KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

RENCANA BISNIS

PENDIRIAN USAHA KOSMETIK

"*Rabelle Beauty*"

DI JAKARTA TIMUR

Nadiya Handayani

Dibimbing Ole Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Institut bisnis dan informatika kwik kian gie

Jln. Gebangsari No 89, Bambu Apus, Jakarta Timur

Telp: (+62) 81280909589

ABSTRAK

Nadiya Handayani/ 78170332/2021/ Rencana Bisnis Pendirian Usaha Kosmetik *Rabelle Beauty* Di Jakarta Timur/ Pembimbing: Ir. Liaw Bun Fa, S.E, M.M.

"*Rabelle Beauty*" merupakan bisnis yang bergerak di bidang kosmetik bibir. Produk yang ditawarkan oleh "*Rabelle Beauty*" adalah *lip gloss* dan *lip matte* yang pembuatannya menggunakan dengan bahan dasar alami yaitu *plant based*. "*Rabelle Beauty*" akan menjualkan produknya secara *online* dalam *social media* seperti *Instagram* dan *Shopee.*

Usaha "*Rabelle Beauty*" memiliki kantor sebagai tempat produksi berlokasi di Gebang Sari No. 89 RT 13/ RW 003, Bambu Apus, Jakarta Timur.

Visi dari "*Rabelle Beauty*" yaitu menjadi brand yang terpecaya dan aman dalam pemakaian produk untuk masyarakat serta memberikan produk yang berkualitas sehingga dapat memuaskan masyarakat. Misi dari "*Rabelle Beauty*" yaitu memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat serta memperluas merek produk.

Target pasar "*Rabelle Beauty*" adalah masyarakat Indonesia kalangan menengah atas, pada umur 10-50 tahun khususnya pada wanita kalangan remaja yang bergemar dengan *make-up*.

Dalam menjalankan bisnis perlu memperhatikan kelayakan bisnis. Untuk analiss kelayakan "*Rabelle Beauty*" menggunakan *Payback Period* (PP) yang mencapai titik balik modal selama 2 tahun 1 bulan 9 hari, nilai *Net Present Value* (NPV) lebih besar dari 0 yaitu Rp 314.675.075, nilai *Profability Index* (PI) lebih besar dari 1 yaitu 7,25 dan nilai penjualan yang dilakukan oleh "*Rabelle Beauty*" lebih tinggi dari nilai *Break Event Point* (BEP).

Kata kunci: Kosmetik, *Online*, *Plant-based.*

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutipsebagian 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.

ABSTRACT

Nadiya Handayani/ 78170332/2021/ Business Plan of "Rabelle Beauty" Cosmetic Business Establishment in East Jakarta/ Advisor: Ir. Liaw Bun Fa, S.E, M.M.

"Rabelle Beauty" is a business engaged in the lip cosmetics. The products that offered by "Rabelle Beauty" are lip gloss and lip matte which is made by using natural ingredients that is plant based. "Rabelle Beauty" will sell the products online on social media such as Instagram and Shopee.

"Rabelle Beauty" company have an office as a production site located at Gebang Sari No. 89 RT 13/ RW 003, Bambu Apus, East Jakarta.

The vision of "Rabelle Beauty" is to be the most trusted and safe brand in the use of the products community and to provide quality products that can satisfy the community. The mission of "Rabelle Beauty" is to give the best service for Indonesia society and expand the product brand to develop its business.

The target market of "Rabelle Beauty" is the Indonesian middle class and above, at the age of 10-50 years, especially in women among teenagers who are fond of make-up.

In running a business, it is necessary to pay attention to the feasibility of the business. For the feasibility analysis of "Rabelle Beauty" using the Payback Period (PP) which reaches the turning point for 2 years 1 month 9 days, the Net Present Value (NPV) is greater than 0 which is IDR 314.675.075, the Profitability Index (PI) value greater than 1 which is 7,25 and the value of sales made by "Rabelle Beauty" is higher than the value of Break Event Point (BEP).

Keywords: Cosmetics, Online, Plant-based.

