

USAHA KOSMETIK SEBAGAI PENGGERAK PEREKONOMIAN WANITA YANG TIDAK MENGENYAM PENDIDIKAN

Mia Audina¹, Pandu Prasodjo²

Universitas Internasional Batam
Miaaudina2805@gmail.com

Abstract:

The goal of establishing a cosmetics business is to open new jobs for women who have limited access to jobs because they do not have the educational qualifications required by the job provider. The method of establishing and developing a cosmetic business is relatively easy because there is already a similar company that has been run by the previous family member. So that 50% of the company establishment process duplicates similar companies that have been run before. The commodity that this business excels in is cosmetic products from well-known brands that are original and have more competitive prices. In selecting the products to be sold, the authors conducted a SWOT analysis according to potential consumers in the target market. The results obtained are opening jobs that can absorb female workers regardless of the level of education taken but have the ability to read and write and be honest and have a desire to learn.

Keywords: *cosmetics, female labors, without education level.*

Abstrak:

Tujuan dari pendirian usaha kosmetik ini yaitu membuka lapangan kerja baru bagi wanita-wanita yang memiliki keterbatasan dalam mendapatkan pekerjaan dikarenakan tidak memiliki kualifikasi pendidikan yang dipersyaratkan oleh penyedia pekerjaan. Metode dalam mendirikan dan mengembangkan usaha kosmetik ini relative lebih mudah dikarenakan sudah ada perusahaan serupa yang telah dijalankan oleh keluarga sebelumnya. Sehingga proses pendirian perusahaan 50% melakukan duplikasi pada perusahaan serupa yang telah dijalankan oleh keluarga. Komoditas yang diunggulkan oleh usaha ini yaitu produk-produk kosmetik dari merk ternama yang original dan memiliki harga yang lebih bersaing. Dalam pemilihan produk yang akan dijual, penulis melakukan analisis SWOT sesuai dengan calon konsumen pada target pasar. Hasil yang didapatkan yaitu membuka lapangan pekerjaan yang mampu menyerap tenaga kerja wanita pada khususnya tanpa memandang jenjang pendidikan yang ditempuh namun memiliki kemampuan membaca dan menulis serta jujur dan memiliki keinginan untuk belajar.

Kata kunci: *kosmetik, tenaga kerja wanita, tanpa jenjang pendidikan.*

PENDAHULUAN

Berangkat dari tekad untuk belajar hidup mandiri dan tidak bergantung kepada orangtua dalam masalah perekonomian kemudian mendapatkan penghasilan selain dari pendapatan rutin dari kantor tempat penulis bekerja dan sebagai latihan untuk

penulis pribadi untuk pembelajaran dalam bidang bisnis. Disamping itu orangtua penulis memiliki usaha dibidang kosmetik yang sudah berjalan lebih dari 19 tahun. Maka penulis mencoba untuk membuka usaha yang sama dibidang kosmetik.

Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan manusia yang semakin berkembang dari waktu ke waktu. Berawal dari kosmetik hanya dapat digunakan oleh perempuan, yang saat ini kaum laki-laki pun banyak yang menggunakan untuk menunjang penampilan. Bahkan bagi masyarakat dengan gaya hidup yang semakin modern kosmetik seperti sudah menjadi kebutuhan pokok seperti halnya sandang dan pangan.

Berbekal dari pengalaman orangtua dalam menjalankan bisnis kosmetik selama 19 tahun maka penulis banyak mendapatkan fasilitas atau kemudahan dalam menjalankan usaha yang sama seperti memiliki relasi yang cakupannya luas sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan suplai barang dengan mudah dan dengan harga yang lebih dari terjangkau dibandingkan jika membeli suplai barang dari toko yang lainnya. Selain itu dikarenakan bermacam-macam perusahaan dalam bidang kosmetik berdiri di Indonesia sehingga pasar kosmetik menjadi beragam dan sangat menguntungkan untuk diincar oleh para produsen.

Disamping itu terkait dengan pelanggan, orangtua juga membantu usaha penulis dengan cara memberikan informasi tentang usaha kosmetik penulis kepada pelanggan toko kosmetik orangtua sehingga berdampak pada bertambahnya pelanggan. Keuntungan lainnya yaitu mendapatkan rekomendasi dan saran untuk lokasi untuk membuka usaha, sehingga penulis lebih mudah dalam memetakan perilaku konsumen maupun competitor disekitarnya.

Penggunaan kosmetik dalam masyarakat Indonesia cenderung meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat pada pola konsumsinya. Sehingga terkadang beberapa pihak hanya melihat dari iklan dan promosi dari media membuat konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi secara berlebihan dan seringkali tidak rasional.

