

RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

JASA MAKEUP ARTIST “LIMAR”

DI BEKASI

Oleh :

Nama : Lia Agustina

NIM : 76170381

RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis
Konsentrasi Kewirausahaan



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2021

RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

JASA MAKEUP ARTIST “LIMAR”

DI BEKASI

Oleh :

Nama : Lia Agustina

NIM : 76170381

RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis
Konsentrasi Kewirausahaan



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2021

PENGESAHAN

RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

JASA MAKEUP ARTIST “LIMAR”

DI BEKASI

Diajukan Oleh

Nama : Lia Agustina

NIM : 76170381

Jakarta, 08 September 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan rencana bisnis yang berjudul “Rencana Bisnis Pendirian Usaha Jasa Make Up Artist “LIMAR” di Bekasi” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Rencana bisnis ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penulisan perencanaan bisnis ini, banyak pihak yang telah membantu dalam memberikan pengarahan, dukungan, serta masukan. Oleh karena itu pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing penulis yang telah sabar membimbing, memberikan saran, waktu, tenaga, dan bantuan untuk penulis dalam menyusun rencana bisnis ini.
2. Orangtua, adik, dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat baik secara moril dan materil kepada penulis.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu serta pengalaman selama proses perkuliahan, dan sangat bermanfaat dalam penyusunan rencana bisnis ini dan bekal pengetahuan untuk masa yang akan datang.
4. Dwiki Gunawan, yang telah sabar dalam membantu, memberikan ide, saran, waktu, motivasi serta semangat kepada penulis.



5. Casella, Catherine, Ilen, dan Via selaku sahabat penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.

6. Seluruh teman-teman mahasiswa seangkatan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang selalu mendukung dan memberikan pendapat kepada penulis selama proses penyusunan perencanaan bisnis ini.

7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan berkontribusi dalam memperoleh informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan bisnis ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan perencanaan bisnis ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Segala kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan rencana bisnis ini sangat diharapkan. Jika terdapat hal-hal yang kurang berkenan selama proses pembuatan rencana bisnis ini berlangsung, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Akhir kata, penulis berharap rencana bisnis ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya bagi para pembaca.

Terimakasih.

Jakarta, 08 September 2021

Lia Agustina



ABSTRAK

Lia Agustina / 76170381 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Jasa *Make Up Artist* “LIMAR” di Bekasi / Pembimbing: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Bisnis *Make up Artist* ”LIMAR” adalah sebuah unit usaha yang bergerak pada bidang jasa *make up* yang berfokus pada kualitas dan hasil *make up* yang sesuai dengan keinginan klien yang berlokasi di Ruko Emelard Summarecon Bekasi.

Jasa yang akan ditawarkan adalah jasa *make up* yang memiliki 8 jenis yang dihasilkan yaitu *Party Make up*, *Engagement Make up*, *Prewedding Make up*, *Mature Make up*, *Sweet Seventeen Make up*, *Editorial Make up*, *Self Make up Class* dan *Wedding Make up*.

Target pasar dari “LIMAR” adalah masyarakat yang tinggal di daerah jabodetabek ataupun di luar daerah tersebut apabila diminta oleh klien. “LIMAR” berfokus pada konsumen dengan kelas sosial menengah hingga menengah ke atas dengan gaya hidup modern, kekinian, dan kreatif sehingga mementingkan suatu momen berharga dalam hidupnya dengan penampilan yang baik.

Beberapa strategi pemasaran yang akan digunakan oleh “LIMAR” yaitu Media Sosial, Periklanan, dan *Personal Selling*.

Investasi awal yang diperlukan oleh “LIMAR” adalah sebesar Rp 335.240.290 yang digunakan untuk kas awal, biaya sewa bangunan, biaya kendaraan, biaya renovasi, biaya peralatan, dan biaya perlengkapan.