I. Pendahuluan

Konsep Bisnis

Penulis membuat konsep bisnis kosmetik yang bernama Rabelle Beauty, dimana produk kosmetik tersebut menggunakan bahan-bahan alami (*plant based*) dan tidak menggunakan hewan sebagai alat percobaaan (*cruelty free*). Rabelle Beauty terdapat 2 produk yaitu *lip gloss* dan *lip matte*, dalam proses pembuatannya cukup mudah dan tidak memerlukan banyak modal. Menurut Damayanti (2017), diperkuat dari survey yang dilakukan oleh *Femina.co.id* menyatakan bahwa 80% respon mengungkapkan mereka paling tertarik atas produk *lipstick* atau kosmetik bibir ketimbang kategori kosmetik lainnya. *Rabelle Beauty* akan melakukan pemasarannya hanya secara *online* (daring), dikarenakan situasi Indonesia sedang mengalami pandemik COVID-19.

Visi dan Misi Perusahaan

Visi: "Menjadi brand yang terpecaya dan aman dalam pemakaian produk untuk masyarakat serta memberikan produk yang berkualitas sehingga dapat memuaskan masyarakat"

Misi: "Memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia serta memperluas brand produk untuk kembangkan usahanya"

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Peluang Bisnis

Usaha *Rabelle Beauty* memiliki peluang bisnis cukup besar karena menurut data di kementerian penindustrian bahwa di Indonesia memiliki industri kosmetik terus meningkat sebesar 153 perusahaan dan dengan seluruh mencapai lebih dari 760 perusahaan. Menurut Bachdar (2017) dengan artikel *Global Business Guide*, di Indonesia pertumbuhan volume penjualan industri kosmetik didongkrak oleh permintaan yang meninggi dari kelas menengah. Bahkan Indonesia berada di peringkat ke-2 dengan jumlah kosmetik terbesar setelah India. Banyak produk kosmetik impor atau yang berasal dari luar dan membuka cabang di Indonesia. Kementrian Perindustrian mengatakan bahwa nilai impor kosmetik global ke Indonesia pada tahun 2018 telah mencapai US $850,15 juta. Menurut Kementerian Perindustrian, telah mencatat pertumbuhan 7% sepanjang tahun 2019 di Indonesia.

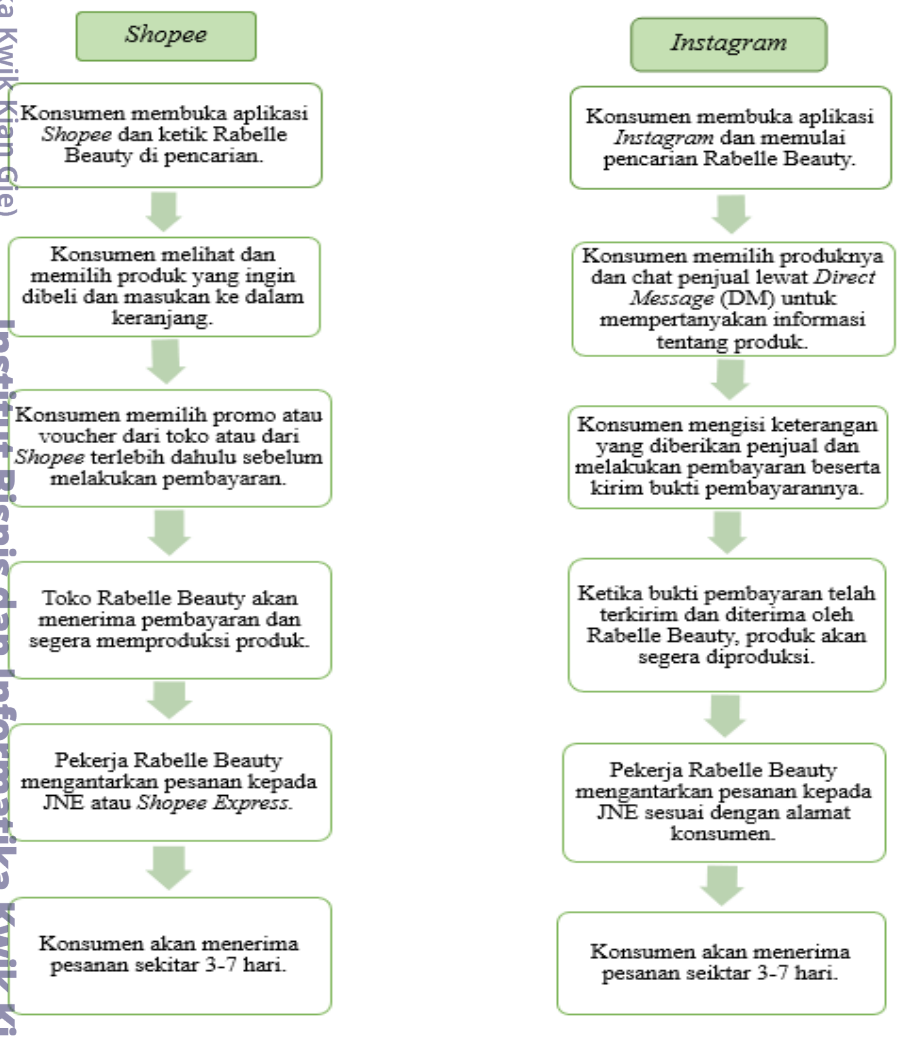
Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana usaha ini tidak memerlukan biaya pemasaran karena dengan adanya social media seperti *Instagram* dan *Shopee* akan menjadi aplikasi untuk menjual produk usaha ini. Oleh karena itu kebutuhan dana untuk membangun usaha *Rabelle Beauty* ini sekitar Rp 50.689.790.

II. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

Rencana Alur Produk

Alur Proses Pemesanan Produk *"Rabelle Beauty"*



KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Alur Pembelian Bahan Persediaan

Rencana Kebutuhan Teknologi

Setiap perusahaan atau bisnis tnetu memerlukan teknologi dan harus mengikuti perkembangannya untuk tidak mempersulit pekerja dan dapat membantu perusahaan menjadi maju dan berkembang. Teknologi yang digunakan dalam usaha *Rabelle Beauty* adalah laptop yang digunakan sebagai pemasaran *Rabelle Beauty*.

Rencana Kebutuhan Peralatan

Peralatan dapat bertahan lebih lama dari pada perlengkapan dan dapat dipakai berulang kali. Berikut merupakan biaya peralatan *Rabelle Beauty* yang dapat bertaham selama 5 tahun.

No.	Peralatan	Jumlah (unit)	Harga Satuan (Rp)	Harga (Rp)
1	Kompor Gas Portabel	1	175.000	175.000
2	Meja Kayu	1	325.000	325.000
3	Meja Kantor	2	250.000	500.000
4	Kursi	3	235.000	705.000
5	Printer Mini	1	375.000	375.000
6	Laptop	1	3.600.000	3.600.000
	Total	9		5.680.000

Perlengkapan Usaha

Jangka waktu dalam perlengkapan tidak bertahan lama, dan bentuknya hanya relatif kecil. Berikut merupakan perlengkapan *Rabelle Beauty* dalam 1 tahun.

Perlengkapan	Jumlah (unit)	Harga Satuan (Rp)	Harga (Rp)
Alat Tulis (per pack)	1	30.000	30.000
Isi Printer Mini	2	50.000	100.000
Kartu Terima Kasih	100	556	55.600
Handsinitiser	1	33.000	33.000
Poly Mailer / Kemasan	2	25.900	51.800
Sticker Logo (1 lembar = 10 sticker)	10	1.000	10.000
Serut Kantong / Kemasan	90	1.121	100.890
Botol *Lip Matte* (4 ml)	100	6.500	650.000
Botol *Lip Gloss* (10 gr)	100	3.200	320.000
Zip Lock	100	4.000	400.000
Gas Kecil (230 gr)	2	17.000	34.000
Masker (per box)	1	98.000	98.000
Penggorengan Kecil	3	28.000	84.000
Mangkok Kecil	5	10.000	50.000
Sendok Kecil	8	6.500	52.000
Pipet	6	1.900	11.400
Tube	8	1.900	15.200
Rak *Tube*	2	12.000	24.000
Alat Kebersihan	1	50.000	50.000
Total Perlengkapan Dalam 1 Bulan	542		2.169.890
Total Perlengkapan Dalam 1 Tahun			26.038.680

