera <i>client</i> , pelayanan <i>1 on 1</i> yang nyaman
Gaya Hidup	<i>Target self-care & glow-up</i> karena ingin tampil cantik tapi <i>effortless</i> .
Perilaku Konsumen	Konsumen yang sangat pemilih dan senang mencari rekomendasi dari sosial media sehingga sangat <i>sensitive</i> terhadap <i>real or fake</i> testimoni.
Alasan Memilih Produk	Karena hasil yang natural, awet, dan bisa disesuaikan dengan selera mereka. Pelayanan yang personal juga menambah <i>trust</i> konsumen
Sensitivitas Harga	Hapsy lash memiliki harga yang cukup <i>pricey</i> untuk <i>eyelash natural single</i> , tetapi kualitas dan ketahanan sesuai harga yang di tawarkan.

2.4.7 Positioning

Hapsy lash memposisikan dirinya sebagai penyedia layanan *eyelash extension* yang berkualitas premium dengan harga terjangkau yang mempunyai ciri khas:

- 1) Hasil akhir yang natural *soft glam*
- 2) Hasil akhir dengan ketebalan yang bisa di sesuaikan kemauan pelanggan
- 3) Teknisi yang tersertifikat dan asik
- 4) Proses pemasangan yang aman, nyaman, tidak menusuk
- 5) Cocok untuk pemula atau pertama kali mencoba *eyelash extension*

a) *Positioning statement*

“*Eyelash anti ani-ani*”⁸

2.4.8 Analisis persaingan

Di pasar lokal terdapat beberapa studio atau salon kecantikan yang menawarkan *eyelash extension*. Namun, kebanyakan masih belum mengutamakan:

- 1) Hasil dan kualitas yang konsisten

⁸ A'ida Fitria, 'Studi Kelayakan Bisnis Masker Kecantikan Melalui Business Model Canvas (BMC) Studi Kasus: UKM Susu Kedelai Nandira', *Skripsi*, 2022.

- 2) Menawarkan pelayanan konsultasi yang personal
- 3) Teknik pemasangan yang sangat detail sehingga menghindari penyebab iritasi, nusuk, dan bengkak
- 4) Edukasi lash aftercare kepada pelanggan

Persaingan di industri *eyelash extension* bisa di bagi menjadi dua:

a) Kompetitor Langsung:

1. Studio *lash* lainnya di kota Jogja yang menawarkan layanan serupa.
2. *Lash artist freelance* dengan harga lebih murah (namun kadang kualitas kurang konsisten).

b) Kompetitor Tidak Langsung:

1. Salon kecantikan umum yang juga menyediakan *eyelash extension* sebagai layanan tambahan.
2. Produk DIY (*do-it-yourself*) seperti *fake lashes*, namun hasil dan ketahanannya tidak sebanding.

c) Kelebihan Kompetitor:

1. Lokasi strategis
2. Harga lebih murah dengan banyak *treatment* yang di tawarkan
3. Sudah memiliki nama dan cabang

d) Kelemahan Kompetitor:

1. Hasil tidak terlalu tahan lama untuk *standard single lash*
2. Pelayanan cenderung terburu-buru
3. Karyawan kurang di training dengan baik
4. Tidak semua menggunakan teknik yang aman
5. Tidak semua menggunakan bahan lem *extension* yang aman

e) Kelebihan Hapsy Lash dibanding Kompetitor:

Hapsy lash berpotensi unggul melalui *branding* yang kuat dengan ciri khas yang sangat *iconic*

1. Kualitas layanan yang konsisten
2. Hubungan yang hangat dengan pelanggan
3. Fokus hanya pada layanan *lash* (lebih ahli dan detail).

4. Teknik terbaru dan produk berkualitas.
5. Pengalaman studio yang nyaman, personal, dan profesional.
6. *Personal keep in touch by owner.*

f) Peluang Pasar:

1. Pertumbuhan minat terhadap penampilan diri sendiri atau *self-care*.
2. Kenaikan *tren beauty* minimalis *simple* yang mengutamakan fitur mata.
3. Peluang edukasi pasar tentang manfaat dan keamanan *lash extension*.
4. Bisa dikembangkan ke pelatihan *lash artist* dan penjualan produk.
5. Banyak pelanggan kecewa dengan hasil dari tempat lain dan mencari penyedia layanan yang lebih profesional.
6. Peluang edukasi melalui media sosial (*tips & trick lash aftercare, before-after*; edukasi ketahanan *eyelash extension*, edukasi Kesehatan bulumata).
7. Bisa dikembangkan ke pelatihan *lash artist(course)*.

2.4.9 Pemasaran Hapsy Lash

1) Media social menjadi alat utama promosi Hapsy Lash

Hapsy Lash memanfaatkan *platform* seperti **Instagram** dan **TikTok** untuk menampilkan hasil layanan *eyelash extension*. Konten visual seperti *before-after*, Sejarah berdirinya Hapsy Lash, testimoni pelanggan, dan video proses pemasangan *lash* digunakan untuk menarik perhatian calon pelanggan. Pesan pemasaran utama anda: “***eyelash anti ani-ani***”

a. Pesan ini mencerminkan nilai inti dari *brand* Hapsy Lash, yaitu:

1. Tampil cantik dengan natural dan elegan
2. Percaya diri dengan tampil cantik
3. Profesionalitas dan Kenyamanan

Mematahkan *overthinking* para wanita yang ingin mencoba *eyelash extention* tapi takut setebal ulat bulu atau di juluki seperti “ani-ani”

- b. Anggaran pemasaran hapsy lash

Pertama kali Hapsy Lash berdiri tidak ada anggaran yang dikeluarkan untuk pemasaran, namun seiring berjalannya waktu Hapsy Lash telah menggunakan Instagram *ads* 4 bulan terakhir ini.
 - c. Strategi penjualan Hapsy Lash



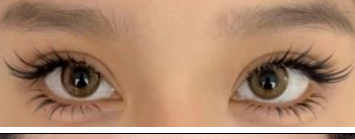

Hapsy lash memiliki studio/*workshop* sendiri dan *collab* Bersama *coffeshop* yang bersebelahan, proses penjualan Hapsy Lash melalui beberapa tahapan yang terstruktur untuk memastikan pelanggan mendapatkan pengalaman terbaik, mulai dari awal *appointment* hingga selesai.
- 2) Penawaran dan promosi
- a. Media sosial seperti Instagram dan TikTok digunakan untuk membangun kesadaran merk.
 - b. Konten seperti *before-after lash*, testimoni, dan promosi diposting secara konsisten.
 - c. Terkadang menggunakan instagram ads (paid) untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan.
- 3) *Repeat order & word of mouth*
- a. Jika pelanggan puas, kemungkinan besar mereka akan kembali dan merekomendasikan ke teman.
 - b. *Repeat order* ini adalah bagian penting dari proses penjualan jangka panjang.
 - c. Pelanggan yang *repeat order* min 2x datang akan mendapatkan *loyalty card* yang dimana pelanggan harus memenuhi 9x *stamp* untuk mendapatkan *free eyelash* dari Hapsy Lash.
- 4) Paket Promosi *Grand Opening*
- Hapsy Lash menawarkan paket promosi saat *grand opening* dengan diskon 50% 1 minggu dari awal *grand opening*
- 5) Penetapan harga
- Strategi penetapan harga **Hapsy Lash** bisa menggunakan pendekatan "**Value-Based Pricing**" (berdasarkan nilai yang dirasakan pelanggan), bukan hanya sekadar bersaing harga. Berikut penjelasan strateginya:


PRICE LIST	
<i>Bee Bontia Lashes</i>	
<i>Eyelash Extensions</i>	
Classic	\$80
Hybrid	\$90
Volume	\$100
Mega Volume	\$110
Wispny	\$120
<i>2-3 Weeks Fill</i>	
Classic Fill	\$65
Hybrid Fill	\$75
Volume Fill	\$85
Mega Volume Fill	\$95
Wispny Fill	\$105
<i>Lash Lifts</i>	
Lash Lift	\$60
Lash Tint	\$40

Gambar 2. 2 Contoh Daftar Harga

Hapsy lash menawarkan 5 *look style* untuk *eyelash extension Classic Lash* tampilan natural dan ringan cocok untuk pemula, Berikut *pricelist* Hapsy Lash:

Tabel 2. 12 Katalog Layanan Hapsy Lash

Jenis layanan	Gambar	Harga (Rata-Rata)
<i>Korean look</i>		150.000
<i>Kylie look</i>		150.000
<i>Filter look</i>		150.000
<i>Soft anime</i>		200.000

<i>Latina look</i>		200.000
<i>Remove eyelash extension</i> pemasangan Hapsy Lash		35.000
<i>Remove eyelash extension</i> pemasangan dari studio lain		50.000
<i>Home Service</i>		+ <i>add on</i> 100.000 (jauh dekat)

2.5 ASPEK ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA

2.5.1 Struktur Organisasi

Hapsy Lash merupakan UMKM yang saat ini di kelola dan di operasikan sepenuhnya oleh pemilik usaha, dengan model *solopreneurship*, seluruh kegiatan operasional, pelayanan, hingga pemasaran ditangani langsung oleh pemilik usaha, sehingga struktur organisasi bersifat sederhana.

2.5.2 Tugas dan Tanggung Jawab Pemilik

Pemilik usaha memegang berbagai *jobdesk* dalam menjalankan Hapsy Lash, yaitu:

Tabel 2. 13 Tugas dan Tanggung Jawab Pemilik Hapsy Lash

Fungsi	Tanggung Jawab
<i>Lash artist/ Lash tech</i>	Mengaplikasikan <i>eyelash extension</i> , konsultasi pelanggan, dan edukasi <i>aftercare</i>
Operasional Harian	Menyiapkan alat, Menyusun jadwal <i>appointment</i> , memastikan kebersihan ruang layanan
Keuangan	Mengatur pencatatan pemasukan dan pengeluaran
Pemasaran dan Promosi	Mengelola akun media sosial, membuat konten promosi dan berinteraksi dengan pelanggan
Hubungan Pelanggan	Melayani komunikasi via <i>whatsapp</i> dan Instagram, <i>follow-up</i> pelanggan

Pengadaan Bahan	Mengatur pembelian bahan baku seperti bulumata, lem <i>eyelash</i> dan peralatan lainnya
-----------------	--

2.5.3 Alasan Tidak Memiliki Karyawan

Model bisnis saat ini masih dapat dijalankan secara efektif oleh pemilik usaha Hapsy Lash karena:

1. Pemilik memiliki keahlian teknis dalam layanan ini
2. Efisiensi biaya lebih optimal tanpa biaya tenaga kerja tetap
3. Menjaga *trust* pelanggan
4. Lebih *keep in touch* secara personal

2.5.4 Rencana Sumber Daya Manusia Kedepan

Dalam jangka menengah hingga jangka panjang, Hapsy Lash memiliki rencana pengembangan sumber daya manusia seperti:

1. Merekrut teknisi tambahan saat permintaan pelanggan meningkat
2. Melatih teknisi baru secara *private* agar standar layanan tetap konsisten
3. Membangun tim kecil untuk membagi tugas teknis dan administrasi

2.5.5 Kesimpulan

Meskipun dikelola sepenuhnya oleh pemilik, aspek sumber daya manusia dalam usaha ini tetap menjadi bagian penting demi kebaikan bisnis ke depan nya, kemampuan *multitasking*, efisiensi waktu, dan kedisiplinan pemilik merupakan asset utama dalam pengelolaan usaha sehari-hari dan jangka panjang.⁹

2.6 ASPEK KEUANGAN

2.6.1 Estimasi Modal Awal

Tabel 2. 14 Estimasi Modal Awal

Kebutuhan	Estimasi Biaya
Sewa tempat 1 tahun dan Renovasi	20.000.000
Interior Studio	10.000.000
Peralatan <i>Eyelash</i> (<i>bed</i> , lampu LED, kursi dll)	9.000.000
Alat dan Bahan <i>eyelash</i> (lem, bulu, pinset dll)	1.500.000

⁹ Yohanes Willy and Jane Sekarsari, 'Analisis Aspek Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pekerja Proyek Konstruksi', *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 3.3 (2020), 523 <<https://doi.org/10.24912/jmts.v3i3.8392>>.

Total Modal Awal	40.500.000
-------------------------	-------------------

2.6.2 Estimasi Laba Rugi

Tabel 2. 15 Estimasi Laba Rugi

Keterangan	Maret	April	Mei	Juni	Total (4 Bulan)
Pendapatan					
Penjualan Jasa Utama	3.750.000	4.200.000	8.400.000	16.800.000	33.150.000
Target per Hari	1 (25h)	1 (28h)	2 (28h)	4 (28h)	
Total Pendapatan	3.750.000	4.200.000	8.400.000	16.800.000	33.150.000
Biaya Operasional					Jumlah
Gaji	375.000	420.000	840.000	1.680.000	3.240.000
Sewa Tempat dan Renovasi	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	24.000.000
Bahan Baku <i>Eyelash</i>	700.000	700.000	700.000	700.000	2.800.000
Utilitas	-	-	400.000	400.000	800.000
Marketing	-	-	-	-	
Total Biaya Operasional	3.075.000	3.120.000	3.940.000	4.780.000	14.915.000
Laba Bersih (Pendapatan – Biaya Operasional)	675.000	1.080.000	4.460.000	12.020.000	18.235.000
Presentase Laba Bersih (Laba Bersih/Total Pendapatan) x 100%	18%	74,29%	53,10%	71,55%	-

a. Presentase Keuntungan Total Pendapatan Hapsy Lash

$$\text{Presentase Keuntungan} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100\%$$

1) Neraca Keuangan

Tabel 2. 16 Neraca Keuangan

Aset Lancar	Jumlah
Kas	18.235.000
Piutang Usaha	-
Persediaan Produk	1.500.000
Total Aset Lancar	19.735.000
Aset Tetap	Jumlah
Sewa Tempat 1 Tahun	20.000.000
Peralatan <i>Eyelash</i>	9.000.000
Renovasi Interior Salon	10.000.000

Total Aset Tetap	39.000.000
Kewajiban	Jumlah
Utang Usaha (Bahan dan Sewa)	-
Utang Gaji dan Komisi	-
Total Kewajiban	-
Ekuitas	Jumlah
Modal Pemilik	40.500.000
Laba Ditahan	19.735.000
Total Ekuitas	60.235.000

2.6.3 Ringkasan Arus Kas

Tabel 2. 17 Arus Kas Hapsy Lash

Keterangan	Jumlah
Arus Kas Dari Operasi	18.235.000
Arus Kas Dari Investasi	39.000.000
Kenaikan Kas Bersih	20.765.000

a. Kenaikan Kas Bersih

$$\begin{aligned}
 \text{Kenaikan Kas Bersih} &= \text{Arus Kas Investasi} - \text{Arus Kas Operasi} \\
 &= 39.000.000 - 18.235.000 \\
 &= \mathbf{20.765.000}
 \end{aligned}$$

2.6.4 Rasio Keuangan

a) Rasio Profitabilitas

Net Profit Margin (Margin Laba Bersih) yang dimana mengukur seberapa besar laba bersih Hapsy Lash dibandingkan pendapatan Hapsy Lash.

$$\begin{aligned}
 \text{Net Profit Margin} &= \left(\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Pendapatan}} \right) \times 100\% \\
 &= \left(\frac{18.235.000}{33.150.00} \right) \times 100\% \\
 &= \mathbf{55.01\%}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rasio profitabilitas, Hapsy Lash menghasilkan 55.01% dari keuntungan bersih yang menunjukkan efisiensi operasional Hapsy Lash cukup baik.

b) Rasio Likuiditas

Current ratio (rasio lancar) ini menilai kemampuan Hapsy Lash ini membayar kewajiban jangka pendek dengan asset lancar.

$$\begin{aligned} \text{Current Ratio} &= \frac{\text{Total Asset Lancar}}{\text{Total Kewajiban}} \\ &= \frac{19.735.000}{0} \\ &= - \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, hasil yang didapatkan yaitu artinya *current rasio* Hapsy Lash disini tidak ada kewajiban jangka pendek.

c) Rasio Solvabilitas

Debt to equity ratio (DER) ini menilai seberapa besarnya proporsi pendanaan dari utang di bandingkan modal sendiri.

$$\begin{aligned} \text{Debt to Equity Ratio} &= \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}} \\ &= \frac{0}{60.235.000} \\ &= \mathbf{0} \end{aligned}$$

Debt to equity ratio Hapsy Lash menyatakan semua modal bisnis dari ekuitas pemilik tanpa utang dari manapun.

d) Ratio aktivitas

Return on Assets (ROA) ini mengukur seberapa efektif asset Hapsy Lash untuk menghasilkan laba.

$$\begin{aligned} \text{Return On Assets} &= \left(\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \right) \times 100\% \\ &= \left(\frac{18.235.000}{58.735.000} \right) \times 100\% \\ &= \mathbf{31.04\%} \end{aligned}$$

Asset yang di miliki Hapsy Lash sangat efisien dalam menghasilkan keuntungan.