“LIMAR” memperoleh laba yang cukup signifikan setiap tahunnya yang dapat dilihat dari performa laporan arus kas, dimana arus kas akhir pada tahun pertama bernilai positif diikuti dengan tahun-tahun berikutnya. Selain itu, hasil perhitungan kelayakan investasi yaitu PP dalam waktu 2 tahun 8 bulan 8 hari dengan NPV nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 312.408.059, untuk PI nilainya lebih besar dari 1 yaitu 1.93, sedangkan untuk analisis BEP nilai penjualan yang dihasilkan oleh “LIMAR” per tahunnya lebih tinggi daripada nilai BEP, maka bisnis “LIMAR” dapat direkomendasikan dan layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : “LIMAR”, *Make up Artist*, *Wedding Make up*



ABSTRACT

Lia Agustina / 76170381 / 2021 / Business Plan for the Establishment of a Make Up Artist Service "LIMAR" in Bekasi / Advisor: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Make up Artist Business "LIMAR" is a business unit engaged in make-up services that focuses on the quality and results of make-up in accordance with the wishes of clients located at Ruko Emeland Summarecon Bekasi.

The services that will be offered are make up services which have 7 types of products, namely Party Make up, Engagement Make up, Prewedding Make up, Mature Make up, Editorial Make up, Self Make up Class and Wedding Make up.

The target market of "LIMAR" is people who live in the Jabodetabek area or outside the area if requested by the client. "LIMAR" focuses on consumers with middle to upper middle social class with modern, contemporary, and creative lifestyles so that they attach importance to a precious moment in their life with a good appearance.

Some of the marketing strategies that will be used by "LIMAR" are Social Media, Advertising, and Personal Selling.

The initial investment required by "LIMAR" is Rp 335,240,290 which is used for initial cash, building rental costs, vehicle costs, renovation costs, equipment costs, and equipment costs.

"LIMAR" earns a significant profit every year which can be seen from the performance of the cash flow statement, where the final cash flow in the first year is positive, followed by the following years. In addition, the results of the calculation of investment feasibility are PP within 2 years 8 months 8 days with an NPV value greater than 0 which is Rp 312,408,059, for PI the value is greater than 1, namely 1.93, while for BEP analysis the value of sales generated by " LIMAR" per year is higher than the BEP value, then the "LIMAR" business can be recommended and is feasible to run.

Keywords: "LIMAR", Make up Artist, Wedding Make up

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Ide Bisnis	1
B. Gambaran Usaha.....	3
1. Bidang Usaha	3
2. Visi dan Misi.....	3
3. Tujuan Usaha	5
C. Besarnya Peluang Bisnis	5
D. Kebutuhan Dana	9
BAB II LATAR BELAKANG PERUSAHAAN	10
A. Data Perusahaan	10
B. Biodata Pemilik Usaha	10
C. Latar Belakang Pemilik Usaha.....	11
D. Jenis dan Ukuran Usaha	11
BAB III ANALISIS INDUSTRI PESAING	14
A. Tren dan Pertumbuhan Industri	14
B. Analisis Pesaing.....	16
C. Analisis <i>Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal</i> (PESTEL)	19
1. <i>Politic</i> (Politik).....	20
2. <i>Economic</i> (Ekonomi).....	22
3. <i>Social</i> (Sosial)	24
4. <i>Technology</i> (Teknologi).....	24
5. <i>Environment</i> (Lingkungan)	25



