



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA JASA MAKEUP ARTIST “LIMAR”

DI BEKASI

Lia Agustina

Dibimbing oleh Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara
Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

l.agustina2108@gmail.com

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 7 jenis yang dihasilkan yaitu *Party Make up*, *Engagement Make up*, *Prewedding Make up*, *Mature 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 diluar 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 Emelard 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





I. PENDAHULUAN

Konsep Bisnis

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. "LIMAR" yang merupakan singkatan dari Lia *Make up Artist* yang merupakan nama dari owner sendiri yang memiliki makna pembawa berita baik dengan harapan "LIMAR" dapat dikenal dikalangan masyarakat dan memberikan hasil yang memuaskan untuk klien. "LIMAR" juga ingin memberikan pengalaman yang berbeda untuk para klien dimana pada saat proses *makeup* berlangsung, klien akan diberikan edukasi terkait *make up* dan *skin care* serta kami juga menggunakan kualitas yang baik dan sangat menjaga seluruh kualitas peralatan dan perlengkapan *make up* kami, dengan begitu para *client* akan memilih "LIMAR" sebagai *make up artist* yang digunakan untuk acara penting mereka.

Visi dan Misi Perusahaan

- a) Visi
Visi dari "LIMAR" adalah menjadi *make up artist* pilihan utama dimasyarakat yang profesional dengan kualitas yang diakui dan menjadi *make up artist* yang mengedepankan kepuasan pelanggan
- b) Misi
Misi "LIMAR" adalah sebagai berikut:
 - a) Memberikan pelayanan yang responsif
 - b) Memiliki komitmen yang kuat dalam menjaga seluruh produk-produk kecantikan yang digunakan sesuai dengan standar
 - c) Meningkatkan kualitas pelayanan secara terus-menerus
 - d) Membangun tim yang kuat untuk memperluas jangkauan
 - e) Memberikan konsultasi terkait *make up* secara gratis

Peluang Bisnis

Besarnya peluang bisnis "LIMAR" ini dapat dilihat berdasarkan gaya hidup masyarakat pada beberapa tahun belakangan ini. Seiringan dengan perkembangan jaman, *make up* menjadi salah satu hal yang wajib apalagi saat menghadiri acara-acara penting, seperti pada artikel berikut ini: "Dunia digital yang kian berkembang sekarang, menjadikan *make up* sebuah kebutuhan yang mutlak, jadi pangsa pasar untuk MUA juga semakin meningkat, ini bisa jadi peluang kerja bagi siapapun," ujar Kim, Head Teacher & Program Director Sekolah Tata Rias Manekin.id dalam keterangan tertulisnya, Rabu (12/6/2019).

Dampaknya, tidak sedikit yang ingin tampil maksimal untuk membagikan pengalaman hidupnya kepada khalayak ramai. Profesi *Make up artist* ini dibutuhkan hampir dalam setiap acara, baik acara resmi dan besar seperti penghargaan, atau acara informal seperti pengajian, arisan bahkan liburan. *Make up artist* atau sering disebut



MUA menjadi pekerjaan yang sangat bergengsi. Selain dapat merias para artis, bayaran dari MUA ini sendiri terbilang cukup mahal.