III. Strategi Bisnis

Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:75), diferensiasi adalah *"actually differentiating the market offering to create superior customer value."*. Berikut merupakan diferensiasi *Rabelle Beauty*.

a. Arti Dalam Produk

Produk yang ditawarkan oleh *Rabelle Beauty* terdapat 2 macam produk yang berupa lip gloss dan lip matte yang memiliki nama dan arti atau identitas sehingga dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen atau pembeli. Hal tersebut berbeda dengan produk-produk pesaing karena produk-produk pesaing hanya memberikan nama hanya sesuai dengan warnanya seperti lip matte dengan warna cokelat muda.

b. Bahan-Bahan Yang Terkandung Dalam Produk

RAEBELLE Beauty menggunakan bahan yang berdasar *plant based* mulai dari bahan dasar hingga pewarnanya seperti minyak zaitun, minyak alpukat, bubur paprika dan sebagainya. Sedangkan dengan produk-produk pesaing menggunakan bahan yang tidak alami atau bahkan bahan yang cukup berbahaya seperti *fragrance, phenaxythanol* dan sebagainya

c. *Cruelty Free*

Cruelty free adalah dimana tidak menggunakan hewan sebagai bahan percobaan atau menggunakan hewan sebagai bahan dalam pembuatan produk seperti *carmine* (pewarna yang berasal dari serangga kumbang). Produk *Rabelle Beauty* adalah produk *cruelty free* karena dengan semua bahan-bahan yang alami sehingga produk tidak menggunakan hewan untuk segalanya.

© Jalan Cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
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.

d. Wangi Atau Aroma

Semua produk kosmetik tentu memiliki wangi yang berbeda sebagai penambahan dalam kualitas produk. Namun, tidak semua produk kosmetik memiliki pewangi yang baik atau yang berbahaya sehingga dapat menimbulkan alergi, iritasi kulit dan sebagainya seperti *fragrance, benzyl alchohol* dan sebagainya. Produk *Rabelle Beauty* menggunakan pewangi alami yaitu essence seperti vanilla, cokelat, strawberry dan sebagainya.

2. *Positioning*

Definisi positioning menurut Kotler dan Armstrong (2016:75), positioning adalah *"arranging for a product to occupy a clear, distinctive and desirable place relative to competing products in the minds of target consumers.". Rabelle Beauty* tergolong positioning berdasarkan perbedaan produk dan pengguna produk dimana *Rabelle Beauty* merupakan usaha yang bergerak di bidang kosmetik bibir.

3. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:324), harga adalah *"the amount of money charged for a product or services or the sum of the values that customers exchanges for the benefits of having or using the product or services.* Usaha *Rabelle Beauty* akan menggunakan metode *cost-based pricing,* karena dengan metode tersebut akan mudah bagi usaha *Rabelle Beauty* untuk digunakan dalam menetapkan harga dimana dengan menentukan total biaya dan ditambahkan dengan laba.

4. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Keller (2016:32) saluran distribusi *"distribution channel help display, sell or deliver the physical product or service(s) to the buyer or user.". Rabelle Beauty* menggunakan jenis saluran distribusi Produsen – Konsumen karena tidak menggunakan perantara dan distribusi tersebut dilakukan oleh usaha *Rabelle Beauty* secara langsung dan melalui pihak ketiga untuk melakukan jasa pengiriman barangnya.