Kesimpulan Analisis Keuangan Singkat

Tabel 2. 18 Analisis Keuangan

RASIO	NILAI	INTERPRETASI SINGKAT
<i>Net Profit Margin</i>	55,01%	Sangat menguntungkan
<i>Current Ratio</i>	-	Tidak ada utang jangka pendek
<i>Debt to Equity Ratio</i>	0	Tidak menggunakan utang sama sekali
<i>Return on Assset</i>	31,04%	Asset yang dimiliki Hapsy Lash produktif dalam menghasilkan laba

2.7 ASPEK TEKNOLOGI DIGITAL

Teknologi digital dimanfaatkan untuk *branding* Hapsy Lash dan menjangkau pelanggan lebih luas dan Hapsy Lash menggunakan beberapa teknologi digital yang di adopsi untuk menunjang proses bisnis, seperti:¹⁰

- 1) *Smartphone* yang digunakan *Iphone 15 pro/Iphone 11 pro*
- 2) *Ipad air 4*
- 3) *Macbook*

Selain itu alat yang mempermudah proses bisnis Hapsy Lash ada di *Website* dan aplikasi untuk reservasi dan rekap data pelanggan yaitu:

- 1) Aplikasi *Notion* untuk rekap data pelanggan
- 2) *Google Calendar* untuk data booking/appointment pelanggan Hapsy Lash, aplikasi *google calendar* ini sangat memudahkan jadwal pelanggan dengan *lash artist* untuk menyesuaikan jam dan hari ketika *appointment*.
- 3) Aplikasi *Whatsapp* ini mempermudah pelanggan untuk konfirmasi jadwal *appointment*, *reminder appointment* bahkan mempermudah pelanggan untuk konsultasi online sebelum *booking*
- 4) *Google Maps* untuk mempermudah pelanggan melacak keberadaan studio Hapsy Lash
- 5) Hapsy Lash juga sangat mengutamakan kepercayaan pelanggan baru maka dari itu Hapsy Lash menyusun rapi dan terkonsep sosial media *Instagram* Hapsy Lash

¹⁰ Rahayu Pancaningsih and others, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop Kumara Store Di Sukoharjo', *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1.4 (2022), 134–48.

sebagai portofolio yang di sertai banyak testimoni, hasil *eyelash* berbagai macam bentuk mata, *story* Instagram yang selalu aktif untuk memberitahu jam operasional hingga memudahkan pelanggan karena petunjuk yang di tautkan untuk *appointment*

- 6) Hapsy Lash juga sangat mengutamakan video konten di sosial media TikTok untuk mempermudah strategi promosi Hapsy Lash dan sedikit membantu menjangkau target pasar.
- 7) Untuk membuat laporan keuangan Hapsy Lash hanya menggunakan *spreadsheet* secara online dan di rekap perbulan.¹¹

2.8 ANALISIS RISIKO DAN STRATEGI KELUAR

2.8.1 Risiko Operasional

- 1) *Lash tech* yang tiba-tiba sakit atau berhalangan untuk menangani pelanggan
- 2) Kualitas layanan menurun karena kurangnya fokus menjaga konsistensi
- 3) Kesalahan teknis terjadi saat proses pemasangan yang mengakibatkan iritasi

Mitigasi:

- 4) Rekrutmen *lash tech/assistant* yang berpengalaman
- 5) Menyediakan *open card* untuk pelanggan dan selalu meminta kritik dan saran melalui *whatsapp* untuk mengetahui perubahan positif dan negatif nya kualitas Hapsy Lash
- 6) SOP layanan dan standar yang ketat

2.8.2 Risiko Pasar

- 1) Persaingan tinggi di pasar lokal kota Yogyakarta, dengan banyaknya studio kecantikan yang bermunculan.
- 2) Tren kecantikan cepat berubah
- 3) Pelanggan memiliki karakter cocok dan tidak cocok terhadap pelayanan

Mitigasi:

- 4) Membangun *brand* yang kuat dan memiliki ciri khas yang *iconic*
- 5) Aktif di media sosial untuk mengikuti perkembangan tren pasar kecantikan terutama *eyelash extension*

¹¹ Loyalitas Konsumen and Naela Ashfiyyatul Wafi, 'Glow Up Strategy : Pelatihan Strategi Pemasaran UMKM Produk Kecantikan Di Era Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan', 9.1 (2025), 118–26.

- 6) Membangun dan membuat kesan pertama pengalaman yang baik saat *treatment* di Hapsy Lash

2.8.3 Risiko Keuangan

- 1) Arus kas keuangan terganggu karena biaya operasional tetap tinggi saat penjualan turun
- 2) Kenaikan harga bahan baku *eyelash extension* dari *supplier*

Mitigasi:

- 3) Membuat rencana keuangan yang tersistematis dan terhitung dengan baik
- 4) Menetapkan harga jauh dengan HPP dari awal beroperasi¹²

¹² Melani Kadar and others, 'Analisis Resiko Pada UMKM Pabrik Kerupuk Putri Bungsu Di Kota Jambi', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3.2 (2024), 425.

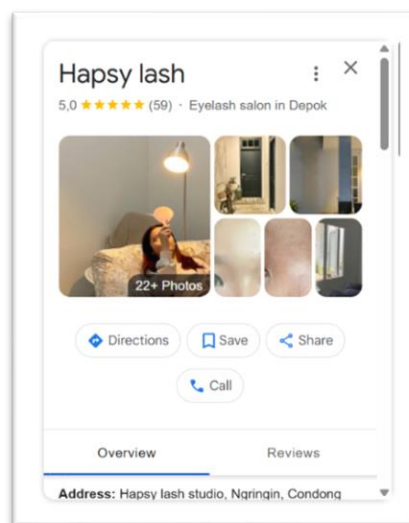
BAB III
LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

3.1 PROFIL BISNIS



Gambar 3. 1 Logo Hapsy Lash

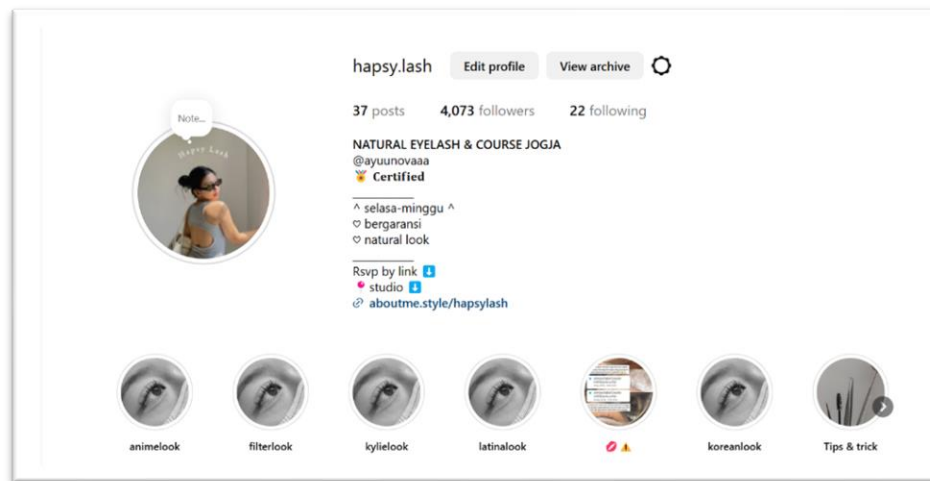
Nama Usaha : Hapsy Lash
Bidang Usaha : Layanan Kecantikan – Spesialis *Eyelash Extension*
Tahun Berdiri : 2024
Alamat : Jl. Pawirokuwat No.109, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283



Gambar 3. 2 Rating Hapsy Lash di Google Maps

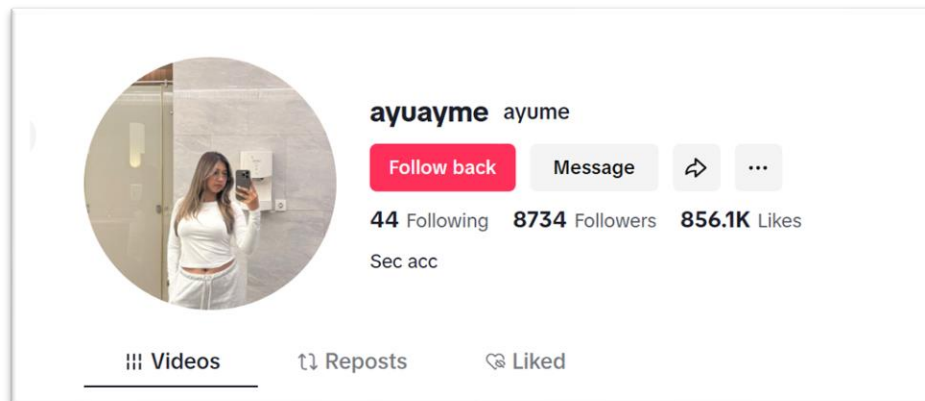
Media Sosial :

1. Instagram : @hapsy.lash



Gambar 3. 3 Instagram Hapsy Lash

2. TikTok : @ayuayme (akun kedua pemilik Hapsy Lash)



Gambar 3. 4 TikTok Hapsy Lash

3. Email : hapsyscrunchie@gmail.com

4. Whatsapp : +62 897-2498-885

3.1.1 Visi

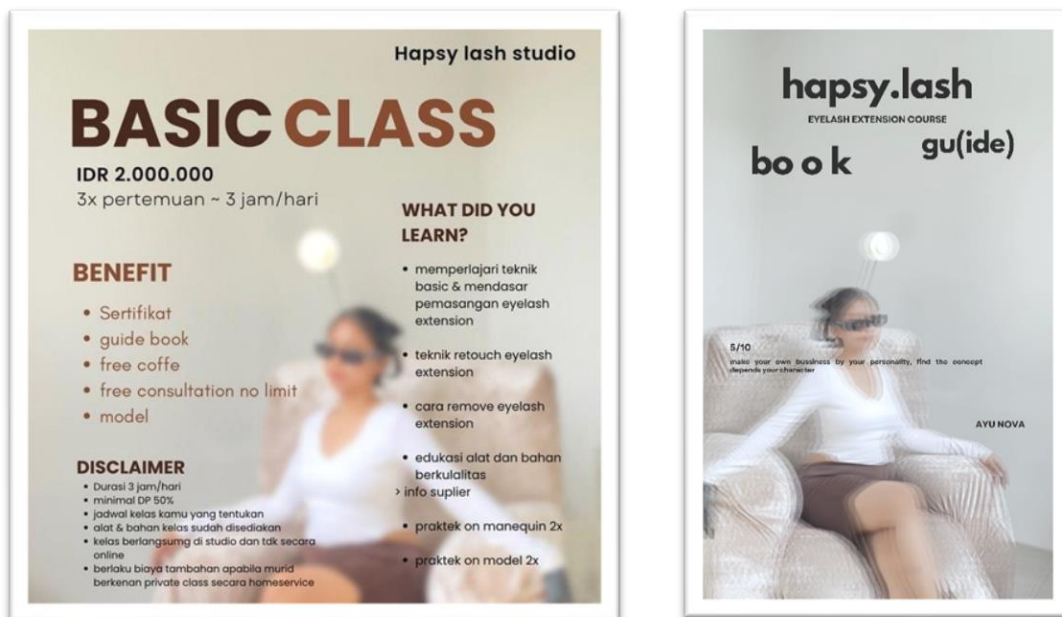
Menjadi *brand eyelash extension* terpercaya di yogyakarta yang mengutamakan kualitas, kenyamanan, dan pelayanan profesional.

3.1.2 Misi

- 1) Memberikan layanan *eyelash extension* yang aman, nyaman, dan sesuai dengan bentuk mata pelanggan.
- 2) Meningkatkan rasa percaya diri pelanggan melalui tampilan mata yang *soft glam*, natural dan menarik.
- 3) Memakai bahan baku yang berkualitas tinggi untuk menunjang perawatan bulu mata.
- 4) Membangun komunitas lashpreneur melalui pelatihan dan sertifikasi *lash artist*.¹³

3.1.3 Layanan Utama

- 1) *Classic lash extension*
- 2) *Hybrid lash extension*
- 3) *Wispy lash extension*
- 4) *Lash removal & retouch*
- 5) *Eyelash course*



Gambar 3. 5 Hapsy Lash *Eyelash Course*

¹³ Norvadewi Norvadewi, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Salon Muslimah Zhafira Samarinda', *Fenomena*, 6.2 (2014), 293 <<https://doi.org/10.21093/fj.v6i2.557>>.