Kebutuhan Dana

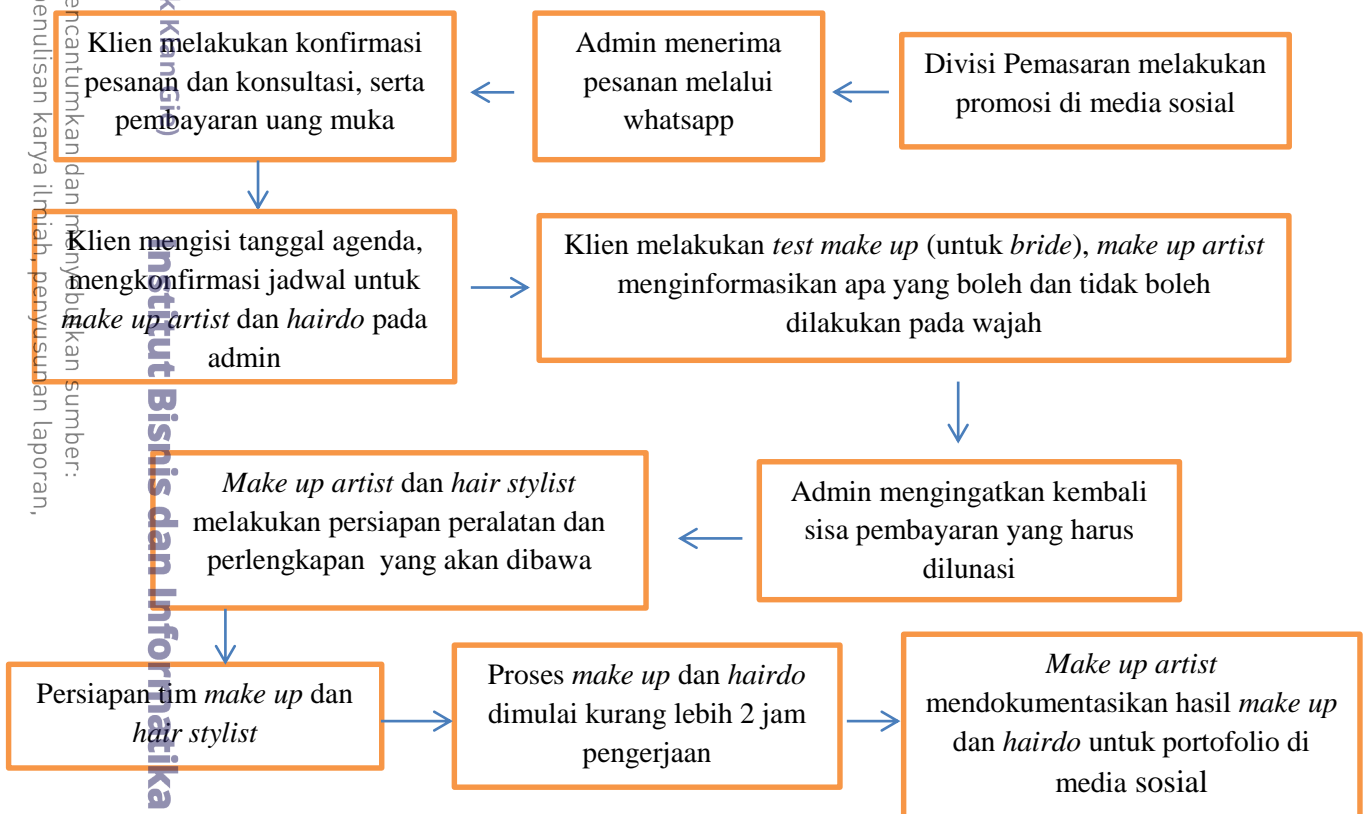
Dana yang diperlukan untuk mendirikan “LIMAR” ini berasal dari modal pribadi dan pemberian dari orang tua, dana tersebut digunakan untuk memenuhi beberapa kebutuhan yang membantu jalannya proses operasional “LIMAR”. Modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha “LIMAR” adalah sebesar **Rp. 335.240.290**. Yang termasuk sebagai usaha dengan skala usaha kecil, “LIMAR” akan memulai dengan modal yang kecil namun kedepannya penulis memiliki harapan agar “LIMAR” dapat dikenal masyarakat luas dan memiliki tim yang berkualitas agar “LIMAR” dapat terus berkembang.

II. RENCANA PRODUK/JASA, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN

Rencana Alur Produk/Jasa

Setiap bisnis pasti memiliki proses didalamnya, terutama usaha jasa yang produknya tidak dapat dilihat melainkan prosesnya yang bisa dilihat. “LIMAR” merupakan usaha jasa *make up* yang mementingkan kebersihan dan kerapihan serta hasil *make up* sesuai dengan keinginan klien. Alur Jasa “LIMAR” adalah sebagai berikut :