Bedasarkan data sensus penduduk tahun 2018 jumlah penduduk Indonesia sebesar 267 juta jiwa. Jumlah penduduk dengan jenis kelamin wanita sebesar 130 juta jiwa. Dari angka ini kosmetik berpeluang menjadi komoditi yang sangat potensial untuk dipasarkan di Indonesia

(Badan Pusat Statistik, 2018). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk wanita dengan rentang usia 15 tahun keatas pada tahun 2020 mencapai lebih dari 50% dari total jiwa (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2020) sehingga potensi pasar untuk memulai usaha kosmetik di Batam sangat tinggi peluangnya.

Berdasarkan data diatas tingkat kebutuhan pengguna kosmetik di Batam cukup tinggi. Hal ini dikarenakan kosmetik memiliki berbagai macam variasi dan kecenderungan konsumen pada merk tertentu juga cukup beragam (Septiani & Indraswari, 2019). Selain merk konsumen juga memiliki kebutuhan jenis kosmetik yang berbeda sesuai dengan kebutuhan sehingga tingkat penjualan kosmetik tetap tinggi. Hal ini selaras dengan data yang dirilis oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2020) bahwa industri kosmetik indonesia tumbuh sebesar 20% atau empat kali lipat pada pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017. Pada tahun 2019 tren perawatan kecantikan industry kosmetik

dipatok tumbuh sebesar 9% oleh Kemenprin. Hal ini disampaikan oleh Direktur Jenderal Industri Kimia, Farmasi, dan Tekstil, Achmad Sigit Dwiwahjono (Ekarina, 2019). Fenomena ini berbanding lurus dengan pernyataan dari Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi) yakni kosmetik tanah air akan terus tumbuh positif hal ini disebabkan oleh tren penggunaan kosmetik kaum pria meningkat. Selain itu industry e-commers dan media social menjadi chanel jual beli secara langsung dengan konsumen millenial (Wijayanto, 2020).

Pengalaman pribadi penulis yang tertarik dengan kosmetik menjadi salah satu alasan dibukanya usaha ini. Selain penulis adalah seorang perempuan ,disamping itu penulis sejak kecil melihat orangtua menjalankan usaha kosmetik sehingga membuat penulis lama kelamaan mengerti tentang produk-produk yang dijual beserta manfaatnya. Selain itu penulis juga memperhatikan bagaimana cara orangtua mempromosikan dan memperkenalkan produk kepada calon pembeli. Hal tersebut yang membuat penulis saat

memulai usaha sendiri sangat terbantu untuk masalah mempromosikan dan memahami produk-produk kosmetik yang ada.

Dalam beberapa tahun terakhir terdapat beberapa jenis kosmetik dari luar negeri yang mudah ditemukan di Indonesia. Walaupun demikian perusahaan kosmetik local Indonesia berkembang dengan kelebihan bahan dan warna yang sesuai dengan kulit wanita Indonesia yang juga digemari para remaja masa kini.

Dalam menjalankan usaha kosmetik penulis berusaha merekrut sumber daya manusia yang berlatar belakang pendidikan minimal tamatan sekolah dasar dan jenis kelamin wanita. Hal ini dipilih karena jumlah wanita yang tidak memiliki ijazah pendidikan yang cukup seringkali sulit mendapatkan pekerjaan. Selain itu kriteria karyawan yang dipilih adalah wanita yang berusia sangat muda namun sudah memiliki keluarga dan anak. Sehingga dalam menjalankan usaha ini penulis juga berusaha membuka lapangan pekerjaan baru bagi wanita seperti disebutkan diatas.

METODE

Perencanaan awal dalam mendirikan usaha ini yaitu untuk mengasah kemandirian penulis setelah lulus sekolah menengah atas agar tidak bergantung kepada orang tua. Langkah yang sudah dilakukan yaitu melakukan koordinasi dengan orangtua terkait dengan pemilihan lokasi, pembelian etalase, mencari sales kosmetik yang sesuai dengan barang yang akan dijual. Selanjutnya penulis membuka lowongan pekerjaan yang dipublikasikan di stan toko dengan kriteria berjenis kelamin wanita, bisa membaca dan menulis, jujur dan ingin belajar. Langkah berikutnya penulis merencanakan pengelolaan keuangan. Terakhir penulis melakukan pelatihan kepada karyawan baru antara lain mengenalkan barang-barang, kode harga, teknik marketing, melayani konsumen, cara berpenampilan menarik, melakukan pencatatan penjualan dan cara menghitung stok barang.