Rencana Organisasi

Menurut UU No. 13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Usaha *Rabelle Beauty* akan memperkerjakan sebanyak 3 tenaga yang terdiri dari *manager, production* dan *marketing.* Tenaga kerja *Rabelle Beauty* memiliki jam kerja berlangsung selama 9 jam 30 menit yang merangkup jam 10.30 – 20.00 (belum adanya potongan waktu istirahat). *Rabelle Beauty* akan memberikan kompensasi dan balas jasa karyawan atau tenaga kerjanya berupa gaji yang sesuai dengan UMR yaitu *manager* sebesar Rp 6.000.000, *production* dan *marketing* sebesar Rp 4.300.000. Selain gaji, tenaga kerja akan diberikan juga Tunjangan Hari Raya (THR).

Rencana Keuangan

Pada kelayakan investasi selama 5 tahun (2022-2026), *Rabelle Beauty* merupakan usulan investasi yang diterima serta investasi yang layak untuk dijalankan yang berdasarkan dengan hasil *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp 314.675.075 dan nilai *Profability Index* (PI) sebesar 7,25. *Rabelle Beauty* dalam waktu pengembalian modal *Rabelle Beauty* adalah selama 2 tahun 1 bulan 9 hari. *Rabelle Beauty* merupakan usaha yang layak untuk dijalankan karena hasil penjualan lebih besar dari hasil *Break Event Point* (BEP).

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pengandalian Risiko

1. Banyaknya pesaing dan munculnya pesaing baru
Rabelle Beauty akan mengikuti trend-trend yang sedang terjadi, seperti mengikuti pameran di JXPO Kemayoran. Dengan mengikuti pameran dapat membantu *Rabelle Beauty* untuk menjualkan produknya serta mendapaktan inspirasi dari pameran tersebut untuk berinovasi dan mengembangkan produknya. Selain itu, Rabelle Beauty juga dapat memberi promosi selain memberi diskon, seperti *buy* 1 *get* 1, *cashback* dan sebagainya. Cara tersebut dapat mengatasi dengan banyaknya pesaing dan munculnya pesaing baru.

2. Tidak adanya toko secara fisik
Usaha Rabelle Beauty tidak memiliki toko secara fisik, dimana pembeli tidak dapat melihat serta mencoba produknya sebelum membelinya. Tetapi hal tersebut dapat diatasi dengan bekerjasama dengan usaha kosmetik yang lebih besar seperti Sociolla. Sociolla merupakan usaha kosmetik dengan menjualkan berbagai macam kosmetik hingga skincare, Sociolla memiliki toko secara fisik serta website dimana terdapat aplikasi bernama Try It On. Aplikasi tersebut dapat membantu pembeli untuk melihat serta mencoba produknya sesuai yang diinginkan tanpa harus datang ke toko.

3. Kualitas produk tidak konsisten
Untuk mengatasi resiko dalam kualitas produk, pekerja pada divisi production perlu melakukan takaran dengan teliti dalam proses produksi dan mencatat setiap takaran tersebut untuk mengetahui serta mengingatkan kembali jika pekerja tersebut lupa atau adanya gangguan.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks:

David, Fred. R dan David, Forest. R (2015), *Strategic Management: Concepts dan Cases,* Edisi 15. Global Edition, South Carolina: Pearson Education.

Heizer, Jay and Barry (2015), Manajemen Operasi, Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, Edisi 11. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, Phillip dan Armstrong (2017), *Principles of Marketing,* Edisi 16. Global Edition, England: Pearson Education.

Kotler dan Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15. Global Edition, England: Pearson Education.

Robbins, Stephen. P dan Timothy A, (2015), Perilaku Organisasi. Edisi 16, New Jersey: Pearson Education.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Suad dan Suwarsono, (2014), Studi Kelayakan Proyek Bisnis. Edisi Kelima, UPP STIM YKPN.

