

PRAKTIK BISNIS
‘Glamlabs’ FRESH HOMEMADE BEAUTY CARE



LAPORAN PRAKTIK BISNIS
“GLAMLABS”

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Ahli Madya**

Oleh :

Nama : Bagas Pratama
NPM : 2015910012

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN
Terakreditasi berdasarkan keputusan BAN-PT
No: 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015)
BANDUNG
2018

**‘GLAMLABS’ FRESH HOMEMADE BEAUTY CARE
BUSINESS PRACTICE**



BUSINESS PRACTICE

“GLAMLABS”

**This report is made to fulfill the requirement of the Diploma III
Business Management Program**

By :

Name : Bagas Pratama

Reg. Number : 2015910012

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
DIPLOMA III BUSINESS MANAGEMENT PROGRAM**

**Accredited based on the decree of BAN-PT
No: 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015)**

BANDUNG

2018



UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN



**LAPORAN PRAKTIK BISNIS “GLAMLABS” FRESH HOMEMADE
BEAUTY CARE**

Oleh :

Nama : **Bagas Pratama**

NPM : **2015910012**

PERSETUJUAN LAPORAN PRAKTIK BISNIS

Bandung, July 2018

Ketua Program DIII Manajemen Perusahaan

Nina Septina, SP.,MM

Pembimbing,

Nina Septina, SP.,MM

Penguji,

Lilian Danil SE., MM



PERNYATAAN:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Bagas Pratama
Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 05 Desember 1996
Nomor Pokok : 2015910012
Program Studi : Diploma III Manajemen Perusahaan
Jenis Naskah : Laporan Proposal Bisnis

JUDUL

PRAKTIK BISNIS “*Glamlabs*” *FRESH HOMEMADE BEAUTY CARE*

Dengan,

Pembimbing : Nina Septiana S.P.,M.M.Phil

SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur, atau tafsir dan jelas saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik dan sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 ayat (2) UU No. 20 Tahun 2010: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 : lulusan yang karya ilmiah digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 200juta

Bandung, July 2018
Dinyatakan tanggal:
Pembuat Pernyataan



Bagas Pratama

ABSTRAK

Penulis memulai usaha kosmetik bernama “*GlamLabs*” sejak 05 agustus 2016. Bisnis ini bermula dari kebingungan untuk membuka usaha baru yang bisa memproduksi di rumah dengan mudah. Pada saat itu rekan bisnis memberikan saran untuk berani memproduksi *lipbalm* dan *lipscrub*, rekan mengetahui hal tersebut karena memiliki hobi di bidang kosmetik dan mengikuti perkembangan *fashion* di Indonesia.

Menurut rekan bisnis penulis bisnis ini belum pernah ada yang menciptakan. Setelah dikemudian hari penulis dan rekan memahami dan belajar cara membuat *lipscrub* dan *lipbalm* dengan *home made* dan menggunakan bahan yang natural, dalam artian tidak mengandung bahan obat obatan yang sensitif atau bahan kimia, melainkan menggunakan bahan yang alami atau biasa di sebut herbal. “*GlamLabs*” di ambil dari bahasa Inggris yang artinya adalah *Glam*, “*Glamour*”, dan *Labs*, “*Laboratorium*”. Filosofinya adalah bahwa setiap pengguna kosmetik ingin terlihat cantik dan menawan, namun kini penulis hadirkan pengguna kosmetik agar terlihat lebih *Glamour* cantik terlihat lebih mewah.