Alur Proses Jasa “LIMAR”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

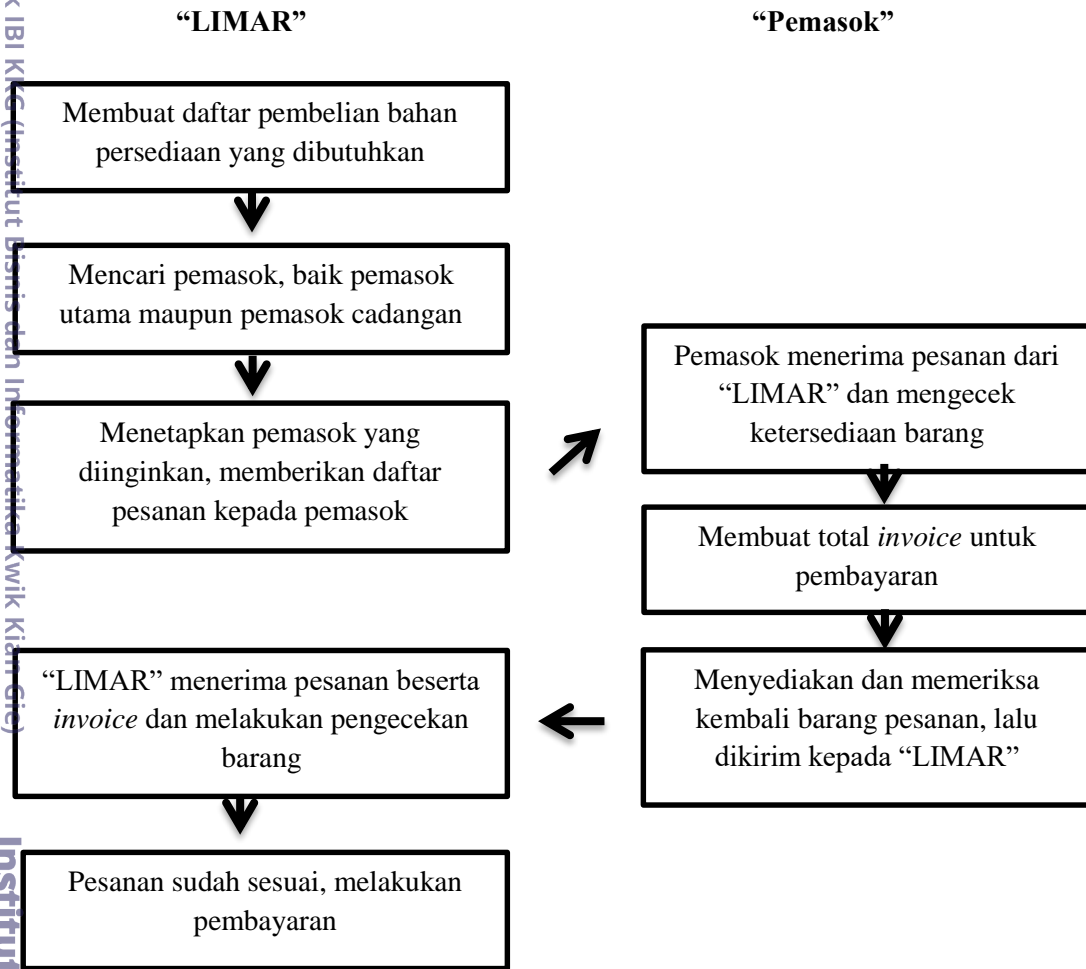
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Bahan persediaan merupakan salah satu aspek yang penting untuk menunjang usaha “LIMAR”. Oleh karena itu, persediaan juga perlu dikendalikan agar penggunaannya dapat tetap maksimal dan dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan. Berikut merupakan rencana alur pembelian dan penggunaan bahan persediaan “LIMAR”:

Alur Pembelian Baku “LIMAR”



Sumber : “LIMAR”

Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Seiringan dengan perkembangan jaman, kini teknologi sangat mempengaruhi kegiatan kita dalam kehidupan sehari-hari begitu pula dengan bisnis, teknologi juga mendukung bisnis yang ingin dijalankan oleh penulis. Penggunaan teknologi yang tepat dapat membantu keberlangsungan bisnis “LIMAR”. Berikut merupakan teknologi dan peralatan yang akan digunakan oleh “LIMAR”:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBI Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



- a) Airbrush make up
- b) Kamera Lumix G7
- c) UV Sterilizer
- d) Koper Make up
- e) Ring Light
- f) Koper
- g) Infinity CCTV
- h) Router Wi-fi Indihome
- i) AC Aqua
- j) Lampu LED Krisbow

Peralatan salah satu bentuk aktiva dalam perusahaan yang biasanya bernilai cukup besar yang digunakan untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Berikut adalah rencana penggunaan peralatan di “LIMAR”.