3.1.4 Keunggulan Hapsy Lash

- 1) Teknisi berpengalaman dan tersertifikasi



Gambar 3. 6 *Lash Artist's Certification*

- 2) Bahan berkualitas tinggi dan *hypoallergenic*
- 3) Tempat nyaman dengan standar kebersihan



Gambar 3. 7 Studio Hapsy Lash

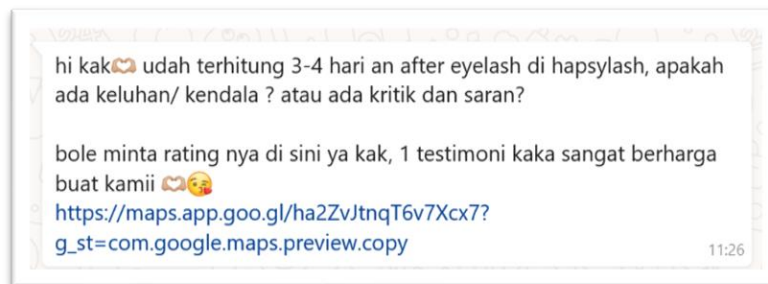
- 4) Hasil natural dan tahan lama hingga 3 minggu
- 5) Gratis konsultasi bentuk *lash* sesuai mata

6) Edukasi merawat *eyelash extension*



Gambar 3. 8 *Eyelash Aftercare Instruction*

7) Garansi 3 hari setelah pemasangan *eyelash extension*



Gambar 3. 9 *Broadcast Testimoni Customer*

8) *Free spoli eyelash extension*

9) *Lash spa treatment* sebelum pemasangan *eyelash extension*

3.1.5 Target Pasar

Tabel 3. 1 Target Pasar Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Usia	18 – 40 tahun
Jenis Kelamin	Perempuan
Pekerjaan	Mahasiswi, Pekerja Kantoran, Wirausaha, <i>Content Creator</i>
Lokasi	Wilayah kota atau pinggiran kota dengan akses mudah
Gaya Hidup	<i>Modern, influence</i> , mengikuti tren (fomo), aktif <i>social media</i>

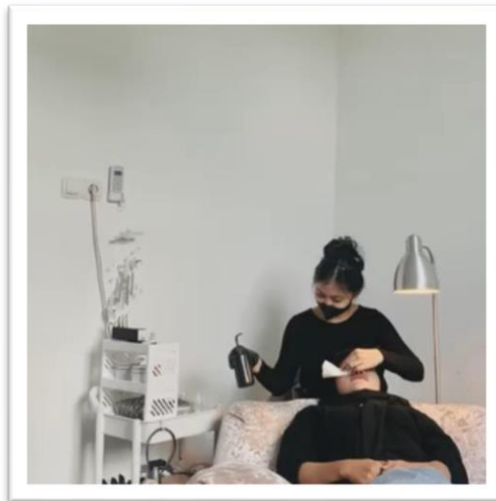
Karakteristik	Suka perawatan, percaya diri, menjaga penampilan atau estetika wajah
---------------	--

3.1.6 Keunggulan Kompetitif

Kelebihan Hapsy Lash dibanding kompetitor:

Hapsy Lash berpotensi unggul melalui *branding* yang kuat dengan ciri khas yang sangat *iconic*

1. Kualitas layanan yang konsisten
2. Hubungan yang hangat dengan pelanggan
3. Fokus hanya pada layanan *lash* (lebih ahli dan detail).
4. Teknik terbaru dan produk berkualitas.
5. Pengalaman studio yang nyaman, personal, dan profesional.
6. *Personal keep in touch by owner.*



Gambar 3. 10 Pelayanan Hapsy Lash

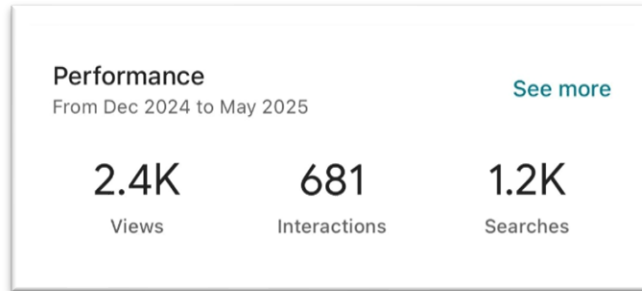
3.1.7 Struktur organisasi

Tabel 3. 2 Struktur Organisasi

Pengelola Hapsy Lash	Owner
Lash Tech/ Lash Art	Owner

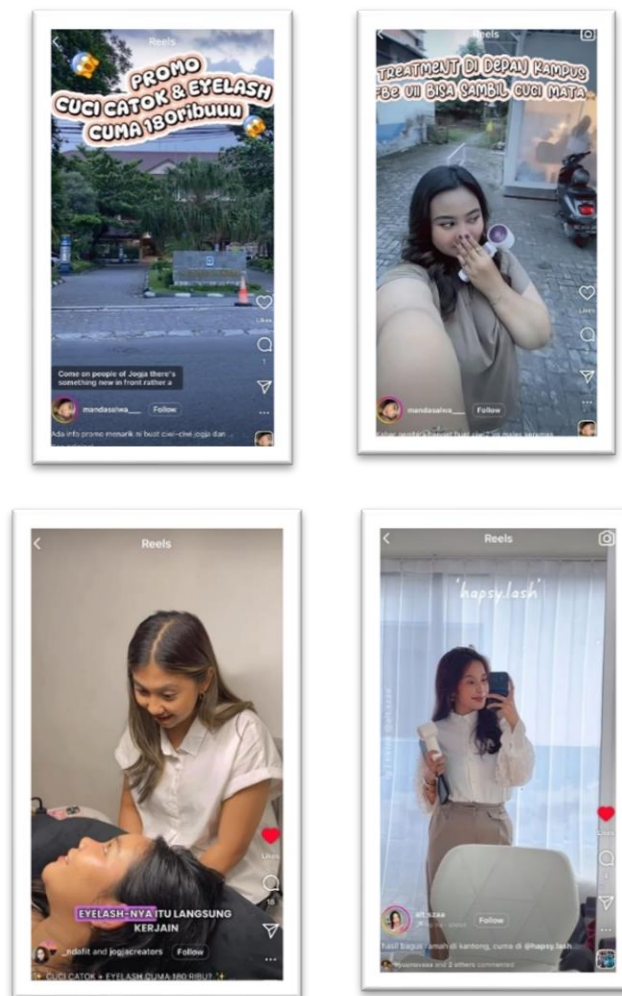
3.1.8 Pencapaian

- 1) Melayani lebih dari 1.000 pelanggan sejak awal berdiri



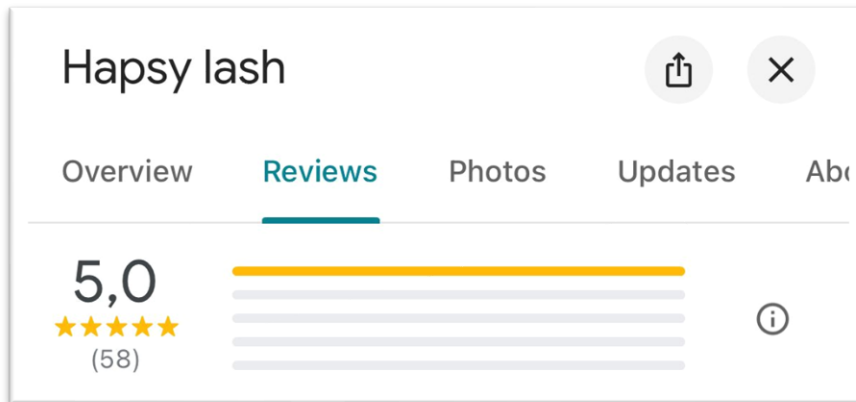
Gambar 3. 11 Performance Hapsy Lash

2) Kolaborasi dengan *beautypreneur*



Gambar 3. 12 Kolaborasi dengan *Beautypreneur*

3) Rata-rata *rating* 5/5 di *google maps*



Gambar 3. 13 *Rating* Hapsy Lash

3.2 TINJAUAN ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

3.2.1 Tinjauan Segmentasi Pasar

Hapsy Lash telah menetapkan segmentasi pasar yang tepat dan relevan dengan karakteristik layanan dan hasil yang di tawarkan, yaitu jasa *natural eyelash extension*.

a) Demografis

1. Usia: 18 – 40 tahun ini rentang usia yang produktif dan sangat peduli penampilan. Di usia ini, konsumen lebih terbuka terhadap tren kecantikan modern, termasuk *natural eyelash extension*
2. Jenis kelamin: Perempuan menjadi target utama Hapsy Lash karena mayoritas peminat *eyelash extension* adalah wanita.
3. Pekerjaan: Mahasiswa, Wanita Karir, *Content Creator*, dan wirausaha merupakan kelompok yang memerlukan tampilan menarik dan rapi untuk menunjang aktivitas profesional terutama sosial.

b) Geografis

1. Lokasi: Hapsy Lash berfokus pada wilayah kota Jogja Pusat dan Jogja Utara ataupun pinggiran kota yang mudah di akses, karena lokasi yang nyaman dan mudah di akses merupakan faktor penting dalam pemilihan jasa kecantikan.

c) Psikografi

1. Gaya hidup: Hapsy Lash menargetkan ke pemilik gaya hidup *modern* dan aktif di media sosial, serta mengikuti tren (FOMO). Hal ini lah yang membuat mereka mencoba berbagai hal yang baru/sedang tren atau di rekomendasikan secara *online*.
2. Karakteristik pribadi: konsumen yang peduli terhadap penampilan, percaya diri dan selalu merawat diri dengan baik yang cenderung tertarik pada layanan *eyelash extension* untuk menunjang estetika wajah mereka.

d) Perilaku Konsumen

1. Konsumen yang disasar memiliki perilaku konsumtif dengan produk/layanan kecantikan, mencari pengalaman pelayanan yang nyaman, mencoba hal baru yang menurut dia sangat menarik, lebih mengutamakan kualitas di banding harga, dan hasil yang natural tapi tahan lama dan *worth it*.
2. Dan mereka berpotensi untuk memberikan review seperti *word of mouth*, membagikan testi *review* jujur di media sosial dan bisa jadi *micro-influence* yang dapat memperluas jangkauan pemasaran Hapsy Lash.

3.2.2 Target pasar

Tabel 3. 3 Target Pasar Hapsy Lash

Kriteria	Detail
Usia	18 – 30 tahun
Jenis Kelamin	Perempuan
Profesi	Karyawan, <i>Influencer</i> , <i>Entrepreneur</i>
Lokasi	Jogja Utara (Sleman, Jalan Kaliurang Atas dan Bawah, Maguwoharjo, Babarsari, Seturan, Ngaglik, Gamping, Depok, Kalasan, Prambanan, Berbah)
Pendidikan	SMK/SMA, Mahasiswi, Lulusan Perguruan Tinggi
Penghasilan	2.000.000 – 7.000.000
Gaya Hidup	Aktif media social, peduli penampilan, <i>urban modern</i>
Perilaku Konsumen	<i>Booking via whatsapp/web gcalendar</i> dan <i>retouch</i> 2-3 minggu
Alasan Memilih Produk	Efisiensi waktu, menjaga Kesehatan bulumata dari maskara dan penjepit bulumata, ingin tampil cantik tanpa ribet.
Sensitivitas Harga	Cenderung memilih kualitas di banding harga murah

3.2.3 Positioning






Hapsy Lash memposisikan diri dan membuat *branding* sebagai:

“*eyelash extension* anti ani-ani ulet bulu, tampil natural dan elegan”

3.2.4 Strategi Marketing Mix (4P)¹⁴

1) Produk

Tabel 3. 4 Produk Hapsy Lash

Jenis Layanan	Gambar	Harga (Rata-rata)
<i>Korean Look</i>		150.000
<i>Kylie look Look</i>		150.000
<i>Filter Look</i>		150.000
<i>Soft Anime</i>		200.000
<i>Latina Look</i>		200.000

2) Layanan *eyelash extension* natural (*classic single – double lash*)

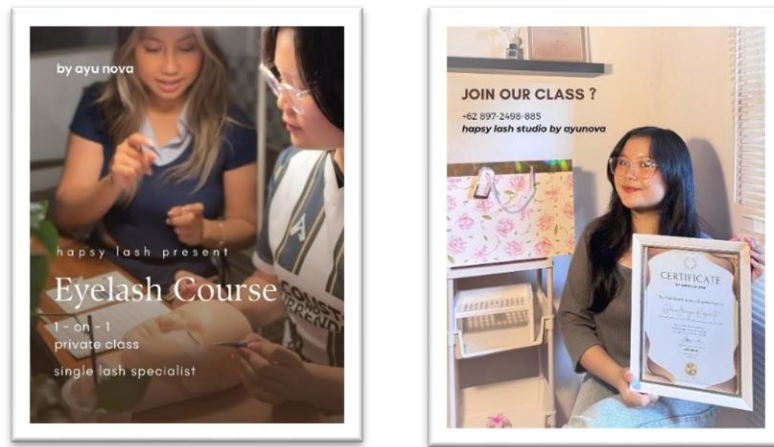
3) *Retouch eyelash*



Gambar 3. 14 *Retouch Eyelash*

¹⁴ Iir Tsamrotur Rofa and others, ‘Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis’, *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1.2 (2021), 222–35 <<https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.945>>.