Penulis berharap agar para pengguna kosmetik terlebih berpatok pada merek *Glamlabs* ini. Selama melakukan bisnis, penulis mengalami banyak tantangan. Berupa stok wadah dan adonan yang di buat sangat sulit dan lama, begitu juga bagaimana memperbesar dan memperluas pasar. Selama ini pun, penulis mengalami penurunan dan juga kenaikan yang stabil di tahun 2016 hingga sekarang, Penulis pun menjual prooduk melalui media sosial berupa *instagram* dan *e-commerce*. Penulis mencari solusi dan tantangan tersebut agar memiliki alat yang lebih canggih untuk membuat bahan tersebut, agar pesanan dapat segera di kirim kepada konsumen tidak melakukan sistem PO atau *pay order*. Penulis juga melakukan analisis SWOT dan *five forces* dan menemukan kesimpulan bahwa inovasi akan selalu di perlukan dalam bisnis ini untuk tetap mengikuti perkembangan jaman yang berubah-ubah, agar omset tetap stabil.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penyusunan tugas akhir yang berjudul “Laporan Bisnis *Glamlabs Fresh Homemade Beauty Care*”, dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tugas akhir ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, dan kerjasama dari berbagai pihak sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Laporan ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian kompherhensif pada Program Diploma III, jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung untuk predikat Ahli Madya. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Terima Kasih kepada Tuhan yang Maha Esa. Yang selalu menyertai serta menuntun saya dalam setiap waktu.
2. Terima Kasih Kepada Bapak Agung Situmorang dan Ibu Heni Natifah selaku orangtua penulis yang selalu memperhatikan, mendoakan serta mendukung penuh anaknya mengerjakan Tugas Akhir, maupun melakukan segala aktifitas bisnis.
3. Ibu Nina Septina S.P., MM selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung dan selaku dosen wali yang selama selalu bersedia ini meluangkan waktu, pikiran serta tenaga untuk memberikan pengarahan serta mengingatkan penulis. Dan juga selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis serta memberikan dukungan dan arahan penuh selama masa perkuliahan hingga proses membuat laporan proposal bisnis.
4. Terima kasih kepada dosen pengajar, Ibu Lilian Danil S.E, MM, Bapak Dianta Hasri S.T., MM, Ibu Dr. Elvy Maria Manurung dan Ibu Tiurma Meilania A. A. D, S.Ab., MM, Bapak Ronny Surbakti, S.IP., MM.

5. Ibu Leoni Anastasia, Bapak Petrus, dan Bapak Asep Tisna selaku staf tata usaha Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah membantu melakukan aktivitas administrasi.
6. Seluruh jajaran pekerya dan *security* telah mendukung proses pembelajaran penulis selama perkuliahan.
7. Terima kasih kepada teman - teman angkatan yang selalu mau dan ingin bertukar pikiran selama mengerjakan tugas akhir.
8. Terima kasih kepada teman - teman OMK Gereja Pandu yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Terima kasih kepada saudara - saudara Kel.Situmorang, yang mendukung dan selalu mendoakan.
10. Terima kasih untuk seluruh pihak *GlamLabs* yang membantu dalam proses dan penyelesaian laporan proposal bisnis ini.
11. Terima kasih kepada Darwin Nainggolan, Ko Jery, Tuter Nainggolan, Michael Janry, Boris Silvanus, Helen Situmorang dan Theresia Amelia, yang selalu menyemangati dan membantu dalam mengerjakan tugas akhir ini, serta ingin membagikan informasi bisnis dan juga memberikan masukan bisnis terhadap *GlamLabs*.
12. Terima kasih kepada *WOW EVENT PLANNER* dan *B Clothing* yang selalu memberikan pengalaman pekerjaan selama proses perkuliahan.

Bandung, 18 Juli 2018

Penulis,
Bagas Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Peluang dan Kesempatan	3
1.2 Motivasi	4
1.3 <i>Problem Solving</i>	4
1.4 Ide Bisnis	5
BAB II KEGIATAN BISNIS	8
2.1 Profil Lengkap Bisnis	8
2.1.1 Struktur Organisasi	9
2.2 Alur Bisnis.....	11
2.2.1 Deskripsi Input	12
2.2.2 Deskripsi Proses	12
2.2.3 Deskripsi Output	14
2.3 Target jangka Pendek	15
2.4 Agenda Kerja (Timeline).....	17
BAB III EVALUASI BISNIS	20
3.1 Evaluasi Pencapaian	20
3.1.1 Pemasaran.....	22
3.1.2 Operasional.....	23
3.1.3 Keuangan.....	24
3.2 Analisis <i>SWOT</i>	31
3.2.1 Strength	32
3.2.2 Weakness.....	32
3.2.3 Opportunity	32
3.2.4 Threats.....	33
3.3 Analisis <i>Bussiness Canvas Model</i>	33
3.3.1 <i>Customer Segment</i>	34
3.3.2 <i>Value Proposition</i>	35
3.3.3 <i>Customer Relationship</i>	36
3.3.4 <i>Channel</i>	36
3.3.5 <i>Revenue Stream</i>	37
3.3.6 <i>Key Resource</i>	37
3.3.7 <i>Key Activities</i>	38
3.3.8 <i>Key Patnership</i>	39
3.3.9 <i>Cost Structure</i>	39
BAB IV KESIMPULAN	40
4.1 Kesimpulan Bisnis	40

