



INTISARI

ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI UNIT BISNIS BARU DI BIDANG KECANTIKAN PADA PT. XYZ

Industri kecantikan mengalami pertumbuhan pesat dan tetap dinamis, didorong oleh peningkatan permintaan konsumen terhadap produk perawatan kulit dan kecantikan. Salah satu tren signifikan dalam sektor ini adalah meningkatnya preferensi konsumen terhadap merek lokal, menciptakan peluang baru bagi perusahaan untuk masuk dan bersaing di pasar. PT. XYZ merupakan salah satu perusahaan ritel di Indonesia yang bidang utamanya adalah sebagai distributor merek-merek internasional. Sebagai perusahaan terbuka yang berfokus pada pertumbuhan berkelanjutan dan peningkatan nilai bagi pemegang saham, PT. XYZ berencana melakukan diversifikasi dengan meluncurkan merek kecantikan sendiri. Langkah ini selaras dengan strategi perusahaan untuk memanfaatkan kompetensi inti, memperkuat posisi di pasar, dan mencapai kepemimpinan di industri tersebut.

Diversifikasi ini dievaluasi menggunakan tiga alat analisis strategis untuk memastikan kelayakan dan keselarasan dengan tujuan bisnis yaitu, uji daya tarik industri dengan menggunakan *Porter's Five Forces*, uji kelayakan finansial dengan menghitung NPV, IRR, dan *Payback Period*, dan uji sinergi dengan menggunakan *Porter's Value Chain*. Hasil dari masing-masing uji tersebut adalah industri kecantikan memiliki daya tarik sangat tinggi. Meskipun terdapat kompetisi ketat dari pemain lokal dan global, hambatan masuk industri ini cukup terjangkau. Namun, untuk mencapai posisi sebagai pemimpin pasar, dibutuhkan investasi berkelanjutan dalam pengembangan merek dan kapabilitas operasional. Evaluasi finansial menunjukkan bahwa proyek ini menghasilkan *Net Present Value* (NPV) positif dengan *Internal Rate of Return* (IRR) yang melebihi suku bunga pasar. Selain itu, periode pengembalian investasi (*payback period*) di bawah 4 tahun, sesuai dengan standar perusahaan untuk bisnis baru, menunjukkan bahwa proyek ini layak dan menjanjikan dari sisi finansial. Analisis rantai nilai mengidentifikasi adanya sinergi antara unit bisnis baru dan operasional yang sudah ada, terutama di aspek distribusi. Namun, perlu penguatan lebih lanjut di fungsi inti, seperti operasional dan *marketing*, untuk memastikan skala dan pertumbuhan bisnis baru ini berjalan optimal.

Kata Kunci: diversifikasi, industri kecantikan, strategi korporasi, kepemimpinan pasar, pertumbuhan berkelanjutan, kompetensi inti, lima kekuatan Porter, NPV, IRR, Periode Pengembalian, Sinergi.



ABSTRACT

ANALYSIS OF DIVERSIFICATION STRATEGY FOR A NEW BUSINESS UNIT IN THE BEAUTY SECTOR AT PT. XYZ

The beauty industry is experiencing rapid growth and remains dynamic, driven by increasing consumer demand for skincare and beauty products. One significant trend in this sector is the growing consumer preference for local brands, creating new opportunities for companies to enter and compete in the market. PT. XYZ is one of the retail companies in Indonesia, primarily acting as a distributor of international brands. As a publicly listed company focused on sustainable growth and enhancing shareholder value, PT. XYZ plans to diversify by launching its own beauty brand. This move aligns with the company's strategy to leverage its core competencies, strengthen its market position, and achieve leadership in the industry.

This diversification is evaluated using three strategic analysis tools to ensure its feasibility and alignment with business objectives: industry attractiveness analysis with Porter's Five Forces, financial feasibility analysis by calculating NPV, IRR, and Payback Period, and synergy analysis using Porter's Value Chain. The results of these evaluations indicate that the beauty industry is highly attractive. Although there is intense competition from local and global players, the barriers to entry in this industry are relatively manageable. However, to achieve a leading market position, continuous investment in brand development and operational capabilities is required.

The financial evaluation shows that the project generates a positive Net Present Value (NPV) with an Internal Rate of Return (IRR) exceeding the market interest rate. Additionally, the investment payback period is under 4 years, meeting the company's standards for new businesses, indicating that the project is financially viable and promising. The value chain analysis identifies synergies between the new business unit and the existing operations, particularly in distribution. However, further strengthening of core functions, such as operations and marketing, is needed to ensure the scalability and growth of this new business run optimally.

Keywords: *diversification, beauty industry, corporate strategy, market leadership, sustainable growth, core competencies, Porter's Five Forces, NPV, IRR, Payback Period, synergy, strategic fit.*