6. Legal (Legalitas)	25
D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan model Porter (<i>Porter Five Forces Business Model</i>)	26
1. <i>Rivalry Among Competing Firms</i> (Persaingan Antar Perusahaan Saingan) : Tinggi.	27
2. <i>Potential Entry of New Competitors</i> (Potensi Masuknya Pesaing Baru) : Tinggi	27
3. <i>Potential Development of Substitute Products</i> (Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti) : Tinggi	28
4. <i>Bargaining Power of Suppliers</i> (Daya Tawar Pemasok) : Rendah	28
5. <i>Bargaining Power of Consumers</i> (Daya Tawar Konsumen) : Tinggi	29
E. Analisis Faktor – faktor Kunci Sukses (<i>Competitive Profile Matrix</i>)	30
1. Faktor Penentu Keberhasilan (<i>Critical Success Factors</i>)	30
2. Peringkat (<i>Rating</i>)	31
3. Bobot (<i>Weighted</i>)	31
4. Nilai Terbobot (<i>Weighted Score</i>)	32
5. Jumlah Nilai Terbobot (<i>Total Weighted Score</i>)	32
F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (<i>SWOT Analysis</i>)	38
1. <i>Strength</i> (Kekuatan)	39
2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	39
3. <i>Opportunity</i> (Peluang)	40
4. <i>Threat</i> (Ancaman)	40
BAB IV ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN	45
A. Jasa Yang Dihasilkan	45
B. Gambaran Pasar	48
C. Target Pasar yang Dituju	52
1. Segmentasi Geografis	52
2. Segmentasi Demografis	52
3. Segmentasi Psikografis	53
D. Strategi Pemasaran	53
1. Diferensiasi	53
2. Positioning	54
3. Penetapan Harga	54



4.	Saluran Distribusi	56
5.	<i>People</i> (Orang).....	58
6.	<i>Process</i> (Proses).....	58
7.	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	59
E.	Strategi Promosi	59
1.	<i>Advertising</i> (Periklanan)	60
2.	<i>Sales Promotion</i> (Promosi penjualan).....	60
3.	<i>Personal Selling</i> (Penjualan perseorangan).....	60
4.	<i>Public Relation</i> (Hubungan Masyarakat)	60
5.	<i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)	60
BAB V RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL		64
A.	Proses Operasi	64
B.	Nama Pemasok	66
C.	Deskripsi Rencana Operasi.....	68
1.	Melakukan Survei Pasar	68
2.	Menyusun Rencana Usaha	68
3.	Melakukan Survei Lokasi	69
4.	Melakukan Survei Pemasok	69
5.	Membuat NPWP	69
6.	Pembuatan Surat Ijin Usaha	71
7.	Membeli Peralatan dan Perlengkapan.....	73
8.	Menata Studio	73
9.	Membuat Standar Operasional Prosedur dan <i>Job Description</i>	74
10.	Melakukan Perekrutan dan Pelatihan Tenaga Kerja	74
11.	Membuat Akun Sosial Media	74
12.	Membuat Portofolio <i>Make up</i>	75
13.	Melakukan Promosi	75
14.	Pembukaan Usaha	75
D.	Rencana Alur Produk	77
E.	Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan	78
F.	Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha	79

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Airbrush Make up.....	79
2. Kamera Lumix G7.....	79
3. UV Sterilizer	80
4. Koper Make up.....	81
5. Ring Light	81
6. Koper.....	82
7. Infinity CCTV	82
8. Router Wi-fi Indihome	83
9. AC Aqua.....	83
10. Lampu LED Krisbow	84
G. Lay Out Bangunan Tempat Usaha	84
BAB VI RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA	86
A. Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja.....	86
B. Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja.....	87
1. Mengidentifikasi Posisi dan Jumlah Tenaga Kerja yang Dibutuhkan	87
2. Membuka Lowongan Pekerjaan	88
3. Melakukan Seleksi terhadap Lamaran yang Masuk.....	88
4. Melakukan Wawancara pada Kandidat Tenaga Kerja	88
5. Penerimaan Tenaga Kerja	88
6. Memberikan Pelatihan dan Pengetahuan	89
C. Uraian Kerja (<i>Job Description</i>)	89
D. Spesifikasi dan Kualifikasi Jabatan.....	91
E. Struktur Organisasi Perusahaan	94
F. Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan.....	96
BAB VII RENCANA KEUANGAN	99
A. Sumber dan Penggunaan Dana	99
B. Biaya Pemasaran Tahunan	100
C. Biaya Administrasi dan Umum.....	101
D. Biaya Tenaga Kerja	102
E. Biaya Penyusutan Peralatan dan Kendaraan	103
F. Biaya Pemeliharaan	104