Peralatan Operasional “LIMAR”

No.	Peralatan Operasional	Jumlah (unit)	Harga Satuan	Total Harga
1	Air brush make up	1	2.500.000	2.500.000
2	Kamera Lumix G7	1	7.000.000	7.000.000
3	UV sterilizer	1	1.500.000	1.500.000
4	Koper make up	2	3.750.000	7.500.000
5	Ring light	1	1.500.000	1.500.000
6	Koper	2	375.000	750.000
7	Brush makeup set	5	300.000	1.500.000
8	Acrylic simpan makeup	2	2.000.000	4.000.000
9	Kaca kecil	5	100.000	500.000
10	Meja + kursi kerja	1	1.000.000	1.000.000
11	Infinity CCTV camera	2	687.000	1.374.000
12	AC Aqua 1/2 PK	2	2.490.000	4.980.000
13	Krisbow LED lamp 3 watt	72	16.000	1.152.000
14	Lampu studio softbox	2	325.000	650.000
15	Meja rias + kursi	6	3.475.000	20.850.000
16	Sapu + Pel	1	60.000	60.000
Total				56.816.000

Sumber : “LIMAR”

Perlengkapan adalah salah satu bentuk aktiva dalam perusahaan yang terdiri dari bahan pembantu. Dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis, perlengkapan dibutuhkan untuk menjadi barang pendukung berjalannya proses operasi bisnis. Perlengkapan adalah barang yang sifatnya bisa habis jika dipakai secara berkala. Berikut merupakan perkiraan perlengkapan yang dibutuhkan oleh “LIMAR”



Perlengkapan Operasional “LIMAR”

No.	Nama Perlengkapan	Jumlah (unit)	Harga Satuan	Total Harga
1	Garnier micellar water	2	85.000	170.000
2	Neogen bio peel lemon	1	213.500	213.500
3	Pyunkang yul mist toner	2	80.500	161.000
4	Pyunkang yul essence toner	1	92.400	92.400
5	Neutrogena hydro boost water	1	164.300	164.300
6	Primer	1	149.000	149.000
7	Setting spray	2	96.900	193.800
8	Lashes (lusin)	4	100.000	400.000
9	Lem bulu mata	1	97.500	97.500
10	Eyeshadow base	2	105.000	210.000
11	Eyeshadow	1	485.000	485.000
12	Maybelline hyper sharp	1	93.990	93.990
13	Fanbo pensil alis	4	24.000	96.000
14	Foundation	5	500.000	2.500.000
15	Maybelline concealer	3	83.300	249.900
16	Bedak	3	480.000	1.440.000
17	Blush on	1	415.000	415.000
18	Bronzer	1	100.000	100.000
19	Lipstick	10	1.000.000	1.000.000
20	Nivea double eye makeup	2	40.000	80.000
21	Kapas	10	6.500	65.000
22	Cotton bud isi 100	2	9.000	18.000
23	Vaseline petroleum jelly	1	29.900	29.900
Total				8.424.290

Sumber : “LIMAR”

III. STRATEGI BISNIS

Segmentasi Pasar

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis didasarkan pada beberapa bagian geografi seperti negara, wilayah, kota, dan desa. Segmentasi geografis dari “LIMAR” berada di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Selain mudah dijangkau, daerah-daerah tersebut juga memiliki gaya hidup yang mengikuti perkembangan zaman. Selain diluar dari daerah yang disebutkan “LIMAR” juga menerima daerah lain sesuai dengan kesepakatan dengan klien.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis mengelompokkan pasar menjadi beberapa variabel seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan. Untuk kelompok usia, pasar yang dituju oleh “LIMAR” adalah usia 15-65 tahun dengan fokus utama usia diatas 15 tahun. Untuk kelompok pendapatan, “LIMAR” fokus kepada klien yang berpendapatan menengah hingga menengah ke atas sesuai dengan harga yang ditawarkan “LIMAR”. Untuk kelompok jenis kelamin, tentunya berfokus pada perempuan karena pada acara tertentu perempuan ingin terlihat lebih cantik, terutama dalam pesta pernikahannya sendiri.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pasar berdasarkan prinsip-prinsip, seperti gaya hidup, nilai-nilai, kelas sosial, dan kepribadian. “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.

Target Pasar

Target pasar dari “LIMAR” adalah untuk masyarakat kalangan menengah hingga menengah keatas yang bertempat tinggal di daerah jabodetabek khususnya Bekasi dan sekitarnya, yang memiliki gaya hidup modern, kekinian, dan kreatif sehingga mementingkan suatu momen berharga dalam hidupnya dengan penampilan yang baik.