4.2 Strategi Kedepan	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	44
RIWAYAT HIDUP	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Profil Bisnis “ <i>Glamlabs</i> ”	8
Tabel 2.2 Target Jangka Pendek “ <i>Glamlabs</i> ”	15
Tabel 3.1 Tabel Pencapaian “ <i>Glamlabs</i> ”	21
Tabel 3.2 Neraca Awal “ <i>Glamlabs</i> ”	25
Tabel 3.3 Neraca “ <i>Glamlabs</i> ”	25
Tabel 3.4 Neraca Akhir “ <i>Glamlabs</i> ”	26
Tabel 3.5 Laporan Laba Rugi “ <i>Glamlabs</i> ” 2016	27
Tabel 3.6 Laporan Laba Rugi “ <i>Glamlabs</i> ” 2017	28
Tabel 3.7 Analisis SWOT “ <i>Glamlabs</i> ”	31

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Contoh Produk “ <i>Glamlabs</i> ”	5
Gambar 1.2 Ide Bisnis <i>Canvas Model</i> “ <i>Glamlabs</i> ”	6
Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi “ <i>Glamlabs</i> ”	10
Gambar 2.2 Wadah “ <i>Glamlabs</i> ”	13
Gambar 2.3 Bahan-bahan “ <i>Glamlabs</i> ”	13
Gambar 2.4 Bungkus Kemasan “ <i>Glamlabs</i> ”	14
Gambar 2.5 Varian Rasa “ <i>Glamlabs</i> ”	15
Gambar 2.6 Timeline “ <i>Glamlabs</i> ”	17
Gambar 3.1 Grafik Penjualan “ <i>Glamlabs</i> ” melalui <i>online</i>	22
Gambar 3.2 <i>Testimoni Reseller</i> “ <i>Glamlabs</i> ”	29
Gambar 3.3 <i>Testimoni</i> Konsumen “ <i>Glamlabs</i> ”	30
Gambar 3.4 <i>Bussiness Model Canvas</i> “ <i>Glamlabs</i> ”	34

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Proses Pembuatan <i>Lipbalm</i> dan <i>Balmtint</i>	45
Lampiran 2 Instagram dan <i>Contact Person</i>	48
Lampiran 3 <i>Event</i> yang diikuti	49
Lampiran 4 Promo dan <i>Giveaway</i>	51
Lampiran 5 Iklan dalam bentuk <i>Endorse</i>	53
Lampiran 6 Daftar <i>Reseller</i> Aktif	54
Lampiran 7 Kartu Bimbingan	55

BAB I

PENDAHULUAN

Penulis memiliki beberapa macam usaha yaitu, kosmetik, minuman *Milkshake*, dan *Music Entertainment*, secara singkat penulis akan menjelaskan beberapa hal tersebut. Usaha dibidang minuman yang diberi nama *Ding Dong Drink* berdiri sejak 10 September 2017 dan masih berjalan hingga saat ini usaha dibidang minuman memasokan produk di salon maupun acara *food and drink* yang masih berjalan hingga saat ini, dan *Music Entertainment* yang memiliki nama *Lucky Midnight* berdiri sejak 5 Februari 2017, dibagian jenis usaha jasa ini penulis berperan sebagai *vokalis* dan biasanya mengisi disebuah acara *sweet seventeen birthday party* atau pensi sekolah.

Namun salah satu hal yang ingin dilakukan di pengerjaan tugas akhir yang saya pilih adalah dibagian kosmetik, karena memiliki beberapa hal yang menarik untuk diteliti secara lebih dalam dan mengerucut.

Peradaban manusia telah mengalami kemajuan sampai sekarang. Selama kemajuan itu berkembang juga. Globalisasi berdampak juga pada banyak hal salah satunya adalah dunia fashion. *Fashion* adalah istilah umum untuk gaya populer atau praktik, khususnya dipakaian, sepatu, aksesoris dan kosmetik. Mode referensi untuk sesuatu yang *trend* saat ini dalam tampilan dan berdandan seseorang. Gaya yang berlaku dalam perilaku juga. Istilah yang lebih teknis, kostum (penampilan) telah menjadi begitu terkait di mata publik dengan "mode" atau istilah yang lebih umum "kostum".