G.	Biaya Sewa Gedung dan Renovasi.....	105
H.	Biaya Utilitas.....	106
I.	Biaya Peralatan dan Perlengkapan	110
J.	Proyeksi Keuangan	112
K.	Analisis Kelayakan Investasi	116
L.	Analisis Kelayakan Usaha (Break-Even-Point(BEP)).....	119
BAB VIII ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA		121
A.	Dampak terhadap Masyarakat Sekitar :.....	121
1.	Dampak Pemasaran terhadap Masyarakat Sekitar	121
2.	Dampak Produksi dan Teknologi terhadap Masyarakat	122
3.	Dampak Organisasi dan SDM terhadap Masyarakat.....	122
B.	Dampak terhadap Lingkungan :.....	123
1.	Dampak Produksi dan Teknologi terhadap Lingkungan	123
2.	Penanganan Limbah yang Dihasilkan akibat Proses Produksi.....	123
C.	Analisis Resiko Usaha.....	123
1.	Munculnya Pesaing Baru	124
2.	Perbedaan Selera Masyarakat.....	124
3.	Kelangkaan Tenaga Kerja.....	124
4.	Permasalahan pada Teknologi atau Peralatan yang Digunakan	125
D.	Antisipasi Resiko Usaha.....	125
BAB IX RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI		127
A.	Ringkasan Kegiatan Usaha, mencakup :.....	127
1.	Konsep Bisnis	127
2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	127
3.	Produk / Jasa	128
4.	Persaingan.....	128
5.	Target dan Ukuran Pasar.....	129
6.	Strategi Pemasaran	129
7.	Tim Manajemen	130
8.	Kelayakan Keuangan.....	131
B.	Rekomendasi Visibilitas Usaha	131

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN	136



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin	8
Tabel 1.2 Rincian Modal “LIMAR”	9
Tabel 2.1 Keunggulan dan Kelemahan Pesaing “LIMAR”	19
Tabel 3.2 <i>Competitive Profile Matrix</i> “LIMAR”	33
Tabel 3.3 Matriks SWOT “LIMAR”	41
Tabel 4.1 Ramalan Penjualan “LIMAR” Periode Januari-Desember 2022	49
Tabel 4.2 Anggaran Pendapatan “LIMAR” Periode Januari-Desember 2022	50
Tabel 4.3 Proyeksi Penjualan “LIMAR” 2022-2026	51
Tabel 5.1 Daftar Pemasok “LIMAR”	67
Tabel 5.2 Jadwal Rencana Kegiatan Operasional “LIMAR”	76
Tabel 6.1 Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja “LIMAR”	86
Tabel 6.2 Rincian Gaji Karyawan “LIMAR” Tahun 2022	97
Tabel 6.3 Proyeksi Balas Jasa “LIMAR” Tahun 2022-2026	98
Tabel 7.1 Rincian Modal “LIMAR”	100
Tabel 7.2 Proyeksi Biaya Pemasaran “LIMAR” Tahun 2022-2026	100
Tabel 7.3 Proyeksi Biaya Administrasi “LIMAR” Tahun 2022-2026	101
Tabel 7.4 Biaya Gaji Karyawan “LIMAR” Tahun 2022	102
Tabel 7.5 Proyeksi Balas Jasa “LIMAR” Tahun 2022-2026	102
Tabel 7.6 Biaya Penyusutan Peralatan “LIMAR” Tahun 2022-2026	103
Tabel 7.7 Biaya Penyusutan Kendaraan “LIMAR” Tahun 2022-2026	104
Tabel 7.8 Biaya Pemeliharaan “LIMAR” Tahun 2022	105
Tabel 7.9 Proyeksi Biaya Pemeliharaan “LIMAR” Tahun 2022-2026	105
Tabel 7.10 Proyeksi Biaya Sewa Tempat dan Renovasi “LIMAR” Tahun 2022-2026	106
Tabel 7.11 Biaya Air “LIMAR” Tahun 2022	107