Positioning

Positioning yang dilakukan “LIMAR” adalah dengan memposisikan “LIMAR” sebagai salah satu bisnis jasa *make up* yang memiliki harga terjangkau namun tetap menjaga kebersihan dan kualitas dari *make up* yang digunakan serta hasil *make up* yang dapat disesuaikan dengan keinginan klien.

Marketing Mix

a) *Product*

- *Party make up look*
- *Engagement make up look*
- *Prewedding make up look*
- *Mature make up look*
- *Editorial make up look*
- *Wedding make up look*
- *Sweet seventeen make up look*
- *Self make up class*

b) *Price*

Range harga mulai dari Rp. 500.000 – Rp. 4.500.000 sesuai dengan jasa yang diinginkan.

c) *Place*

Lokasi terletak di Ruko Emerald Summarecon Bekasi.

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.



- d) *Promotion*
- *Direct marketing* : -Melalui media sosial (Instagram)
 - *Advertising* : Instagram Ads
 - *Personal Selling* : Mengikuti bazaar online dan offline

- e) *People*
Make up artist yang kompeten dan ahli dalam bidang *make up*

- f) *Process*
Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya, mulai dari konsumen memesan barang/jasa hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Untuk memenuhi keinginan klien, tentunya perlu proses yang harus dijalankan.

- g) *Physical Evidence*
Kantor fisik merupakan karakteristik yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Perhatian terhadap interior, perlengkapan dan fasilitas bangunan, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting yang juga akan mempengaruhi suasana hati para klien dan tim.

Rencana Organisasi dan Kebutuhan Tenaga Kerja

Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja

“LIMAR” membutuhkan 6 tenaga kerja sesuai bidangnya dan bertanggungjawab terhadap pekerjaan yang diberikan. Setiap tenaga kerja diwajibkan mengikuti jam kerja di “LIMAR” yang dimulai pada hari Selasa hingga Minggu dengan waktu 7 jam perhari nya mulai pukul 8.00 WIB hingga 15.00 WIB dan untuk hari Minggu 5 jam per hari.

Rencana Kompensasi Tenaga Kerja “LIMAR”

- | | |
|-------------------|------------------|
| • Manajer | : Rp. 10.000.000 |
| • Staff Pemasaran | : Rp. 5.500.000 |
| • Staff Keuangan | : Rp. 5.500.000 |
| • Make up artist | : Rp. 8.000.000 |
| • Hair stylish | : Rp. 7.000.000 |
| • Admin | : Rp. 4.800.000 |

Rencana Keuangan

Dengan melakukan lima analisis yaitu pada analisis *Payback Period* (PP) diperkirakan “LIMAR” akan mencapai titik balik modal dalam waktu 2 tahun 8 bulan 8 hari, untuk *Net Present Value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 312.408.059, untuk *Profitability Index* (PI) nilainya lebih besar dari 1 yaitu 1.93, sedangkan untuk analisis *Break-Even Point* (BEP) nilai penjualan yang dihasilkan oleh “LIMAR” per tahunnya lebih tinggi daripada nilai BEP, maka bisnis “LIMAR” dapat direkomendasikan dan layak untuk dijalankan.

Analisis Resiko Usaha

Resiko yang paling mungkin terjadi dalam usaha “LIMAR” adalah sebagai berikut :

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.



a) Munculnya Pesaing Baru

Bisnis *jasa make up artist* saat ini sangat digandrungi oleh banyak orang karena memiliki peluang yang besar dimasa yang akan datang, hanya dengan belajar sendiri atau ikut kursus seseorang dapat memberikan jasa *make up* ini, tetapi tanpa disadari banyak yang perlu diperhatikan sebelum sebuah bisnis benar benar dibangun. Adanya pesaing yang sudah muncul terlebih dahulu juga menjadi salah satu ancaman karena pesaing lama sudah lebih dikenal masyarakat dibanding “LIMAR” yang baru memasuki pasar.

b) Perbedaan Selera Masyarakat

Setiap orang memiliki selera yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Ada klien yang menginginkan hasil yang natural dihari bahagianya, ada juga klien yang ingin hasil *make up* nya lebih tebal agar terlihat berbeda dari biasanya. Hal tersebut dapat menimbulkan perbedaan pendapat apabila tidak dikonsultasikan terlebih dahulu dan setiap hasil *make up* dengan tangan yang berbeda, hasilnya juga pasti berbeda.