Zainal, Rivai. Veithzal, Ramly H. Mansyur, Thoby dan Willy (2018), Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik. Edisi Ketiga, Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

Sumber Undang-Undang:

Republik Indonesia. 2021. Peraturan Pemerintah (PP) Tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaga Negara RI Tahun 2021, Seketarian Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, Seketarian Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2016. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Tunjangan Hariraya Keagamaan Bagi pekerja/Buruh Diperusahaan. Seketarian Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2018. Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima/Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Seketarian Negara. Jakarta.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sumber Website:

Badan Pusat Statistik, Jumlah Penduduk Hasil Proyeksi Menurut Provinsi dan Jenis Kelamin (Ribu Jiwa) 2018-2020, Badan Pusat Statistik, diakses pada 10 April 2021. https://www.bps.go.id/indicator/12/1886/1/jumlah-penduduk-hasil-proyeksi-menurut-provinsi-dan-jenis-kelamin.html

CIMBNIAGA, Gaji UMR Jakarta 2020, CIMBNIAGA, diakses pada 21 April 2021. https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/karir/ini-dia-gaji-umr-jakarta-2020

Female Daily (2021), Lip Gloss dan Lip Matte Product List, Female Daily, diakses pada 16 Mei 2021. https://femaledaily.com/

Jogloabang (2021), PP 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM, JOGLOABANG, diakses pada 17 April 2021. https://www.jogloabang.com/ekbis/pp-7-2021-kemudahan-pelindungan pemberdayaan-koperasi-umkm

Kabar Bisnis Rise and Shine (2019), Pasar Kinclong, Jumlah Pelaku Industri Kosmetik Bertumbuh, Kabar Bisnis Rise and Shine, diakses pada 19 April 2021. https://www.kabarbisnis.com/read/2895780/pasar-kinclong-jumlah-pelaku industri-kosmetik-

Kementrian Keuangan Republik Indonesia (2020), Dukungan Pemerintah Untuk Industri Jamu, Suplemen Kesehatan, Kosmetik, Spa Dan Aromaterapi, Kementrian Keuangan Republik Indonesia, diakses pada 19 April 2021. https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-dukungan-pemerintah-untuk-industri-jamu-suplemen-kesehatan-kosmetik-spa-dan-aromaterapi/

Koran Tempo (2020), Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik, Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, diakses pada 19 April 2021. https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong Industri-Kosmetik

Nadia, AKM (2021), Di Tengah Pandemi Covid-19 Industri Kosmetik Mampu Tumbuh Signifikan, Kompas.com, diakses pada 8 April 2021. https://money.kompas.com/read/2021/02/17/160426226/di-tengah-pandemi-covid 19-industri-kosmetik-mampu-tumbuh signifikan

Otoritas Jasa Keuangan (2021), Suku Bunga Dasar Kredit Umum Konvensional di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, diakses pada 22 Juli 2021. https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/pages/suku-bunga-dasar.aspx

Prabandaru, A (2019), Menghitung Pajak Penghasilan Perusahaan dengan Omzet Rp4,8M – Rp50M, KlikPajak, diakses 23 Juni 2021. https://klikpajak.id/blog/berita-regulasi/ingat-wp-badan-pt-tak-bisa-pakai-pph final-05-mulai-2021/

Panca, A (2021), Biaya Registrasi dan Perpanjangan Izin BPOM, harga.web.id, diakses pada 17 April 2021. https://harga.web.id/biaya-registrasi-dan-perpanjangan-registrasi-ulang- bpom.info

Rissa Stellar (2021), Lip Ice dan LT PRO, lippielust, diakses pada 4 Mei 2021. https://lippielust.com/

Rizky Wahyu Pernama (2015), Usia Yang Tepat Untuk Gadis Mulai Memakai Make Up, Merdeka.com, diakses pada 8 April 2021. https://www.merdeka.com/gaya/ini-usia-yang-tepat-untuk-gadis-mulai- memakai-make-up.html

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Rumah.com (2021), Harga Listrik Per kWh Terbaru dan Terupdate, Rumah.com, diakses pada 13 Mei 2021.

https://www.rumah.com/panduan-properti/harga-listrik-per-kwh-terbaru-dan-terupdate-42235

Syahansya, El. Wafi (2020), Kecantikan Menjadi Gaya Hidup Sehingga Mendorong Industri Kosmetik di Indonesia, kompasiana, diakses pada 9 April 2021.

https://www.kompasiana.com/syahansyah8187/5ed91b2d097f3670976c7173/kecantikan-menjadi-gaya-hidup-sehingga-mendorong-industri-kosmetik-di indonesia

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.