Tabel 7.12	Proyeksi Biaya Air “LIMAR” Tahun 2022-2026.....	107
Tabel 7.13	Biaya Listrik “LIMAR” Tahun 2022.....	108
Tabel 7.14	Proyeksi Biaya Listrik “LIMAR” Tahun 2022-2026.....	108
Tabel 7.15	Proyeksi Telpun dan Internet “LIMAR” Tahun 2022.....	109
Tabel 7.16	Proyeksi Biaya Utilitas “LIMAR” Tahun 2022-2026.....	109
Tabel 7.17	Peralatan Operasional “LIMAR”	110
Tabel 7.18	Perlengkapan Operasional “LIMAR”	111
Tabel 7.19	Proyeksi Biaya Perlengkapan “LIMAR” Tahun 2022-2026	111
Tabel 7.20	Laporan Laba Rugi “LIMAR” Tahun 2022-2026	113
Tabel 7.21	Laporan Arus Kas “LIMAR” Tahun 2022-2026.....	114
Tabel 7.22	Laporan Neraca “LIMAR” Tahun 2022-2026.....	115
Tabel 7.23	<i>Payback Period</i> ”LIMAR”	116
Tabel 7.24	<i>Net Present Value</i> “LIMAR”	118
Tabel 7.25	Analisis Break Even Point “LIMAR” Tahun 2022-2026.....	120
Tabel 9.1	Kesimpulan Kelayakan Investasi “LIMAR”	131



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Permintaan Jasa <i>Make up Artist</i> Periode Bulan Juni 2020 – Mei 2021 ...	7
Gambar 3.1	Akun Instagram Januarychristymakeup	17
Gambar 3.2	Akun Instagram Bymagsteva	18
Gambar 3.3	Pertumbuhan Ekonomi Triwulan I Tahun 2021	23
Gambar 3.4	<i>Porter's Five Forces Model</i> (Model Lima Kekuatan Porter)	26
Gambar 4.1	<i>Party Make up Look</i>	46
Gambar 4.2	<i>Engagement Make up Look</i>	46
Gambar 4.3	<i>Prewedding Make up Look</i>	46
Gambar 4.4	<i>Mature Make up Look</i>	46
Gambar 4.5	<i>Editorial Make up Look</i>	47
Gambar 4.6	<i>Wedding Make up Look</i>	47
Gambar 4.7	Kuas <i>make up</i>	47
Gambar 4.8	<i>Make up</i> yang digunakan	47
Gambar 4.9	Tempat penyimpanan <i>make up</i>	47
Gambar 4.10	Logo “LIMAR”	47
Gambar 4.11	Instagram “LIMAR”	62
Gambar 5.1	Alur Proses Jasa “LIMAR”	77
Gambar 5.2	Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan “LIMAR”	78
Gambar 5.3	<i>Airbrush Make up</i>	79
Gambar 5.4	Kamera Lumix G7	80
Gambar 5.5	<i>UV Sterilizer</i>	80
Gambar 5.6	Koper <i>Make up</i>	81
Gambar 5.7	<i>Ring Light</i>	81
Gambar 5.8	Koper	82



Gambar 5.9 Infinity CCTV	82
Gambar 5.10 Router Wi-fi Indihome.....	83
Gambar 5.11 AC Aqua.....	83
Gambar 5.12 Lampu LED Krisbow.....	84
Gambar 5.13 Layout Bangunan Studio “LIMAR”	85
Gambar 6.1 Struktur Organisasi “LIMAR”	96