c) Kelangkaan Tenaga Kerja

Kelangkaan Sumber Daya Manusia juga merupakan hal yang sangat penting, karena dalam perusahaan jasa, terutama *make up artist* kelangkaan sumber daya dapat menjadi salah satu resiko yang paling dikhawatirkan karena apabila tidak ada SDM yang memiliki kemampuan dalam *make up* maka bisnis ini tidak dapat dijalankan.

d) Permasalahan pada Teknologi atau Peralatan yang Digunakan

Teknologi atau peralatan menjadi salah satu hal yang tidak kalah penting dalam bisnis “LIMAR” karena sebagian besar proses *make up* dilakukan pastinya menggunakan teknologi atau peralatan seperti *air brush make up*, *uv sterilizer*, *ring light*, dan peralatan untuk *make up* seperti *sponge* dan *brush make up*. Apabila beberapa dari teknologi atau peralatan tersebut rusak, macet, dan tidak bisa digunakan maka proses *make up* akan mengalami keterlambatan hingga hasil *make up* yang kurang maksimal.

Antisipasi Resiko Usaha

Berikut merupakan usaha yang dapat dilakukan oleh “LIMAR” dalam mengantisipasi resiko usaha yang mungkin saja terjadi dalam proses bisnis :

- a) Dalam mengatasi munculnya pesaing baru ataupun pesaing yang sudah ada terlebih dahulu, yaitu dengan cara melakukan analisis terhadap pesaing, melakukan survei terhadap tren *make up* masa kini, terus meningkatkan kemampuan dalam *make up* agar tidak tertinggal dengan jaman, tetap menjaga standar kualitas yang “LIMAR” berikan, serta melakukan evaluasi agar meminimalisir kesalahan dimasa yang akan datang.
- b) Dalam mengatasi perbedaan selera masyarakat, pada saat konsultasi “LIMAR” akan memberitahu apa saja jasa yang ditawarkan dan hasil *make up* dari “LIMAR”, dan dari hal tersebut calon klien dapat memilih apakah dan tetap menggunakan jasa “LIMAR” atau tidak agar pada saat proses *make up* berlangsung tidak terjadi kesalahpahaman antara keinginan klien dan jasa *make up* yang diberikan “LIMAR”.

- c) Dalam mengatasi sumber daya manusia, “LIMAR” akan melakukan rekrutmen dan seleksi serta evaluasi secara rutin baik setiap hari maupun perbulan agar tetap dapat mempertahankan SOP dan kualitas pelayanan dari “LIMAR”. “LIMAR” juga akan memberikan motivasi agar SDM yang dimiliki dapat loyal terhadap “LIMAR”.
- d) Dalam mengantisipasi teknologi atau peralatan yang rusak, “LIMAR” akan melakukan pengecekan sebelum teknologi atau peralatan tersebut digunakan, “LIMAR” juga melakukan pemeliharaan setiap 3 bulan untuk meminimalisir kerusakan teknologi atau peralatan yang digunakan, dan setiap tenaga kerja yang ada juga diwajibkan untuk merawat semua teknologi dan peralatan yang berada di studio “LIMAR”.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 PUSTAKA

Sumber Buku :

David, Fred R. (2015), *Strategic Management*, Edisi Ke-15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Dessler, Gary (2015), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ke-14, Terjemahan Oleh Diana Angelica. Jakarta: Salemba Empat.

Gitman, Lawrence J., Zutter, Chad J. (2015), *Principle of Managerial Finance*, Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education.

Heizer, J. Render B. (2015), *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, Edisi Ke-11, Terjemahan Oleh Hirson Kurnia. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2014), *Principial of Marketing*, Edisi 15, Global Edition, United States of America : Pearson Education.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, 15th Edition, New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi Ke-17, Global Edition, United States: Pearson Education.

Robbins, Stephen P. (2017), *Organizational Behavior*, Edisi Ke-17, Global Edition, United States: Pearson Education.