4) *Eyelash course*



Gambar 3. 15 *Eyelash Course*

5) *Lash removal*

6) *Aftercare kit*

7) *Layanan konsultasi*

8) *Price*



Gambar 3. 16 *Pricelist Hapsy Lash*

9) *Harga stabil dan tidak naik turun*

10) *Loyalty card* dan diskon untuk pelanggan



Gambar 3. 17 *Loyalty Card*

11) Strategi harga terjangkau dengan kualitas premium

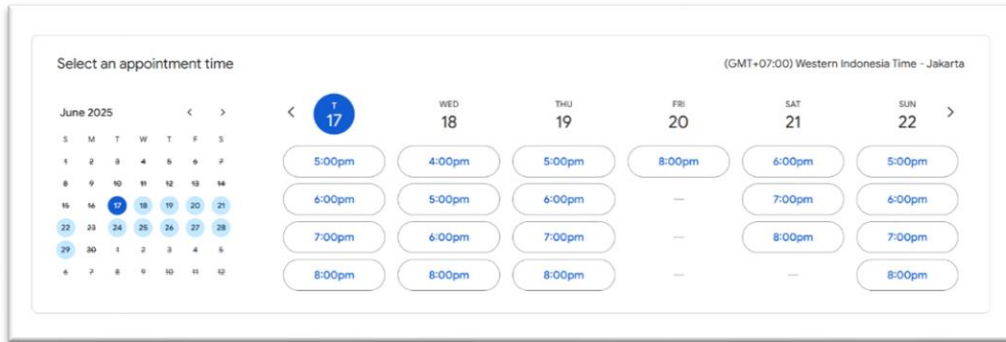
12) Lokasi strategis di pusat kota Yogyakarta dan di depan kampus FBE UII Concat



Gambar 3. 18 Lokasi Strategis Hpsy Lash

13) Suasana studio yang *instagramable* dan nyaman

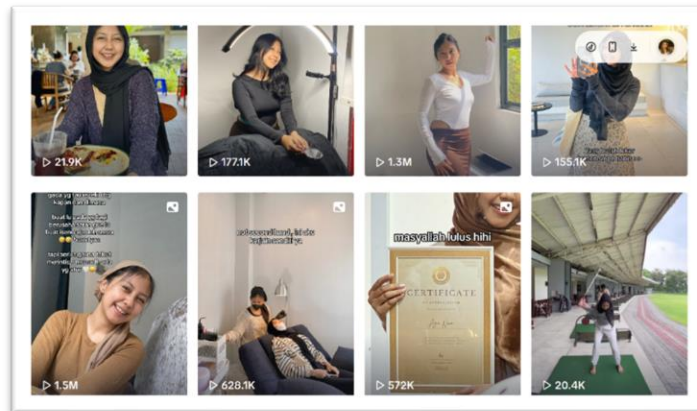
14) Pemesanan layanan mudah melalui via *website google calendar* dan via *whatsapp*



Gambar 3. 19 Penggunaan *Google Calendar*

Promotion¹⁵

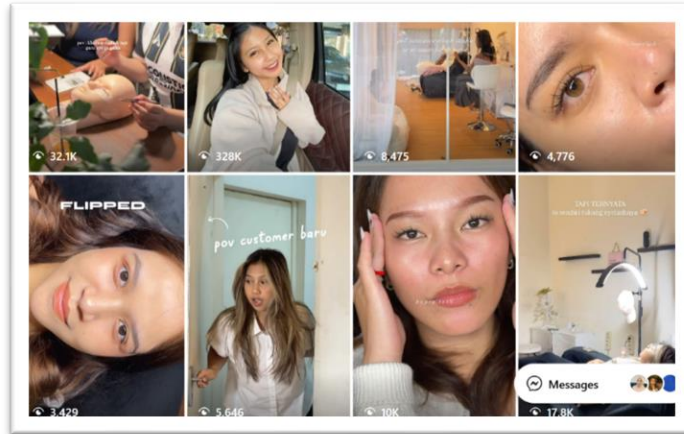
1) Konten estetik di TikTok



Gambar 3. 20 Promosi Hapsy Lash via TikTok

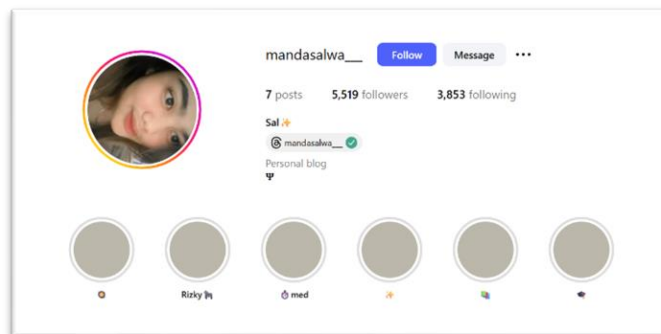
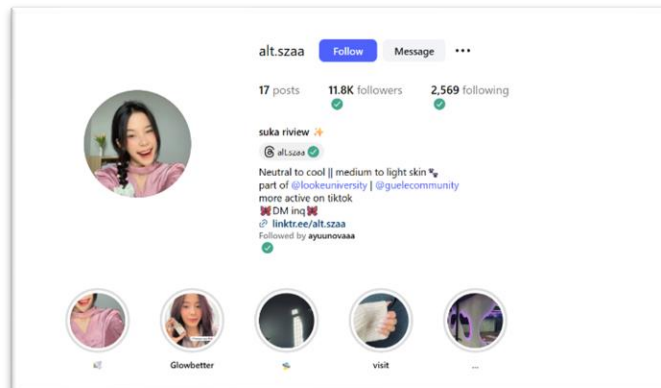
¹⁵ Selfi Hilda Andri Yastutik and Detak Prapanca, 'Pengaruh Duta Merek, Kualitas Produk, Dan Pemasaran Digital Pada Keputusan Pembelian Produk Kecantikan', *Interaction Communication Studies Journal*, 1.2 (2024), 329–48 <<https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2974>>.

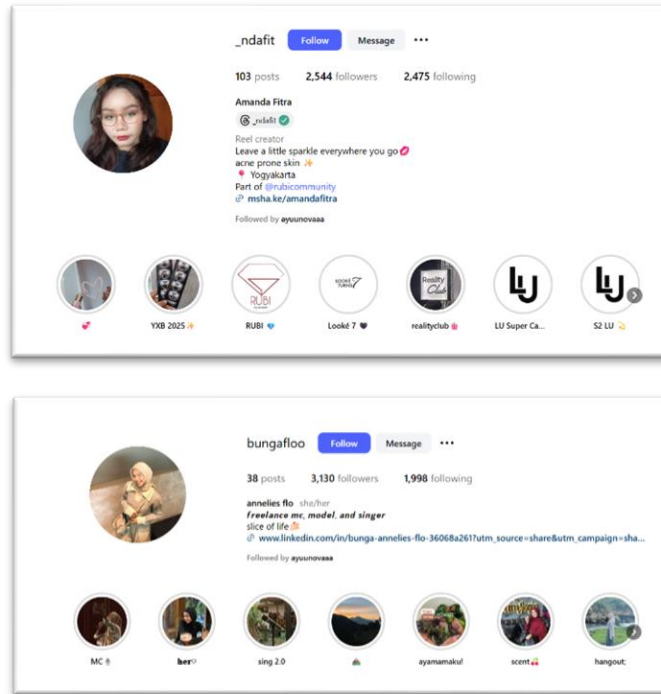
2) Konten edukatif di reels Instagram



Gambar 3. 21 Promosi Hapsy Lash via Instagram

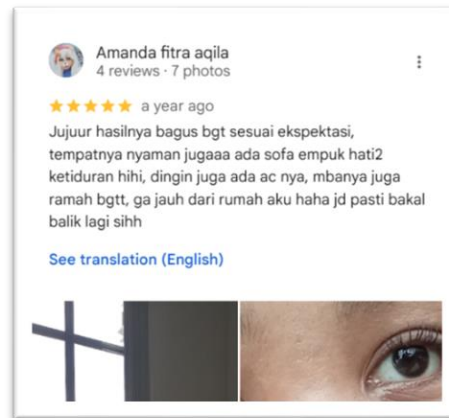
3) Kerjasama dengan beauty influencer lokal Yogyakarta

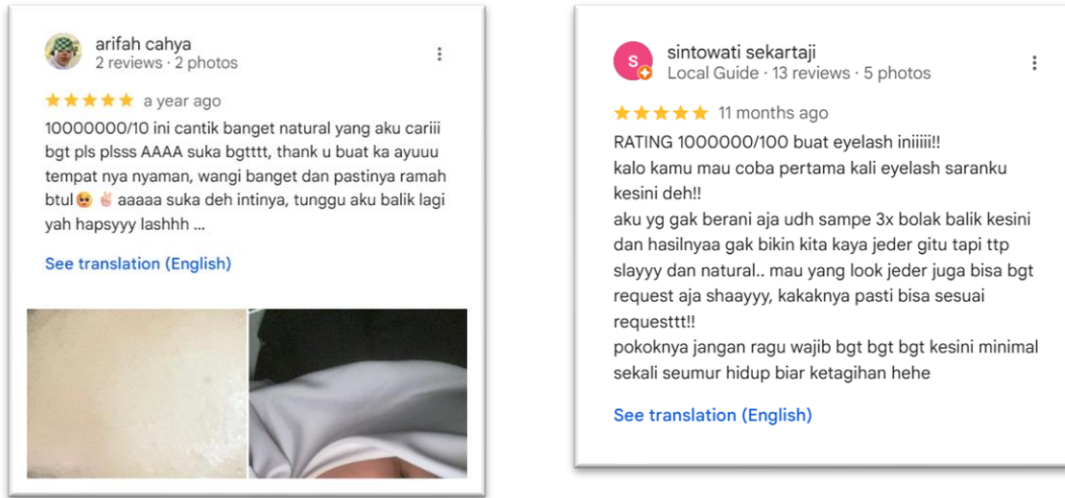




Gambar 3. 22 Collab dengan Beautypreneur

4) Testimoni pelanggan dan *before after*





Gambar 3. 23 Testimoni *Customer Hapsy Lash*

5) *Referral* program: ajak teman dan dapat diskon

3.2.5 Keunggulan Kompetitif

Hapsy lash memiliki beberapa keunggulan dibanding kompetitor

- 1) Spesialisasi di *eyelash extension* natural: lebih ahli, konsisten, dan detail terhadap pemasangan *lonl*
- 2) Layanan personal: *owner* turun langsung mengerjakan *eyelash* pelanggan dan menjaga hubungan hangat dan kepercayaan pelanggan
- 3) *Branding* yang kuat di media social TikTok dan *iconic*
- 4) Kenyamanan studio dan pendekatan professional
- 5) Teknik dan produk terkini: kualitas unggul dan tahan lama untuk hitungan pemasangan *lonl*
- 6) Melayani > 1000 pelanggan sejak 2024: bukti kredibilitas
- 7) *Rating 5/5* di *google maps*: daya tarik calon pelanggan baru

3.2.6 Media dan Saluran Pemasaran

- 1) Instagram: media utama Hapsy Lash untuk menunjukkan portofolio hasil *eyelash*, interkasi terhadap pelanggan, edukasi
- 2) Tiktok: personal branding owner, story telling bisnis, konten lifestyle
- 3) Whatsapp: saluran reservasi, konsultasi dan komunikasi lainnya

- 4) Google Maps: menambah kepercayaan melalui ulasan pelanggan
- 5) Kolaborasi: Open barter bersama KOL lokal untuk memperluas jangkauan pasar

3.2.7 Rekomendasi Peningkatan Pemasaran

- 1) Tingkat konten edukatif dan *storytelling* tentang *eyelash care* di TikTok dan Instagram
- 2) Buat campaign promosi musiman (misalnya: *back to campus look*, *Ramadhan look*, *makeup look*)
- 3) Menambahkann *membership/ loyalty card* untuk pelanggan yang loyal akan mendapatkan *reward point*.

3.3 TINJAUAN ASPEK OPERASIONAL

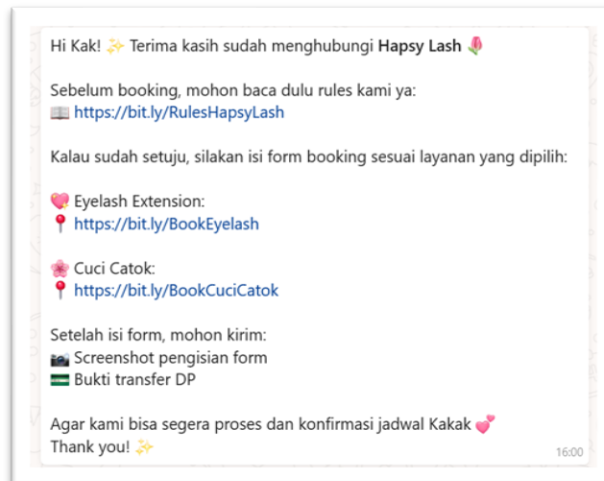
3.3.1 Lokasi Operasional Hapsy Lash

- 1) Alamat: Jl. Pawirokuwat No.109, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283
- 2) Keunggulan Lokasi:
 - a. Lingkungan aman dan nyaman
 - b. Target pasar mahasiswa dan wanita produktif
 - c. Mudah akses dari wilayah kampus, perumahan, dan pusat kota
 - d. Terletak di depan pintu utama Universitas Islam Indonesia

3.3.2 Jam Operasional

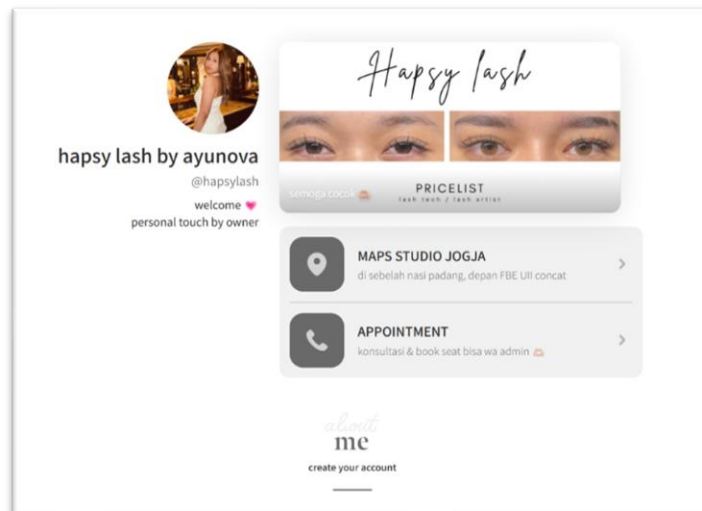
- 1) Waktu operasional yang fleksibel (*appointment* reservasi by *whatsapp*)
- 2) Pembagian shift layanan berdasarkan ketersediaan owner
- 3) Jadwal terbaru akan di beritahukan melalui story Instagram Hapsy Lash

3.3.3 Proses Layanan



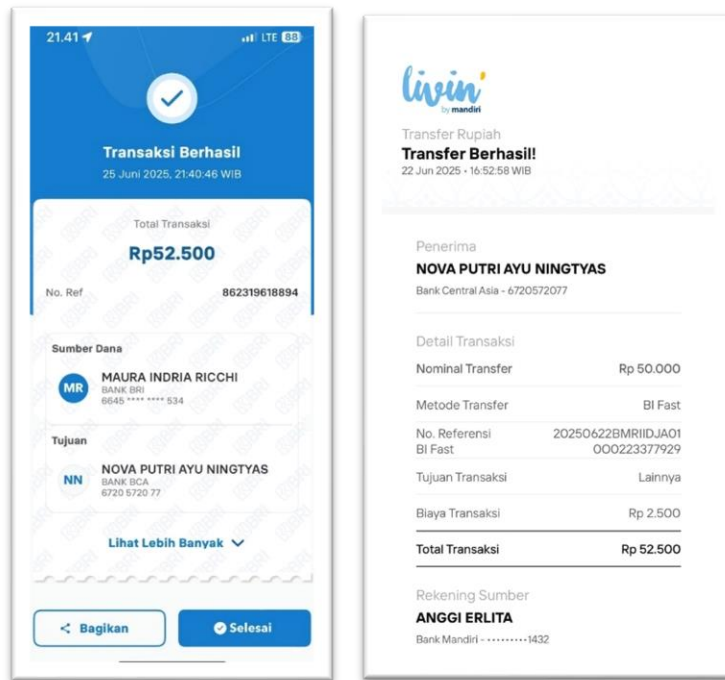
Gambar 3. 24 SOP Hapsy Lash

- 1) Reservasi *online*: *link* whatsapp dan *link pricelist* Hapsy Lash ada di bio Sosial Media