Strategi dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang telah dilakukan yaitu 1) Menentukan kriteria calon karyawan yang akan dipekerjakan;

2) Melakukan seleksi calon karyawan dengan cara melihat kelengkapan dokumen kependudukan dan wawancara. Hal-hal yang digali dalam wawancara antara lain tempat tinggal, kelengkapan dokumen kependudukan, pekerjaan sebelumnya, status dan latar belakang pribadi serta keluarga, kemampuan membaca dan menulis; 3) Penetapan calon karyawan yang akan diterima. Pertimbangan yang diambil oleh penulis diantaranya penampilan, cara berkomunikasi, dan keinginan untuk terus belajar; 4) Pelatihan karyawan baru dilakukan dengan cara selama seminggu pertama penulis mendampingi karyawan dengan tujuan mengenalkan produk, membuat kode harga dan cara membacanya, cara mempromosikan produk, cara berkomunikasi dan melayani konsumen, cara mencatat barang yang dijual dan sisa stok barang, cara berpenampilan menarik, cara menyusun dan menyimpan kembali barang display, cara berhitung menggunakan kalkulator; 5) Pemberian bonus dan insentif apabila penjualan harian dan bulanan mencapai target yang telah ditentukan; 6) Pemberian

keleluasaan dalam menentukan hari libur sesuai dengan peraturan yang telah dibuat. Dalam satu bulan penulis memberikan empat hari libur kerja yang dapat diambil oleh karyawan selain hari Sabtu dan Minggu, sehingga karyawan dapat menentukan sendiri hari liburnya yang sudah disetujui oleh penulis. Hari libur yang diberikan sudah termasuk izin sakit atau lainnya. Semisal karyawan ada keperluan yang membutuhkan libur dengan jangka waktu yang cukup panjang maka empat hari libur yang disediakan dapat diambil keseluruhan dalam satu waktu; 7) Sanksi yang diberikan kepada karyawan atas pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan yaitu potong gaji hingga pemecatan sepihak. Contoh kasusnya yaitu karyawan tidak datang bekerja tanpa ada pemberitahuan sebelumnya kepada penulis dalam waktu satu hari maka penulis akan memotong gaji pada hari tersebut. Jika karyawan tidak datang dalam waktu dua hari dan tanpa kabar maka penulis akan memberhentikan karyawan secara sepihak tanpa pesangon dan penulis akan menginformasikan lowongan karyawan baru.

Strategi pemasaran yang telah dilakukan untuk meningkatkan produktivitas penjualan sebagai berikut

- 1) Melengkapi varian produk kosmetik dengan tujuan menyediakan beberapa pilihan atau opsi yang sesuai dengan kebutuhan dan tren pasar;
- 2) Menyesuaikan harga produk dengan pasar sehingga harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan competitor;
- 3) Menawarkan produk dengan cara mengirim pesan singkat melalui Whatsapp kepada teman-teman yang saya ketahui kebutuhan kosmetiknya;
- 4) Memberi arahan kepada karyawan untuk komunikatif dalam menawarkan produk.

Perencanaan pengelolaan keuangan di perusahaan yang dikelola meliputi:

- 1) Biaya investasi diantaranya modal awal untuk pembelian etalase, meja, kursi, kalkulator, buku, kipas angin, alat kebersihan, dan alat tulis;
- 2) Biaya operasional yang dikeluarkan meliputi biaya sewa tempat, gaji karyawan dan pembayaran tagihan atau invoice produk;
- 3) Laba rata-rata hasil penjualan sebesar 40%. Laba ini merupakan laba bersih yang sudah dikurangi modal;
- 4) Jenis arus kas yang digunakan dalam pengelolaan

usaha ini adalah arus kas keuangan bisnis. Dalam satu bulan arus uang masuk didapatkan dari transaksi penjualan produk pada konsumen. Pengeluaran didominasi oleh pembayaran tagihan/invoice, sewa tempat usaha, gaji karyawan, dan peralatan habis pakai lainnya.

Rencana pengembangan dari usaha kosmetik ini adalah dengan cara membuat online store pada e-commerce yang populer seperti Tokopedia dan Shoope. Dalam mengelola toko daring penulis berusaha memberdayakan karyawan yang sudah ada untuk menjalankan proses penjualannya. Penulis juga melatih karyawan dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Selain itu penulis juga mencoba menambah jenis dan merk kosmetik sesuai dengan tren pasar yang diminati oleh konsumen. Penulis juga berencana memperluas jangkauan toko dengan membuka outlet/stan di mall lainnya di Batam. Strategi yang ditempuh untuk merealisasikan rencana tersebut yaitu mulai mendaftar dan membuat akun penjual di e-commerce juga melengkapi isi konten akun penjual seperti foto produk yang menarik, deskripsi produk