Website dan Sumber dari Media Internet :

Ammurabi, Syah Deva (2020), Nasib bisnis kecantikan: Laju pertumbuhan tertahan pandemi, <https://www.alinea.id/bisnis/nasib-bisnis-kecantikan-laju-pertumbuhan-tertahan-pandemi-b1ZOR9vuT>

Biaya Administrasi Bank BCA, diakses 25 Maret 2021, <https://www.bca.co.id/>

Biaya Air, diakses 6 April 2021, <http://pamjaya.co.id/id/customer-info/drinking-water-tariff>

Biaya Listrik, diakses 6 April 2021, <https://personalfinance.kontan.co.id/news/inilah-rincian-tarif-listrik-pln-terbaru-januari-maret-2021-1>

Biaya *Maintenance Airbrush Make up*, diakses 25 Maret 2021, <https://www.instagram.com/dellasr/?hl=en> Biaya Service dan Cuci AC, diakses 25 Maret 2021, <https://rafifteknik.com/jasa-service-ac-bekasi/>

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hakiptimilitas Kwik Kian Gie (Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Biaya *Service Mobil*, diakses 25 Maret 2021, <https://doktermobil.com/harga-service-mobil-di-bekasi/>

Biaya Sewa Gedung, diakses 6 April 2021, <https://www.rumah.com/ruko-disewa/di-area-summarecon-bekasi-idjb04106>

Biaya Telpun dan Internet, diakses 6 April 2021, <https://www.indihome.co.id>

BPS Kota Bekasi (2020), Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin / *Population by Sexes and Age Group 2015*, diakses 7 Desember 2020, <https://bekasikota.bps.go.id/statictable/2016/12/20/46/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-.html>

BPS Online (2021), Ekonomi Indonesia Triwulan I-2021 turun 0,74 persen (y-on-y), diakses 19 Januari 2021, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/05/05/1812/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2021-turun-0-74-persen--y-on-y-.html#>

Emi, Francisca (2018), Peluang Bisnis Sebagai Makeup Artist, diakses 17 Januari 2021, <https://qmfinancial.com/2018/10/peluang-bisnis-sebagai-makeup-artist>
Rumah.com (2020), 11 Ide Prewedding Hemat Biaya, Sisanya Buat Beli Rumah, diakses 7 Desember 2020, <https://www.rumah.com/panduan-properti/11-ide-prewedding-hemat-biaya-sisanya-buat-beli-rumah-21928>

Google Trends (2020), Data Permintaan Jasa *Make up Artist* Periode Bulan Juni 2020 – Mei 2021 di Indonesia, diakses 31 Mei 2021, <https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=%2Fm%2F09zzb8>

Heikamu.com (2019), 25+ MuA Rias Pengantin Terbaik di Bekasi, diakses 7 Desember 2020, <https://heikamu.com/mua-rias-pengantin-bekasi/>
Suara.com (2019), Intip Kemilau Prospek Bisnis Make Up Artist, diakses 7 Desember 2020, <https://www.suara.com/bisnis/2019/06/12/055415/intip-kemilau-prospek-bisnis-make-up-artist?page=all>

Kusuma, Hendra (2020), Sri Mulyani Bocorkan Peluang Bisnis yang Kinclong buat 2021, diakses 17 Januari 2021, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5288005/sri-mulyani-bocorkan-peluang-bisnis-yang-kinclong-buat-2021/2>

Kominfo (2020), Kebijakan Pemerintah Dukung UMKM Untuk Menggerakkan Ekonomi, diakses 17 Januari 2021, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30581/kebijakan-pemerintah-dukung-umkm-untuk-menggerakkan-ekonomi/0/berita>

Syarat dan Cara Membuat NPWP, diakses 24 Maret 2021, <https://www.cermati.com/artikel/npwp-pribadi-ini-syarat-dan-cara-pembuatannya>

1. Peneliti sebagai penulis ini tanpa penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tingkat Suku Bunga Kredit, diakses 6 April 2021,
<https://finansial.bisnis.com/read/20210322/90/1370626/bca-bbca-pangkas-suku-bunga-dasar-kredit-di-segmen-ritel-dan-kpr#>

UMK Jabar tahun 2021, diakses 25 Maret 2021, <http://humas.jabarprov.go.id/umk-jabar-2021-17-daerah-naik-10-daerah-masih-sama/3993>

Undang-Undang :

Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 24 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bab I pasal 1. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bab IV pasal 6. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2018. Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-02/PJ/2018 tentang Nomor Pokok Wajib Pajak. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2018. Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 Pasal 25 ayat 1 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2020. Keputusan Gubernur Jawa Barat No. 561/Kep.774-Yanbangsos/2020 tentang Upah Minimum Kabupaten/Kota di Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2021. Sekretariat Negara. Jakarta.

Hak Milik IBI Kwik Kian Gie (Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Ha Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.