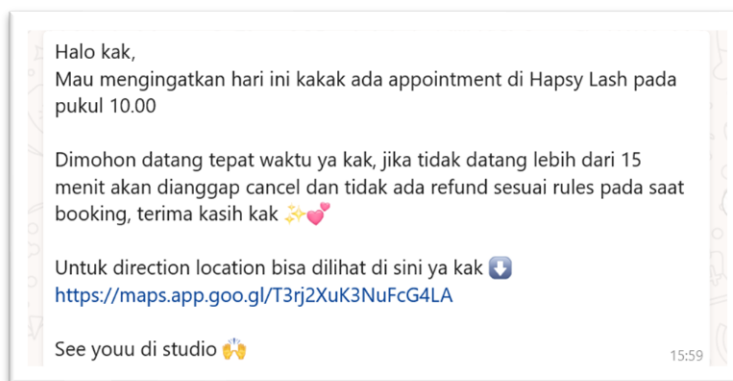
Gambar 3. 25 Tampilan *Website* Hapsy Lash

- 2) Mengirim bukti DP: untuk menjamin kepastian pelanggan



Gambar 3. 26 Contoh Bukti DP sebagai Tanda Jadi

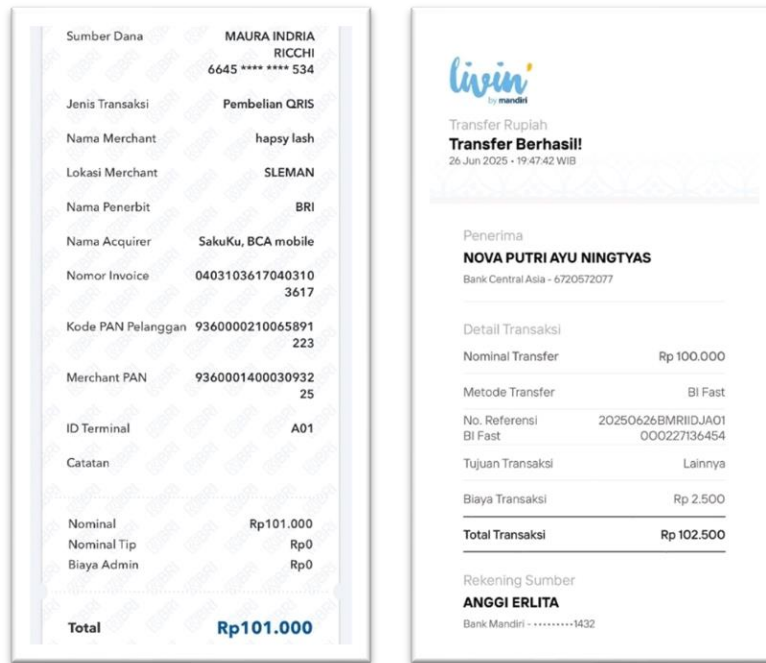
- 3) *Reminder*/Peningat: pelanggan akan diingatkan pada hari H/H-1 sebelum *appointment*
- 4) Datang tepat waktu: toleransi keterlambatan max 15 menit dari jam *appointment*



Gambar 3. 27 Text Reminder Untuk Customer

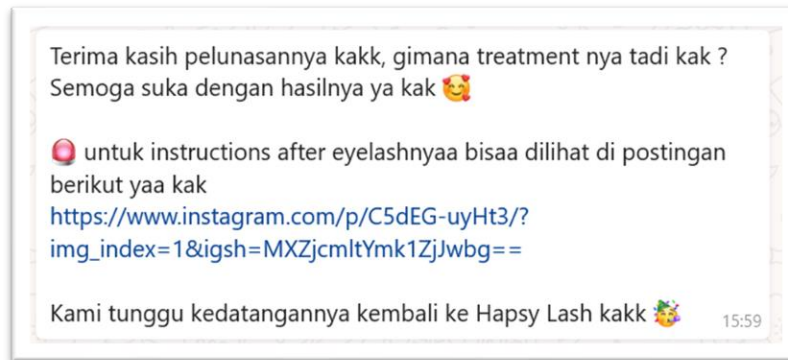
- 5) Konsultasi dengan *lash artist*: pelanggan akan bertanya tipe *eyelash* apa yang cocok di matanya, dan banyak konsultasi lainnya yang berkaitan dengan hasil pemasangan
- 6) *Lash spa treatment*: pembersihan dan persiapan pemasangan bulumata

- 7) Pemberian edukasi pasca *treatment* dan dapat *spoolie* gratis
- 8) Mengirim bukti pelunasan:



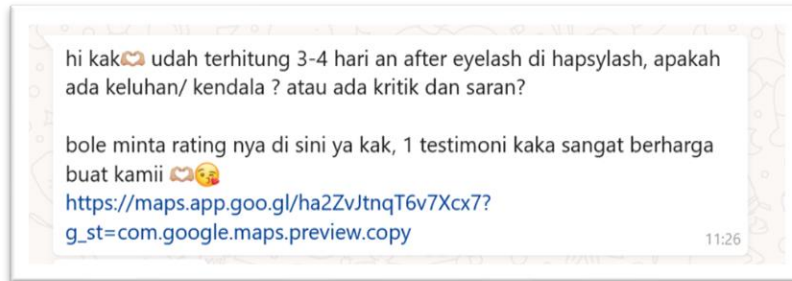
Gambar 3. 28 Contoh Bukti Pelunasan *Customer*

- 9) *Lash after care* akan dikirimkan melalui whatsapp:



Gambar 3. 29 Broadcast *Lash Aftercare Instruction*

- 10) *Follow-up*: hal ini sangat penting di *Hapsy Lash* karena kondisi tiap pelanggan berbeda dan setiap pelanggan dapat *claim* garansi 3 hari bagi yang bermasalah.



Gambar 3. 30 *Broadcast Followup Customer*

3.3.4 Struktur operasional

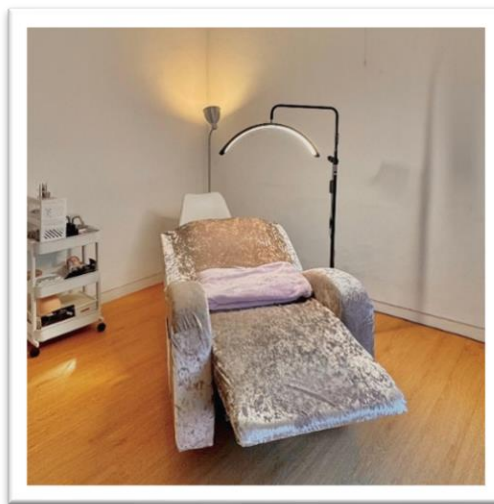
Tabel 3. 5 Struktur Operasional Hapsy Lash

Jabatan	Tugas Utama
Owner (merangkap <i>lash tech</i>)	Menjalanlan layanan, konsultasi, promosi, komunikasi pelanggan dan pelatihan
Asissten (Admin)	Menangani reservasi, Menyusun jadwal <i>appointment</i> , Menyusun laporan keuangan.

3.3.5 Peralatan dan Bahan Operasional

1) Peralatan:

1. Kursi *eyelash* menggunakan *sofa reclainer*
2. Lampu LED *moon light standing*



Gambar 3. 31 *Sofa Reclainer dan Moon Light Standing*

3. *Tweezers* presisi untuk memasang bulu *eyelash*
4. Alat sterilisasi digunakan untuk membersihkan alat agar lebih higienis

2) Bahan Baku:



Gambar 3. 32 Bahan Baku Operasional

1. Bulumata sintetis premium
2. Lem *hypoallergenic*
3. *Eyepatch, spoolie, microbrush*
4. *Cleanser* dan *primer lash*

3.3.6 Standar Operasional Prosedur

Hapsy lash menerapkan SOP yang baik, seperti:

- a. Prosedur higienitas sebelum dan sesudah pemasangan *eyelash*
- b. Konsultasi personal untuk hasil yang sesuai bentuk mata pelanggan
- c. Edukasi pasca treatment
- d. Dokumentasi hasil *eyelash* before after untuk kebutuhan konten promosi dan evaluasi hasil kerja.
- e. Garansi layanan 3 hari jika ada keluhan pasca pemasangan

3.3.7 Pengelolaan Kualitas

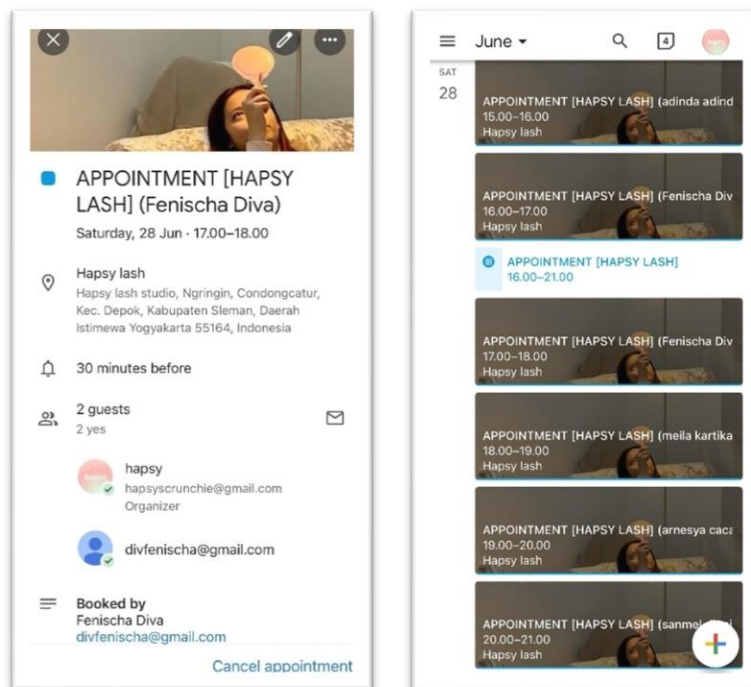
- a. Semua layanan dilakukan langsung oleh *owner* yang bersertifikat
- b. Selektif dalam memilih produk untuk bahan baku
- c. Pelanggan memberikan feedback melalui google maps dan DM yang berguna untuk bahan evaluasi tim Hapsy Lash
- d. Hapsy Lash menggunakan sistem garansi sebagai push trust pelanggan

3.3.8 Skala Produksi

Hapsy Lash mampu menangani maximal 6 (Enam) pelanggan per hari dengan tiap sesi 40 menit sampai 1 jam.

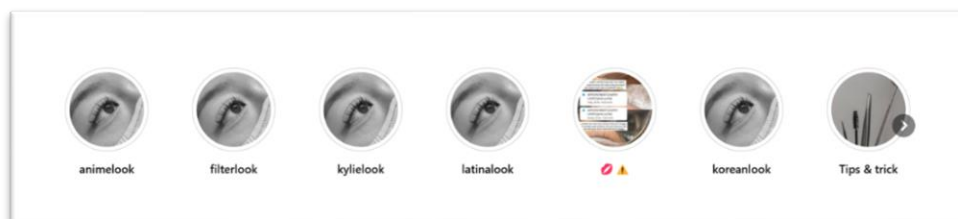
3.3.9 Pencatatan dan Administrasi

- a. Reservasi, jadwal, dan *database* pelanggan dicatat manual melalui *google calendar* dan *spreadsheet*



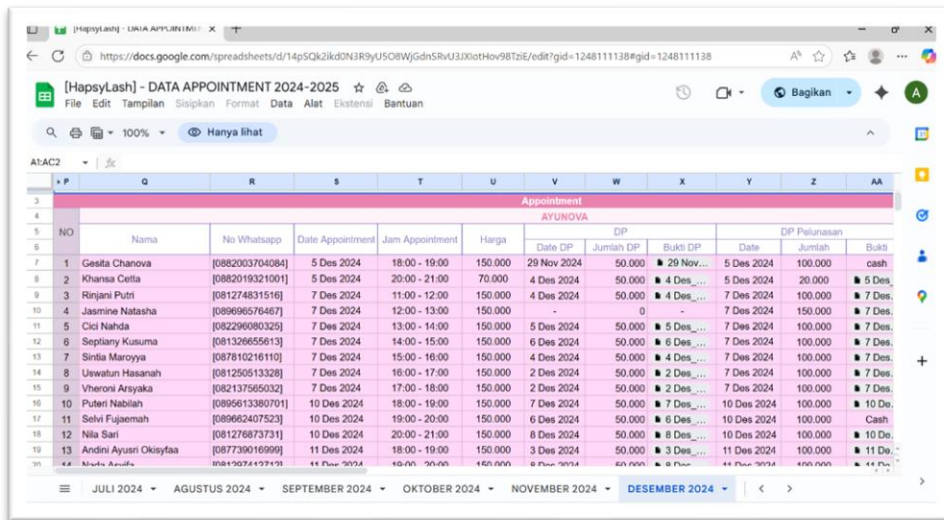
Gambar 3. 33 Appointment Customer Hapsy Lash

- b. Testimoni dan dokumentasi hasil *eyelash extension* pelanggan di simpan di sosial media (Instagram)



Gambar 3. 34 Arsip Dokumentasi dan Testimoni Customer

- c. Pembukuan keuangan dan stok dikelola admin Hapsy Lash dan dimasukkan di *spreadsheet*



Gambar 3. 35 Pembukuan Hapsy Lash

3.3.10 Evaluasi dan Pengembangan Operasional

a. Peluang Peningkatan:

1. Menambah teknisi baru untuk meningkatkan kapasitas
2. Standardisasi pelatihan bagi teknisi baru

b. Rencana Jangka Menengah:

1. Menyediakan pelatihan bersertifikasi secara berkala
2. Membuka studio di daerah SCBD Jogjakarta.

3.4 TINJAUAN ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

3.4.1 Struktur Organisasi

Tabel 3. 6 *Responsibilities of Human Resources*

JABATAN	TANGGUNG JAWAB UTAMA
<i>Owner</i> (Pemilik)	Mengelola keseluruhan operasional Hapsy Lash, mengembangkan <i>branding</i> dan pemasaran, mengelola keuangan, menjaga kualitas pelayanan pelanggan, serta bertindak sebagai <i>lash tech</i>

<i>Lash tech (owner)</i>	Melakukan layanan <i>eyelash extension</i> seperti konsultasi pelanggan, menjaga kualitas layanan <i>eyelash</i> dan kebersihan ruang <i>treatment</i>
--------------------------	--

Saat ini, seluruh fungsi bisnis Hapsy Lash masih dijalankan *owner* sendiri, ini menandakan efisiensi biaya di tahap awal bisnis Hapsy Lash. Namun seiring berjalannya waktu Hapsy Lash juga menunjukkan potensi kebutuhan tenaga tambahan untuk pertumbuhan bisnis.