Dengan adanya perkembangan *fashion* tersebut, setiap manusia terutama kaum hawa telah berusaha untuk tidak ketinggalan. Mulai dari anak-anak sampai dewasa sangat memperhatikan perkembangan *fashion* tersebut dan sekarang perkembangan dunia *fashion* yang disebut mode ini telah mengalami jaman revolusi yang pesat di Indonesia. Dengan adanya perkembangan tersebut telah membuat banyak orang mendirikan *departement store*. Gaya-gaya dan *style*,

fashion pun menjadi syarat-syarat penting untuk para wanita yang juga sebagian besar adalah pelajar. Perubahan-perubahan yang terjadi ini menghasilkan dampak, baik positif maupun negatif.

Salah satu dampak positif dari *fashion* adalah kita dapat selalu terlihat manis dengan pakaian dan aksesoris yang pas kita kenakan. Tetapi dampak negatif perkembangan *fashion* ini adalah kita melupakan pakaian tradisional kita seperti kebaya dan memilih menjadi pengikut *fashion* barat. Para pengamat *fashion* telah menemukan indikasi adanya dampak yang terbesar dari perkembangan *fashion* ini di Indonesia.

Dampak negatif ini adalah para kaum wanita di Indonesia mulai melupakan pakaian tradisional dan produksi pakaian dari dalam negeri juga menyebabkan perubahan budaya timur menjadi seperti budaya barat. Namun, masalah dunia *fashion* masih diperdebatkan oleh beberapa pihak yang menganggap dunia *fashion* adalah hal yang sangat penting bagi para wanita yang umumnya masih remaja ini.

Kosmetik salah satunya saat ini telah menjadi kebutuhan manusia yang tidak bisa dianggap sebelah mata lagi. Jika disadari bahwa wanita maupun pria, sejak lahir sampai dewasa semua membutuhkan kosmetik. Berbagai macam produk kosmetik mulai bermunculan. Dimana perusahaan-perusahaan kosmetik saling bersaing untuk mendapatkan persepsi yang baik dari konsumen terhadap merek dari produk mereka. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Kotler dan Keller, 2009: 4). Produk yang diharapkan konsumen adalah produk yang memenuhi kebutuhan mereka, memberikan manfaat dan menciptakan kepuasan tertinggi bagi tiap orang yang berbeda-beda.

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi maka kebutuhan hidup manusia kian berkembang pula. Tidak hanya kebutuhan akan sandang, pangan, papan, pendidikan dan kesehatan saja. Kebutuhan akan mempercantik diri pun kini menjadi prioritas utama dalam menunjang penampilan

sehari-hari. Salah satu cara untuk mengubah penampilan atau mempercantik diri yaitu dengan menggunakan kosmetik. pengamatan sekilas, sekarang ini cenderung memiliki masalah dengan bibir, bibir yang semakin lama mengering dan menghitam, biasanya karena cuaca panas

Berdasarkan dan juga umur. Namun disini penulis menciptakan produk yang alami tidak ada yang perlu di khawatirkan dari bahan tersebut yaitu *scrub* bibir dan *balm* untuk bibir agar tetap sehat dan juga dapat mengangkat sel kulit mati pada bibir, sehingga bibir yang hitam, dan kering dapat kembali merah natural.

1.1 Peluang dan Kesempatan

Kosmetik telah menjadi kebutuhan pokok bagi seorang wanita, sebab tentunya mereka ingin tampil cantik setiap saat. Alat-alat kosmetik sepertinya telah tak dapat di pisahkan lagi dalam kesehariannya, setiap beraktifitas kemanapun peralatan ini menjadi barang yang harus untuk dibawa.