yang jelas, harga yang dapat bersaing, pelayanan yang cepat dan ramah, memilih ekspedisi pengiriman yang tersedia, dan meyakinkan konsumen bahwa produk yang dikirim aman dan tidak rusak dengan cara membungkus produk dengan rapih menggunakan kotak dan bubble wrap. Untuk merealisasikan rencana penambahan jenis dan merk barang, strategi yang diambil yaitu penulis melakukan survey harga pasar produk di toko online yang lain juga media social serta mendapatkan informasi tentang produk baru dari konsumen. Terkait dengan penambahan toko, penulis menyisihkan pendapatan bulanan untuk menambah modal usaha yang dialokasikan sebagai bentuk investasi seperti menambah produk, dan modal awal membuka toko yang baru.

HASIL

Dimulai dengan keinginan penulis untuk dapat lebih baik dalam usaha yang dibangun dengan perencanaan pengembangan usaha, maka penulis dapat merealisasikan perencanaan tersebut. Untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi,

penulis mencari beberapa penjual grosiran kosmetik agar penulis dapat membandingkan harga satu dan yang lain. Penulis akan memilih barang yang lebih murah tetapi dengan kualitas yang baik. Dengan seperti itu, barang yang akan dijual dapat mengikuti harga pasaran tetapi tetap mendapatkan keuntungan. Selain itu, penulis juga mendapatkan barang dari sales. Dalam satu minggu, penulis dapat memesan barang yang dibutuhkan kepada sales, dan sales akan mengantarkan barang ke took keesokan harinya. Keuntungan jika berbelanja barang di sales dibandingkan berbelanja barang di grosiran kosmetik adalah grosiran kosmetik mendapatkan harga modal yang lebih murah, tetapi jika belanja barang di sales, penulis dapat mengambil barang terlebih dahulu dan dapat membayarnya dibulan berikutnya. Jika barang yang dipesan tidak terjual dalam waktu satu bulan, maka barang tersebut bisa di retur dengan barang yang lebih laku tetapi barang yang diretur harus sama total harganya dengan barang yang akan diambil. Belanja barang di sales pun juga mempermudah penulis dengan cara memesan via Whatsapp dan

telepon. Lalu sales akan mengantarkan barang yang dipesan langsung ke toko. Sama juga dengan cara pembayarannya yaitu sales yang datang mengambil tagihan ke toko langsung.

Dengan tujuan awal penulis membuka toko kosmetik selain untuk membantu perekonomian pribadi, penulis juga ingin membantu perempuan-perempuan yang berkisar usia 16-40 tahun yang tidak memiliki biaya untuk bersekolah cukup 12 tahun. Dalam syarat kriteria karyawan, penulis menekankan tingkatan Pendidikan tidak diutamakan untuk melamar kerja. Dari pengalaman penulis selama membuka usaha ini, rata-rata karyawan penulis memiliki tingkat Pendidikan sampai Sekolah Dasar saja. Tetapi penulis juga ingin membantu karyawan yang berkerja, seperti ada beberapa karyawan yang tidak lancar menulis dan membaca. Yang terpenting ada keinginan belajar maka penulis akan menerimanya sebagai karyawan. Penulis juga bekerja ditempat lain, jadi penulis tidak dapat mengawasi penuh karyawan saat pagi sampai dengan sore hari. Tetapi dengan adanya stok barang setiap hari, maka dapat mengurangi karyawan yang

berniat tidak jujur dan mencuri barang. Saat malam hari penulis akan datang ke toko untuk membantu dan menghitung pendapatan serta stok barang yang dijual.

Dengan adanya karyawan yang komunikatif dan ramah maka banyak konsumen yang tertarik untuk datang melihat ke toko. Jika toko memiliki barang kosmetik yang lengkap sesuai dengan yang dicari oleh konsumen, maka konsumen akan senang dan bisa membeli semua barang yang dicari hanya disatu toko saja. Konsumen yang membeli barang kosmetik lebih dari dua maka konsumen dapat menawar harga dan mendapatkan potongan harga. Selain itu dengan harga jual yang mengikuti pasaran, untuk meyakinkan konsumen bahwa harga ditoko penulis termasuk murah karena ada beberapa konsumen yang membandingkan harga dari toko satu dan yang lain. Konsumen akan membeli di toko yang menurutnya lebih murah. Jadi jika karyawan lebih komunikatif, varian barang yang lengkap, dan harga bisa bersaing di pasar maka konsumen akan berlangganan belanja seterusnya ditoko penulis,