3.4.2 Kualifikasi dan Kompetensi SDM

a) *Owner / lash tech*

- 1) Memiliki *softskill* yang kuat dalam hal komunikasi, *customer care* dan edukasi pelanggan
- 2) Menguasai teknik pemasangan berbagai jenis *eyelash extension*
- 3) memiliki sertifikat *lash artist professional*
- 4) Berpengalaman melayani lebih dari 1.000 pelanggan sejak tahun 2024
- 5) Mampu mengembangkan *branding* Hapsy Lash dan media social secara mandiri.

3.4.3 Beban Kerja dan Efisiensi SDM

- a. Rata-rata melayani 2-5 pelanggan per hari dengan waktu pemasangan 40 menit – 1 jam setiap pelanggan
- b. *Owner* juga menjaga komunikasi pelanggan dan mengelola komunikasi yang baik, membuat konten media sosial dan pemasaran
- c. Beban kerja tinggi, terutama di akhir pekan atau *high season* (libur hari besar dan wisuda)

3.4.4 Sistem Rekrutmen dan Pelatihan (Rencana Pengembangan SDM)

Rencana rekrutmen (jika perluasan SDM dilakukan):

- a. Posisi: *Assistant lash tech / Junior Lash Tech / customer support*
- b. Syarat: minimal SMK, minat di bidang kecantikan, detail, bersih, komunikatif, minimal pengalaman kerja di bidang kecantikan 1 tahun.

- c. Pelatihan Internal: menyediakan pelatihan *eyelash course* sesuai standart Hapsy Lash

3.4.5 Sistem Penilaian Kinerja

Saat ini Hapsy Lash belum di bentuk secara formal dan sistematis karena masi di kelola oleh *owner*, namun kedepan Hapsy Lash menyusun sistem penilaian berdasarkan¹⁶:

- a. Tingkat kepuasan pelanggan dengan hasil *eyelash extension*
- b. *Repeat order* atau *appointment* ulang dari pelanggan
- c. Kualitas hasil pemasangan yang dipastikan akan tahan lama
- d. Ketepatan waktu kerja akan berpengaruh terhadap pelanggan

3.4.6 Budaya Kerja dan Nilai Inti

Hapsy Lash menerapkan budaya kerja yang personal dan hangat hingga cara pendekatan yang natural terhadap pelanggan, professional dan higienis untuk menjaga standar kebersihan dan kenyamanan. Hapsy Lash juga mengutamakan konsistensi dan hasil dengan kualitas yang tinggi.

3.4.7 Rekomendasi Pengembangan SDM

a. Jangka Pendek:

1. Menjaga keseimbangan antara kesehatan owner dengan beban kerja yang dijalani
2. Fokus pada ketepatan waktu kerja dan penjadwalan yang sesuai

b. Jangka menengah:

1. Mengembangkan modul pelatihan standar untuk *lash tech* yang baru
2. Mulai membentuk tim kecil yang sehat untuk bekerja sama dalam tim seperti *freelance/parttime*

c. Jangka Panjang:

1. Membuka khursus atau pelatihan khusus bersertifikat *eyelash extension* dengan semua tipe *eyelash*.
2. Rekrut lulusan pelatihan sebagai SDM internal

¹⁶ Damayanti and others.

3.5 TINJAUAN ASPEK KEUANGAN

3.5.1 Modal Awal

Tabel 3. 7 Realisasi Modal Awal

Kebutuhan	Estimasi biaya
Sewa Tempat	15.000.000
Interior Studio	10.000.000
Peralatan <i>eyelash</i> (<i>bed</i> , lampu LED, kursi dll)	8.870.000
Alat dan bahan <i>eyelash</i> (lem, bulu, pinset dll)	1.050.000
Total modal awal	34.920.000

3.5.2 Biaya Operasional Bulanan

Tabel 3. 8 Realisasi Biaya Operasional Bulanan

Keterangan	Maret	April	Mei	Juni	Total 4 Bulan
Pendapatan					
Penjualan Jasa Utama	5.250.000	4.500.000	18.750.000	16.500.000	45.000.000
Total Pendapatan	5.250.000	4.500.000	18.750.000	16.500.000	45.000.000
Biaya Operasional					JUMLAH
Gaji	525.000	450.000	1.875.000	1.650.000	4.500.000
Sewa Tempat dan Renovasi	2.083.000	2.083.000	2.083.000	2.083.000	8.332.000
Bahan Baku <i>Eyelash</i>	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	4.000.000
Utilitas	-	-	300.000	300.000	600.000
Marketing	-	-	-	-	
Total Biaya Operasional	3.608.000	3.533.000	5.258.000	5.033.000	17.432.000
Laba Bersih (Pendapatan – Biaya Operasional)	1.642.000	967.000	13.492.000	11.467.000	27.568.000
Presentase Laba Bersih (Laba Bersih/Total Pendapatan) x 100%	31,28%	21,49%	71,96%	69,49%	-

3.5.3 Laporan Laba Rugi Maret 2024 – Juni 2024

a. Pendapatan:

Total pendapatan Hapsy Lash dari layanan *eyelash extension* selama 4 bulan pertama adalah Rp. 45.000.000 dengan rincian berikut:

1. Maret : Rp 5.250.000

2. April : Rp 4.500.000
3. Mei : Rp 18.750.000
4. Juni : Rp 16.500.000

Pada bulan Mei dan Juni terjadi kenaikan yang signifikan, dengan begitu menunjukkan pertumbuhan pelanggan Hapsy Lash dan ada nya peningkatan kapasitas layanan.

b. Beban Usaha:

Total beban usaha yang di keluarkan Hapsy Lash dalam periode tersebut adalah Rp 34.100.000, meliputi:

1. Sewa Tempat : Rp 25.000.000
2. Pembelian Bahan Baku : Rp 4.000.000
3. Utilitas : Rp 600.000
4. Gaji dan Komisi *Lash Tech* : Rp 4.500.000

c. Laba bersih:

Labanya bersih sebelum pajak selama periode tersebut adalah **Rp 28.900.000**

Karena belum dikenakan pajak, laba bersih tetap sebesar **Rp 28.900.000**

1. Neraca Keuangan

Tabel 3. 9 Laba Bersih Hapsy Lash

ASET LANCAR	JUMLAH
Kas	27.568.000
Piutang Usaha	-
Persediaan Produk	1.050.000
TOTAL ASET LANCAR	28.618.000
ASET TETAP	JUMLAH
Peralatan <i>Eyelash</i>	8.870.000
Renovasi Interior Salon	10.000.000
TOTAL ASET TETAP	18.870.000
KEWAJIBAN	JUMLAH
Utang Usaha (bahan dan sewa)	-
Utang Gaji dan Komisi	-
TOTAL KEWAJIBAN	-
EKUITAS	JUMLAH
Modal Pemilik	34.920.000

Laba Ditahan	27.568.000
TOTAL EKUITAS	62.488.000

3.5.4 Ringkasan Arus Kas

Keterangan	Jumlah
Arus Kas Dari Operasi	27.568.000
Arus Kas Dari Investasi	18.870.000
Arus Kas Dari Pendanaan	-
Kenaikan Kas Bersih	8.698.000

a. Kenaikan Kas Bersih =

$$\begin{aligned}
 \text{Kenaikan Kas Bersih} &= \text{Arus Kas Investasi} - \text{Arus Kas Operasi} \\
 &= 27.568.000 - 18.870.000 \\
 &= \mathbf{8.698.000}
 \end{aligned}$$

b. Analisis balik modal =

$$\begin{aligned}
 \text{Analisis Balik Modal} &= \text{Modal Awal} - \text{Laba Bersih selama 4 Bulan} \\
 &= 34.920.000 - 27.568.000 \\
 &= \mathbf{7.352.000}
 \end{aligned}$$

Dari total analisis balik modal **Rp 7.352.000** menyatakan bahwa bisnis *eyelash extension* ini belum 100% balik modal selama 4 bulan, tetapi dalam 4 bulan pertama ini Hapsy Lash sudah hampir berhasil mengembalikan sekitar **78,96%** dari total modal awal. Hapsy Lash menunjukkan bisnis beroperasi dengan baik dan hampir mencapai balik modal penuh.

3.5.5 Analisis Singkat

- Laba bersih 4 bulan pertama (Rp 27.568.000) menunjukkan bahwa bisnis belum balik modal 100%
- Laba bersih masih digunakan perputaran operasional untuk 8 bulan kedepan
- Tidak memiliki beban utang usaha atau kewajiban pajak, menunjukkan pengelolaan keuangan yang tidak terlalu terbebani
- Pengelolaan kas positif dengan arus kas bersih yang cukup meningkat

3.5.6 Rekomendasi Keuangan

- a. Mulai melakukan pencatatan arus kas bulanan secara mendetail dan membuat sistem pengelolaan yang rapi atau mengatur secara otomatis
- b. Siapkan cadangan dana untuk perputaran operasional setiap bulan nya atau pengembangan usaha minimal 50% dari laba Hapsy Lash
- c. Jika pendapatan terus stabil, mempertimbangkan ekspansi layanan atau menambah tenaga kerja

3.6 TINJAUAN ASPEK TEKNOLOGI DIGITAL

- a. Perangkat (*Hardware*)

Perangkat digital yang canggih menjadi pondasi utama yang di gunakan operasional bisnis Hapsy Lash:

1. Iphone 15 pro



Gambar 3. 36 Perangkat Penunjang (Iphone 15 Pro)

2. Iphone 11 pro



Gambar 3. 37 Perangkat Penunjang (Iphone 11 Pro)

Perangkat ini di gunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, produksi konten, dokumentasi hasil *eyelash extension*, dan aplikasi pendukung.

3. Macbook



Gambar 3. 38 Perangkat Penunjang (Macbook)

4. Ipad Air 4



Gambar 3. 39 Perangkat Penunjang (Ipad Air 4)

Digunakan untuk mendukung kegiatan administrasi seperti pengelolaan dan pencatatan data, reservasi, *content planning*, dan laporan keuangan dan manfaat perangkat yang di gunakan bisnis Hapsy Lash ini menjadi salah satu potensi kuat

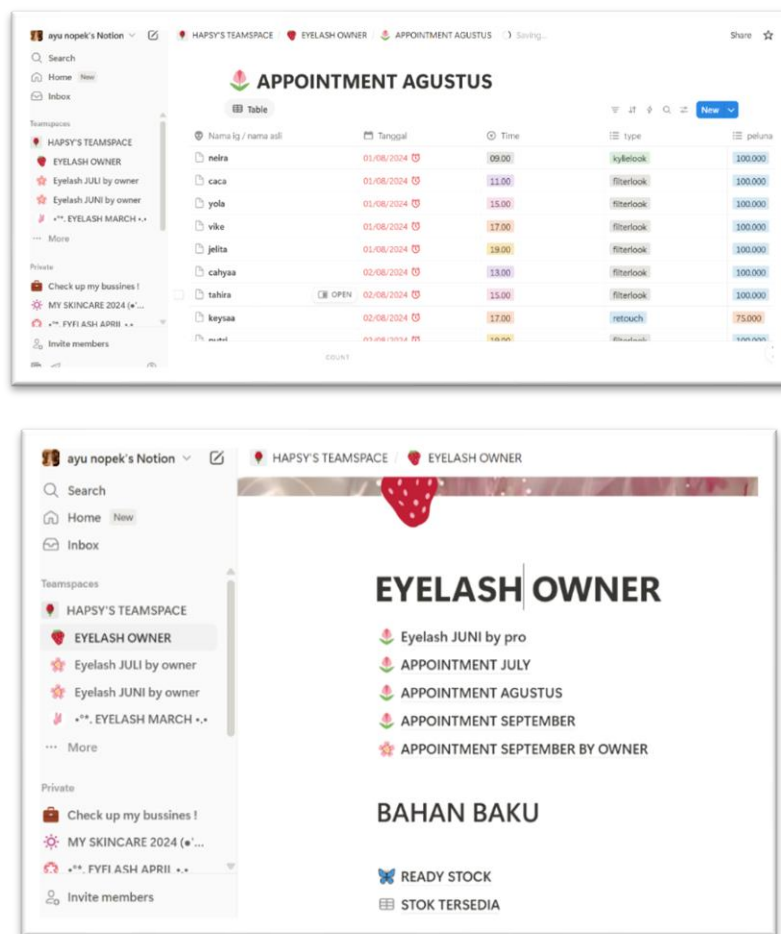
yang mendukung ada nya kegiatan bisnis Hapsy Lash saat beroperasi atau berlangsung.

b. Aplikasi Pendukung Proses Bisnis

Ada berbagai aplikasi *digital* untuk mendukung kegiatan Hapsy Lash saat beroperasi:

c. Notion

Aplikasi ini di gunakan sebagai merekap data *appointment* pelanggan serta mencatat histori *treatment* para pelanggan, prefensi pelanggan.



Gambar 3. 40 Tampilan Aplikasi Notion

Aplikasi Notion bermanfaat untuk pencatatan bahan baku dan daftar klaim garansi pelanggan Hapsy Lash.