Semacam itulah ketergantungan seorang wanita terhadap peralatan kosmetik ini, telah menjadi sifat bawaan mereka untuk rutin menjaga kecantikannya. Jadi untuk memenuhi kebutuhan mereka, berbisnis barang kosmetik dapat menjadi kesempatan usaha yang lumayan besar peluangnya, dapat dibayangkan kebutuhan barang ini yang rutin harus di Gunakan setiap hari, telah dapat disamakan semacam kebutuhan makanan pokok utama, menjalankan bisnis kosmetik juga tak mengetahui musiman, akan rutin dapat menguntungkan sepanjang tahunnya, walau harga barangnya dapat terpengaruh pasar, tetapi konsumennya akan rutin berusaha mendapatkan kesempatan usaha yang besar peluangnya. Tidak hanya terbilang mudah di jalankan, ada beberapa tutorial yang dapat dilakukan untuk menjalankannya, dapat disesuaikan dengan anggaran modal yang di miliki.

1.2 Motivasi

Bermodalkan tekad penulis berani dan menyanggupi untuk berani mengambil kesempatan berbisnis di bidang kosmetik yaitu *Lipscrub* dan *Lipbalm*, Karena kosmetik peluang yang sangat besar dan tidak adanya musiman, akan tetapi menjadi barang utama untuk semua wanita di saat berpergian. Maka dari bisnis kosmetik itu sendiri penulis berharap bisa meruap keuntungan yang besar.

Penulis memiliki rasa ingin mencoba dan rasa ingin yang sangat tinggi, oleh sebab itu bisnis kometik yang seharusnya dimiliki oleh wanita, Penulis bisa dan sanggup untuk menjalanakannya meskipun adanya orang yang mencela, namun hal tersebut dijadikan suatu acuan untuk berani, namun hal itu dijadikan motivasi yang membangun, dengan berbisnis kosmetik ini juga penulis menjadi kesenangan sendiri bisa berelasi dengan wanita, dan mau belajar memahami keinginan wanita inginkan dan dapat, dijadikan ide tambahan untuk berbisnis.

1.3 *Problem Solving*

Wanita dewasa manakah yang tak memakai kosmetik? Pemakaian kosmetik sudah merupakan hal lumrah dipakai para wanita dewasa juga remaja. Terlebih lagi naluri wanita yang selalu ingin tampil menarik di mata umum, membuat wanita juga tak segan memakai kosmetik mahal dan berkualitas.

Namun sayangnya ada juga wanita yang terlena membeli kosmetik murah dan tidak memperhatikan efek sampingnya. Akhir-akhir ini yang paling marak di *timeline* media sosial kita adalah operasi plastik atau suntik pada bibir agar terlihat lebih menawandan menambah rasa percaya diri setiap wanita.

Demi meraup untung yang banyak, produsen nakal membuat *cream* dengan bahan-bahan berbahaya seperti *mercuri* dan *hydroquinon*.

Para produsen nakal itu tidak mempedulikan dampak negatif dari *cream* yang mereka buat. Namun disini *Glamlabs* hadir dengan menawarkan produk *home made* yang menggunakan bahan alami dengan komposisi yang konsisten, tidak adanya efek samping bagi para penggunanya.

1.4 Ide Bisnis

Berawal dari permasalahan pada kesempatan ini, penulis terinspirasi untuk membuat kosmetik dengan bahan yang natural dan alami *fresh home made*, yang diberi nama "*GlamLabs*"

Glamlabs memiliki 3 produk dan beberapa varian yang sangat *best seller*.

Yaitu *Lipscrub*, *Lipbalm*, dan *Balmtint*, keunggulan dari produk ini adalah:

1. Harga terjangkau.
2. Tidak memiliki efek samping.
3. Mudah untuk di gunakan.
4. Efektif untuk di bawa berpergian.
5. Dapat digunakan oleh segala umur.

Berikut adalah produk *Glamlabs* yang dapat di lihat :

Gambar 1.1
Contoh Produk *GlamLabs*



Sumber : "*GlamLabs*",2016

Deskripsi dan keunggulan masing-masing produk "*GlamLabs*" :

1. *Lipscrub*

Lipscrub bahan dasarnya yaitu gula dan kandungan vitamin E yang tinggi guna untuk kesehatan bibir saat di gunakan, dengan berat 15 gram dan

diwadahi pot cream dengan bahan alumunium guna menjaga konsistensi rasa juga menjaga kebersihan dari lipscrub tersebut.