Biaya investasi awal yang penulis keluarkan dalam waktu empat tahun ini, sebagian besar barang yang dapat digunakan dalam waktu jangka panjang. Serta biaya operasional yang rutin dikeluarkan untuk setiap bulannya. Mengenai sistem penerimaan pendapatan dari barang yang dijual, karyawan akan menuliskan setiap barang yang dijual beserta harga dan sisa stok barang. Saat tiba waktu toko akan ditutup, penulis akan mengecek buku penjualan dan menghitung sisa stok barang yang dituliskan oleh karyawan. Pendapatan penulis tidak melalui penjualan di toko saja, penulis juga menjual barang kosmetik melalui social media pribadi penulis. Menawarkan barang kosmetik kepada teman dan kerabat dekat melalui pesan online seperti whatsapp. Pendapatan setiap harinya akan diputar menjadi uang modal kembali untuk membeli barang yang sudah habis ditoko. Setiap bulannya pengeluaran dominan toko akan dikeluarkan, dan keuntungan yang didapatkan akan dijadikan modal untuk membeli barang atau menambah modal.

Dengan adanya pengembangan usaha yang penulis lakukan, penulis mendapatkan lebih banyak kesempatan barang yang akan terjual bukan hanya dari toko offline saja. Selain itu penulis dan karyawan mendapatkan pengalaman dan ilmu untuk bisa berjualan di toko online pada akun e-commerce yang penulis miliki. Dengan membuat tampilan dan gambar menarik maka dapat menarik peminat pembeli, pengiriman yang tepat waktu dan aman dalam pembungkusan barang yang akan dikirimkan akan membuat konsumen akan membeli lagi pada toko online penulis. Penambahan jenis dan merk barang melalui survey yang penulis lakukan mendapatkan informasi tentang produk-produk kosmetik yang sedang tenar saat ini membantu penulis untuk memiliki pengetahuan yang lebih luas dan membuat penulis tetap mengikuti tren.

KESIMPULAN

Menurut pengalaman yang penulis dapatkan dari karyawan-karyawan perempuan yang pernah bekerja di zaman milenial masih banyak

yang tidak memiliki ijazah pendidikan formal setingkat SMA dikarenakan bagi sebagian banyak keluarga menganggap bahwa pendidikan bagi perempuan bukanlah hal yang utama untuk ditempuh. Wawasan akan pentingnya pendidikan bagi perempuan perlu disosialisasikan dan diberikan peluang sekolah untuk sekolah dengan biaya murah dan merata di seluruh kawasan *hinterland*. Untuk mengatasi permasalahan ini, penulis membuka lapangan pekerjaan untuk perempuan yang tidak memiliki latar belakang pendidikan formal hingga jenjang SMA dengan tujuan membantu perekonomian serta membagi ilmu cara berjualan, cara berkomunikasi, berhitung, membaca, menulis, serta membuka wawasan dengan cara karyawan bertemu konsumen yang secara tidak langsung diterima oleh karyawan. Selain itu diharapkan karyawan juga dapat melihat peluang yang lain untuk menjadi lebih baik dalam perekonomian keluarga yang didapat saat waktu bekerja di toko.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2018). *Perempuan dan Laki - Laki di Indonesia 2018*. Badan Pusat Statistik.
- <https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=YzZmYmQ2NDQwMTEzYmRhZmYyZGUxOTI2&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMTkvMTIvMDYvYzZmYmQ2NDQwMTEzYmRhZmYyZGUxOTI2L3BlcmVtcHVhbi1kYW4tbGFraS1sYWtpLWRpLWluZG9uZXNpYS0yMDE4Lmh0bWw%3D&t>
- Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2020). *Persentase Penduduk Berumur 7-24 di Kota Batam dan Jenis Kelamin, 2017-2019*.
<https://batamkota.bps.go.id/dynamictable/2020/06/30/252/persentase-penduduk-berumur-7-24-di-kota-batam-dan-jenis-kelamin-2017-2019.html>
- Ekarina. (2019). *Tren Perawatan Kecantikan Naik, Industri Kosmetik Dipatok Tumbuh 9%*.
<https://katadata.co.id/ekarina/berita/5e9a51a7c8e5d/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*.
<https://kemenperin.go.id/artikel/21460/P>

- erubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik
Septiani, S., & Indraswari, R. (2019). Faktor - Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 9(1), 59.
- <https://doi.org/10.29244/jmo.v1i1.25370>
Wijayanto. (2020). *Gaya Hidup Milenial Dongkrak Industri Kosmetik*.
<https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2020/01/14/174764/gaya-hidup-milenial-dongkrak-industri-kosmetik>