The screenshot shows a Notion workspace for 'HAPSY'S TEAMSPACE' with a page titled 'KLAIM GARANSI'. The page contains a table with the following data:

	NAMA	UKURAN BULU	HANDLE BY	KELUHAN
	Melian	ukuran 11 ukuran 9	by pro	rontok bagian kiri, rontok langsung setengah
<input type="checkbox"/>	OPEN zidi		by pro	tiba tiba rontok mata sebelah kiri, padahal ga kena air, sebelumnya ga pake mascara juga, ukuran bulmat normal

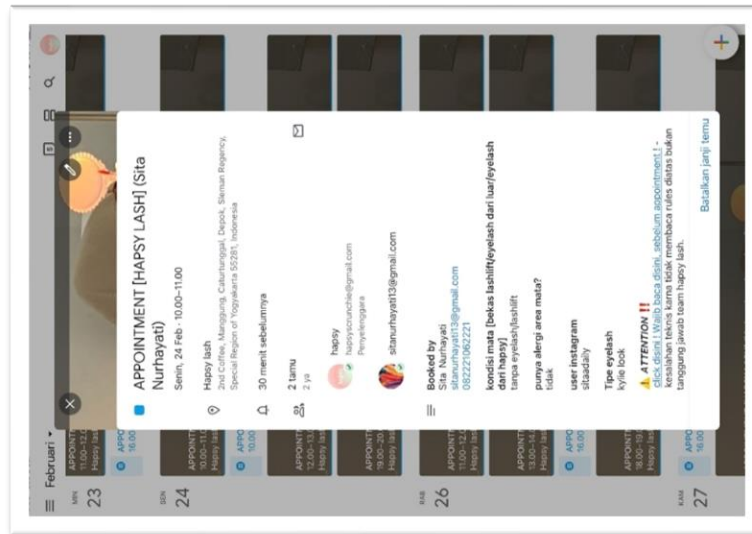
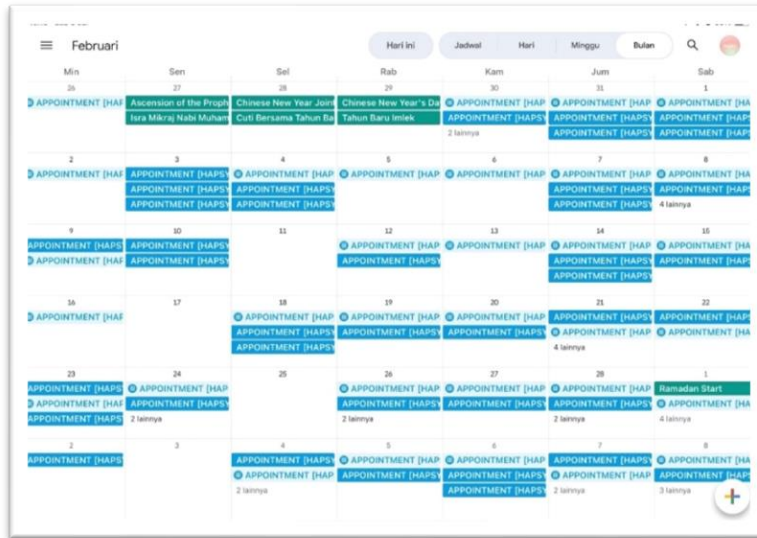
The screenshot shows the HAPSY.LASH website with a price list for eyelashes. The data is as follows:

Aa eyelash	#	Harga
Nagaraku D.07-8/9/10/11/12/13/14		IDR 187,600.00
BnD D.-20-9/10/11/12/13		IDR 330,125.00
Yelix bloom D.07-8/ 9/10/11/12/13		IDR 299,994.00
Lem BnD glorious		IDR 123,500.00
BnD primerr bound		IDR 106,700.00
Remover		IDR 39,500.00
		SUM IDR 1,087,419.00

Gambar 3. 41 Klaim Garansi pada Notion

d. *Google Calendar (POV Seller)*

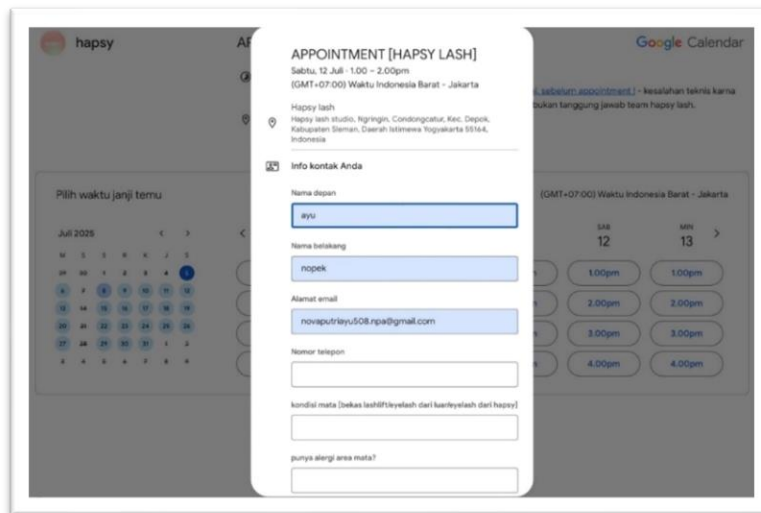
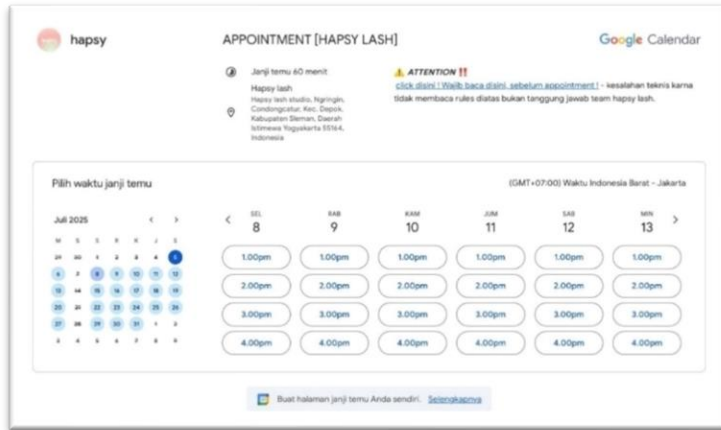
Google calendar di gunakan Hapsy Lash untuk manajemen jadwal pelanggan yang sudah *booking* dan mempermudah jadwal *lash artist* agar lebih terstruktur yang meningkatkan efisiensi waktu hingga meminimalisir kesalahan jadwal



Gambar 3. 42 Google Calendar untuk Seller

e. Google Calendar (POV Customer)

Google calendar juga bisa di gunakan leluasa untuk membuat janji temu atau memilih waktu yang pas atau bisa bebas melihat waktu yang tersedia



Gambar 3. 43 *Google Calendar* untuk *Customer*

f. *Google Document*

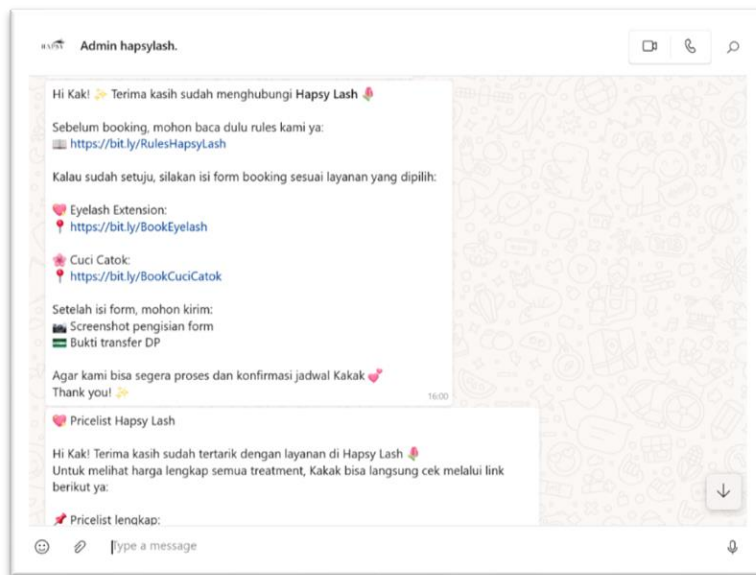
Hapsy Lash memberitahu pelanggan beberapa *rules*/aturan melalui link *google document*.



Gambar 3. 44 Rules untuk Customer

g. *WhatsApp*

Digunakan untuk berkomunikasi untuk konfirmasi jadwal, konsultasi awal, membangun relasi kedekatan pelanggan, respons cepat dan pengingat *appointment* pelanggan.

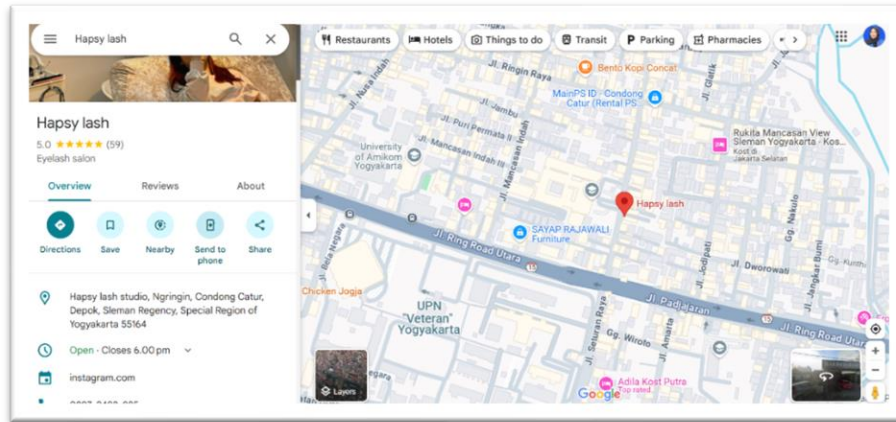


Gambar 3. 45 Tampilan *Whatsapp Business* Hapsy Lash

h. *Google Maps*

Membantu pelanggan untuk mudah mengakses lokasi Hapsy Lash dan membangun kepercayaan pelanggan terhadap Hapsy Lash.

Google Maps ini meningkatkan kenyamanan pelanggan dan visibilitas bisnis.



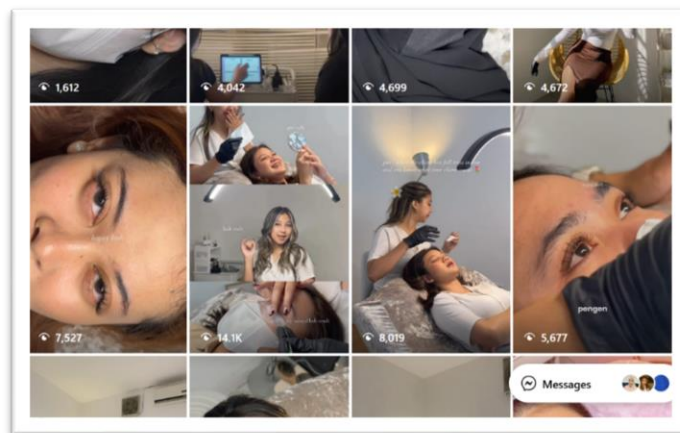
Gambar 3. 46 Hapsy Lash di *Google Maps*

i. *Platform* media sosial sebagai *branding* dan promosi

1. Instagram

Digunakan sebagai sarana *update* kegiatan Hapsy Lash saat beroperasi, menginformasikan dengan mudah, berisi testimoni, *story* edukatif dan portofolio visual layanan *eyelash extension*.

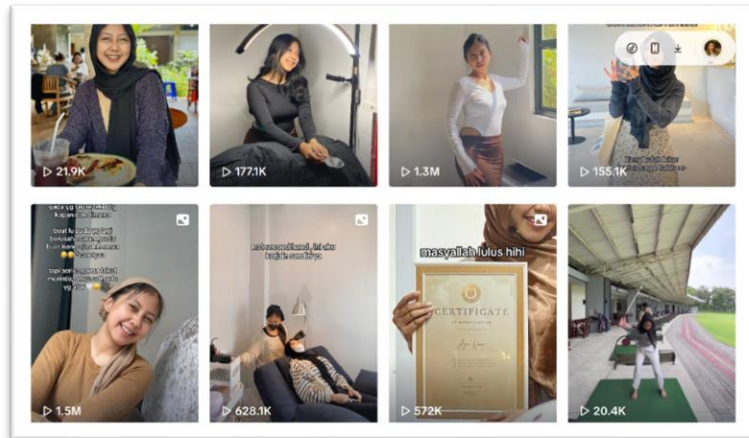
Dengan media sosial ini dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan baru dan memperkuat *branding*



Gambar 3. 47 Tampilan Instagram Hapsy Lash

2. Tiktok

Aplikasi ini digunakan Hapsy Lash untuk memperluas pasar lebih efisien yang dikelola untuk membuat video singkat yang edukatif, konten promosi serta memperluas jangkauan *audiens*.



Gambar 3. 48 Tampilan TikTok Hapsy Lash

j. Pengelolaan Keuangan

1. Google spreadsheet

Digunakan untuk menyusun dan membuat laporan keuangan secara *online* dan mudah di akses oleh pihak yang berkenan untuk memantau (investor) kapan aja.

[HapsyLash] - DATA APPOINTMENT 2024-2025												
Appointment												
AYUNOVA												
No	Nama	No Whatsapp	Date Appointment	Jam Appointment	Harga	Date DP	Jumlah DP	Bukas DP	Date	Jumlah	Bukas	Kc
7	Genita Chanova	[0882003704084]	5 Des 2024	18:00 - 19:00	150.000	29 Nov 2024	50.000	29 Nov...	5 Des 2024	100.000		cash
8	Khansa Cetia	[0882019321001]	5 Des 2024	20:50 - 21:00	70.000	4 Des 2024	50.000	4 Des...	5 Des 2024	20.000		5 Des_Kh
9	Rinjani Putri	[081274831516]	7 Des 2024	11:00 - 12:00	150.000	4 Des 2024	50.000	4 Des...	7 Des 2024	100.000		7 Des...
10	Jasmine Natasha	[089896576467]	7 Des 2024	12:00 - 13:00	150.000	-	0	-	7 Des 2024	150.000		7 Des...
11	Cici Nahda	[082296080325]	7 Des 2024	13:00 - 14:00	150.000	5 Des 2024	50.000	5 Des...	7 Des 2024	100.000		7 Des...
12	Septiany Kusuma	[081326655813]	7 Des 2024	14:00 - 15:00	150.000	6 Des 2024	50.000	6 Des...	7 Des 2024	100.000		7 Des...
13	Sintia Maroyya	[087810216110]	7 Des 2024	15:00 - 16:00	150.000	4 Des 2024	50.000	4 Des...	7 Des 2024	100.000		7 Des...
14	Uuwatun Hasanah	[081250513328]	7 Des 2024	16:00 - 17:00	150.000	2 Des 2024	50.000	2 Des...	7 Des 2024	100.000		7 Des...
15	Vheroni Ansyaka	[082137565032]	7 Des 2024	17:00 - 18:00	150.000	2 Des 2024	50.000	2 Des...	7 Des 2024	100.000		7 Des...
16	Puteri Nabiah	[0895613380701]	10 Des 2024	18:00 - 19:00	150.000	7 Des 2024	50.000	7 Des...	10 Des 2024	100.000		10 De...
17	Selvi Fujamah	[089662407523]	10 Des 2024	19:00 - 20:00	150.000	8 Des 2024	50.000	8 Des...	10 Des 2024	100.000		Cash
18	Nila Sari	[081276873731]	10 Des 2024	20:00 - 21:00	150.000	8 Des 2024	50.000	8 Des...	10 Des 2024	100.000		10 De...
19	Andini Ayusri Okayfaa	[08739016999]	11 Des 2024	18:00 - 19:00	150.000	3 Des 2024	50.000	3 Des...	11 Des 2024	100.000		11 De...
20	Nada Asvifa	[081297412712]	11 Des 2024	19:00 - 20:00	150.000	8 Des 2024	50.000	8 Des...	11 Des 2024	100.000		11 De...

Gambar 3. 49 Pembukuan dengan *Spreadsheets*

Dari beberapa aplikasi dan perangkat digital yang di gunakan Hapsy Lash ini banyak menyentuh aspek bisnis mulai dari operasional harian, menyusun laporan keuangan, membangun *branding*, dan manajemen pelanggan. Dari seluruh perangkat digital dan aplikasi yang di gunakan menunjukan bisnis Hapsy Lash sangat menerapkan sistem digitalisasi modern secara efektif demi pertumbuhan dan keunggulan kompetitif di dunia jasa kecantikan.