2. *Balmtint*

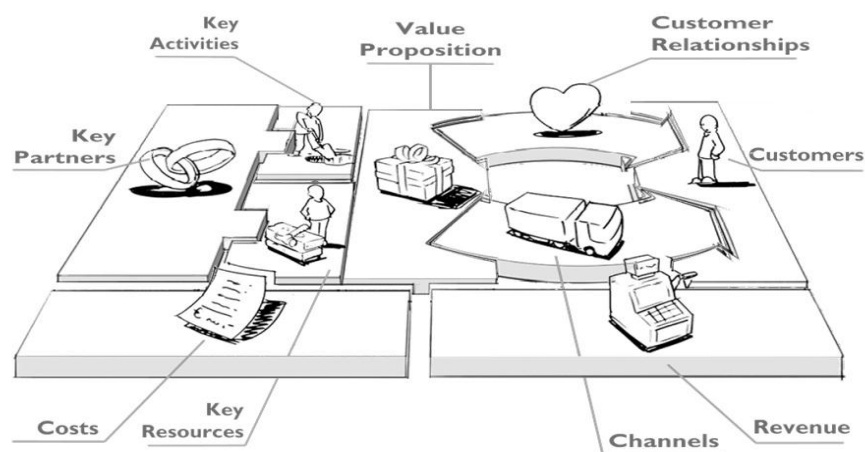
Balmtint adalah suatu adonan yang mengandung dari *cocoa butter*, *shea butter* dan vitamin E yang tinggi, berfungsi sebagai pelembab pada bibir, yang menjaga kesehatan bibir itu sendiri, dan diwadahi oleh pot *cream* berukuran 15 gram dengan bahan alumunium, sama seperti *lipscrub* agar menjaga konsistensi adonan dan kebersihan pada formula yang ada.

3. *Liptint*

Liptint sama seperti *balmtint* namun *Liptint* bentuk, tekstur dan adonannya lebih lembut dan berukuran 10 gram dengan wadah *chapstick*, fungsinya sama dengan *balmtint* namun dapat membut bibir merah seperti *lipstick*.

1.4.1 *Bussines Canvas Model*

GAMBAR 1.2
IDE BISNIS CANVAS MODEL GLAMLABS



Sumber : <https://www.linkedin.com/pulse/holistic-strategic-management-tool-business-model-canvas-verbustel,tanggal1mei2018>

Pada gambar 1.2. dapat dilihat bahwa *costumer segments* pada bisnis kosmetik yang dituju adalah kalangan remaja dewasa dari umur 15 – 55 tahun. Terlebih untuk calon konsumen yang membutuhkan kesehatan bibir, hadiah atau ingin berbisnis kosmetik. Namun secara spesifikasi pengguna kosmetik *Glamlabs* yaitu mahasiswa dan pelajar SMA.

- a. Pada bagian *customer segments*, penulis menargetkan masyarakat tingkat ekonomi menengah keatas, orang-orang yang membutuhkan kesehatan atau keperluan kecantikan untuk sehari-hari.
- b. Pada bagian *value proposition*, melalui produk *Glamlabs* ini penulis ingin memberikan nilai tambah yang baru kepada konsumen yaitu keunikan pada perpaduan *lipblam* dan *liptint* yang memberikan kesan *glamour* pada produk dan *customize* produk.
- c. Pada bagian *channels*, adalah cara berbisnis untuk menyampaikan *value* kepada konsumen dengan menggunakan bantuan media digital seperti *social media*. Dalam jangka panjang produk “*Glamlabs*” akan menjadi barang konsiyasi dengan brand tertentu.
- d. Pada bagian *revenue streams* penulis berencana untuk meningkatkan pendapatan dari penjualan langsung kepada calon kosumen dengan bantuan dari bagian *channel*.
- e. Pada bagian *key activities* penulis berencana untuk tetap menjaga bagian-bagian dari aktivitas “*Glamlabs*” yaitu konsultasi, produk dan pemasaran agar menghindari ketidakpuasan *output* dari konsumen.
- f. Pada bagian *key resources* penulis merencanakan sumber daya bisnis untuk mempertahankan bisnis yang sudah dijalankan.
- g. Pada bagian *key partnership* penulis harus menjaga hubungan dengan bagian *supplier* dan *reseller*.
- h. Pada bagian *cost structure* penulis merencanakan setiap pembiayaan pada tahap produksi, pemasaran, dan biaya yang tidak terduga, siklus bisnis ini yang harus dikelola secara efektif dan efisien sehingga tidak beresiko kerugian pada bisnis.