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan analisis beberapa aspek seperti aspek operasional, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan dan aspek teknologi digital, berikut ada beberapa masalah utama yang di hadapi bisnis *eyelash extension* Hapsy Lash:

4.1.1 Aspek Sumber Daya Manusia

a. Ketergantungan Pada Pemilik Usaha

Seluruh operasional Hapsy Lash masih dikelola langsung oleh *owner*, mulai dari pemasaran, pembuatan konten, pelayanan *treatment*, hingga manajemen keuangan. Hal ini berisiko menimbulkan kelelahan dan membuat bisnis sangat bergantung pada kondisi *owner*.

b. Kapasitas Layanan yang Terbatas

Saat ini, kapasitas layanan juga terbatas *lash tech* hanya mampu menangani maksimal 6 pelanggan per hari karena keterbatasan sumber daya manusia. sedangkan, potensi peningkatan jumlah pelanggan cukup besar, keterbatasan tenaga menjadi hambatan dalam memenuhi permintaan tersebut.

c. Pengelolaan Sistem Bisnis Masih Manual

Proses reservasi, pencatatan data pelanggan dan laporan keuangan masih dilakukan secara manual. Kondisi ini menimbulkan potensi kesalahan data, kurang efisien, dan menjadi hambatan saat bisnis berkembang lebih besar.

d. Skala Bisnis Yang Mungkin Akan Sulit Berkembang

Belum ada strategi konkret untuk menambah tenaga kerja atau membuka cabang baru. Padahal, Hapsy Lash sudah memiliki *branding* yang kuat dan potensi pasar yang luas, tetapi belum memaksimalkan bisnis untuk pengembangan jangka panjang.

4.1.2 Aspek Operasional

- a. Jam operasional yang masih belum menentu dengan adanya menyesuaikan pemilik usaha dikarenakan tidak ada SDM tambahan.

- b. Kualitas layanan juga bergantung pada mental dan kondisi fisik pemilik usaha sebagai *lash artist*.
- c. Tidak memiliki *assistant lash tech* untuk mem-*backup* beban kerja maka dapat meningkatkan risiko ketika terjadi kelelahan atau kondisi darurat.

4.1.3 Aspek Pemasaran

- a. Pemasaran belum maksimal karena promosi masih bergantung pada media sosial seperti Instagram dan TikTok dengan anggaran minim.
- b. Belum ada perencanaan iklan atau strategi promosi digital/non digital yang lebih luas.
- c. Risiko bisnis yang sangat bergantung pada TikTok dan Instagram untuk promosi maka jika terjadi perubahan algoritma, kendala teknis dan pemblokiran akun akan berdampak besar terhadap penjualan¹⁷.

4.2 PEMECAHAN MASALAH

4.2.1 Ketergantungan pada Owner

- a. Solusi:
 - 1. Merekrut teknisi pendamping atau asisten *lash artist* untuk membagi beban kerja lalu menyusun SOP dan pelatihan internal supaya kualitas layanan tetap konsisten.
 - 2. Membagi kerjaan dengan jelas: pemilik usaha tetap fokus pada pelayanan utama yang premium dan pengembangan merk, sementara asisten menangani layanan dasar.

4.2.2 Digitalisasi Sistem Operasional

- a. Solusi:
 - 1. Mencoba untuk mengadopsi aplikasi reservasi otomatis seperti *zenwell* untuk meningkatkan efisiensi jadwal dan membuat laporan laba rugi secara otomatis

¹⁷ K.D Darmayania and others, 'Strategi Bisnis Digital Dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)', *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 3.2 (2023), 119–29 <<https://doi.org/10.31961/ijaaf.v3i2.1476>>.

2. Mengaktifkan sistem *auto-reply* di WhatsApp untuk membalas pesan pelanggan secara cepat dan terjadwal.
3. Mulai menerapkan system keuangan digital agar laporan keuangan lebih mudah dianalisis dan *real time*.

4.2.3 Strategi Pengembangan Bisnis

a. Solusi:

1. Merancang studio cabang baru atau skema kemitraan seperti *franchise* dalam jangka menengah.
2. Membuka kelas pelatihan bersertifikat untuk mencetak tenaga *lash artist internal* sekaligus menambah sumber penghasilan.
3. Tidak hanya mengandalkan media sosial tetapi mencoba menggunakan SEO, *E-mail marketing*, dan *google business*.
4. Mencoba memperluas kolaborasi dengan para *KOL* lokal atau kolaborasi *event* musiman dengan salon kecantikan lainnya seperti *nailart* dan *browbomber* agar bisa memperluas jaringan promosi *offline*.

4.2.4 Perbaikan dalam Manajemen Keuangan

a. Solusi:

1. Pemilik usaha harus mengalokasikan sebagian laba usaha, minimal 10-20%, untuk keperluan ekspansi atau pelatihan SDM.
2. Menyusun laporan keuangan bulanan secara rinci dan rutin.
3. Menentukan target balik modal dan proyeksi keuntungan secara realistis.
4. Meninjau kembali komposisi biaya operasional agar lebih efisien dan hemat.
5. Menetapkan target pendapatan dan evaluasi secara berkala agar bisnis tidak hanya berfokus terhadap arus kas tetapi juga profitabilitas jangka panjang.

4.2.5 Meningkatkan Daya Saing dan Loyalitas Pelanggan

a. Solusi:

1. Tingkatkan konten edukatif dan *storytelling* di media sosial seperti Instagram dan TikTok.
2. Tawarkan program loyalitas seperti *membership* atau promo *retouch* bagi pelanggan tetap.
3. Lanjutkan kolaborasi dengan *influencer* lokal dan pertahankan pendekatan personal yang menjadi ciri khas Hapsy Lash.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 KESIMPULAN

Bisnis Hapsy Lash memiliki potensi yang baik dan jangka panjang apabila semua aspek yang menjadi permasalahan ini dapat dipecahkan lalu diimplementasikan ke dalam sistem operasional. Hingga Hapsy Lash memiliki pondasi yang kuat, pertumbuhan yang cepat dan potensi pasar yang luas dan profesional di masa depan. Hapsy Lash merupakan usaha layanan kecantikan yang mengutamakan *eyelash extension* dengan pendekatan natural, nyaman, dan profesional. Sejak awal beroperasi pada tahun 2024, bisnis ini menunjukkan pertumbuhan yang baik dalam aspek operasional, promosi digital, hingga pencapaian keuangan.

Dengan strategi pemasaran yang kuat di media sosial serta layanan personal oleh pemilik yang berpengalaman, Hapsy Lash mampu menarik banyak pelanggan dan membangun citra *brand* yang dipercaya. Dari sisi finansial, bisnis ini mencatat margin laba bersih yang tinggi dan dikelola tanpa adanya beban utang, menunjukkan kestabilan dan efektivitas pengelolaan keuangan.

Meski demikian, seluruh kegiatan usaha masih dijalankan oleh pemilik secara mandiri, yang dapat menimbulkan kelelahan dan membatasi kapasitas layanan. Potensi pasar yang masih luas belum sepenuhnya dimanfaatkan karena belum adanya ekspansi atau penambahan tenaga kerja. Melalui strategi peningkatan sumber daya manusia, penggunaan sistem digital yang lebih efisien, serta perencanaan finansial yang terstruktur, Hapsy Lash memiliki peluang besar untuk berkembang lebih luas, baik dalam jumlah pelanggan, layanan tambahan, maupun peluang menjadi pusat edukasi *lash artist* di Yogyakarta¹⁸.

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan bisnis “Hapsy Lash” selama Maret hingga Juni 2024, dapat disimpulkan:

1. Hapsy Lash berhasil membangun *positioning* dan *brand awareness* sebagai studio *eyelash extension* yang natural dan profesional berfokus pada kenyamanan, kebersihan, serta layanan personal di Yogyakarta.

¹⁸ Abd Rahman and Abdul Muin, ‘Aspek Sumber Daya Manusia Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan’, *INDOPEDIA (Jurnal Inovasi Pembelajaran Dan Pendidikan)*, 1.4 (2023), 1457–67.

2. Dalam waktu 4 bulan, Hapsy Lash telah melayani lebih dari 1.000 *customer*, mempertahankan *rating* sempurna (5/5) di *Google Maps*, serta mencatat laba bersih sebesar Rp 18.235.000 dengan margin keuntungan hingga 55,01%, Hapsy Lash menunjukkan model bisnis yang menguntungkan dan efisien.
3. Operasional bisnis berjalan baik dengan penerapan standart layanan yang sesuai Hapsy Lash tetapkan, dan pemanfaatan teknologi digital seperti (*Notion, Google Calendar, Instagram, WhatsApp*) serta pendekatan personal oleh *owner* kepada pelanggan.
4. Meskipun Hapsy Lash masih dikelola sendiri, *owner* mampu menjalankan seluruh aspek operasional, promosi, dan pelayanan, namun hal ini menjadi tantangan dalam aspek skalabilitas dan ketergantungan pada satu orang.
5. Hapsy Lash menunjukkan potensi yang kuat untuk berkembang, baik dari sisi permintaan pasar, loyalitas pelanggan, maupun perluasan layanan ke pelatihan (*lash course*) dan layanan kecantikan lainnya.

5.2 TINDAK LANJUT

Untuk keberlanjutan dan pengembangan usaha kedepan, Penulis memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut¹⁹:

1. Perekrutan sumber daya manusia (SDM) tambahan, seperti *assistant lash artist* atau admin, untuk mengurangi ketergantungan pada *owner* dan dapat meningkatkan kapasitas layanan harian.
2. Peningkatan pemasaran digital, termasuk mengoptimalkan konten edukatif dan *storytelling* di *TikTok* dan *Instagram*, menjalankan *campaign* musiman (misalnya, “*natural eid Look*”, “*Back to campus*”), serta mengaktifkan strategi *membership*.
3. Pengembangan sistem manajemen operasional, seperti menggunakan aplikasi kasir atau manajemen reservasi khusus untuk efisiensi hasil laporan keuangan.

¹⁹ Aurelia Widya Astuti, Sayudin Sayudin, and Azka Muharam, ‘Perkembangan Bisnis Di Era Digital’, *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2.9 (2023), 2787–92 <<https://doi.org/10.58344/jmi.v2i9.554>>.

4. Evaluasi berkala terhadap kualitas layanan melalui testimoni pelanggan, sistem *feedback*, dan garansi layanan, agar Hapsy Lash tetap menjadi *top of mind* bagi pelanggan setia maupun baru

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, Nurliaka, Atry Tresya Widastuti, Badarbendu Paningal, Imron Rosyadi, Inggrit Julia, Ryan Dede Sinatra, and others, 'Analisis Kelayakan Bisnis Pada Salon Laulina Beauty Corner Meliputi : Aspek Keuangan, Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Hukum Dan Aspek Lingkungan', *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3.2 (2024), 179–92 <<https://doi.org/10.34010/jemba.v3i2.11451>>
- Darmayania, K.D, N.P.A.L. Waisnayanti Waisnayanti, C.I.N. Mariadi, M.S. Dibya, and I.G.A.M. Widiantera, 'Strategi Bisnis Digital Dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)', *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 3.2 (2023), 119–29 <<https://doi.org/10.31961/ijaaf.v3i2.1476>>
- Fakir, Elsy Deawati, Rainer H Sitaniapessy, and Feky Reken, 'Pengaruh Harga Kompetitif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan , Kosmetik Dan Perawatan Diri Di Medina Beauty House Kota Ambon', *Pengaruh Harga Kompetitif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan , Kosmetik Dan Perawatan Diri Di Medina Beauty House Kota Ambon*, 5 (2025), 2447–61
- Fitria, A'ida, 'Studi Kelayakan Bisnis Masker Kecantikan Melalui Business Model Canvas (BMC) Studi Kasus: UKM Susu Kedelai Nandira', *Skripsi*, 2022
- Jaya, Maudy Arina Ivanda, Maya Malinda, and Yu-Ting Huang, 'Business Analysis of the Canvas Model in the Beauty Business: Bellbrow Studio', *International Journal of Education and Sociotechnology (IJES)*, 04.01 (2024), 8–14

<<https://journal.kapin.org/index.php/IJES>>

Kadar, Melani, Irfan Hassandi, Ikrima Khoirunnisa, Sri Handayani, and Terence Adi Yonathan, 'Analisis Resiko Pada UMKM Pabrik Kerupuk Putri Bungsu Di Kota Jambi', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3.2 (2024), 425

Konsumen, Loyalitas, and Naela Ashfiyyatul Wafi, 'Glow Up Strategy : Pelatihan Strategi Pemasaran UMKM Produk Kecantikan Di Era Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan', 9.1 (2025), 118–26

Kurniawan, Denny Putri, Sastya, 'Rencana Bisnis (Business Plan) Perawatan Kecantikan Pada Fazia Beauty Di Kota Metro Lampung', *Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan*, 6.2 (2023), 130–43

Lusi Zafrina, Lusizafrina, 'STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING PADA KLINIK KECANTIKAN Dr. Reni G', *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1.2 (2022), 167–76 <<https://doi.org/10.54259/manabis.v1i2.944>>

Mausa, Agrvinna, 'Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Bidang Kecantikan', *Jurnal Tata Rias Dan Kecantikan*, 155.1 (2020), 58–66

Norvadewi, Norvadewi, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Salon Muslimah Zhafira Samarinda', *Fenomena*, 6.2 (2014), 293 <<https://doi.org/10.21093/fj.v6i2.557>>

Pancaningsih, Rahayu, Shalli Habiibika Baaq, Risqa Nurul Latifah, Ananda Nur Wahit, Mellyza Dwi Handayu, Erlin Rahmawati, and others, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop Kumara Store Di Sukoharjo', *Digital*

Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce, 1.4 (2022), 134–48

Rahayu, Tamara Dwi, Magister Manajemen, and Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, 'Evaluasi Kinerja Operasional UMKM Jasa Kecantikan Berbasis Key Performance Indicators (KPI): Studi Kasus Pada Mutiara Salon Yogyakarta', 2.4 (2025), 304–10

Rahman, Abd, and Abdul Muin, 'Aspek Sumber Daya Manusia Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan', *INDOPEDIA (Jurnal Inovasi Pembelajaran Dan Pendidikan)*, 1.4 (2023), 1457–67

Rofa, Iir Tsamrotur, Ade Rizki Meilani, Nur Mija an Hasibu, Ahmad Kurnia Nasution, and Suhairi Suhairi, 'Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis', *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1.2 (2021), 222–35 <<https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.945>>

Widya Astuti, Aurelia, Sayudin Sayudin, and Azka Muharam, 'Perkembangan Bisnis Di Era Digital', *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2.9 (2023), 2787–92 <<https://doi.org/10.58344/jmi.v2i9.554>>

Willy, Yohanes, and Jane Sekarsari, 'Analisis Aspek Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pekerja Proyek Konstruksi', *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 3.3 (2020), 523 <<https://doi.org/10.24912/jmts.v3i3.8392>>

Yastutik, Selfi Hilda Andri, and Detak Prapanca, 'Pengaruh Duta Merek, Kualitas Produk, Dan Pemasaran Digital Pada Keputusan Pembelian Produk Kecantikan', *Interaction Communication Studies Journal*, 1.2 (2024), 329–48 <<https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2974>>

