



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya.
 - 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 BISNIS

PENDIRIAN USAHA

“SPARKLY BEAUTY BAR”

NAIL ART DI JAKARTA BARAT

Sicilia Pertiwi

Dibimbing oleh Supriyanto S.A.B, M.Si.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

77180041@student.kwikkiangie.ac.id, sicilia.pertiwi7@gmail.com

ABSTRAK

Sicilia Pertiwi / 77180041 / 2022 / Rencana Pendirian Usaha “Sparkly Beauty Bar”, Nail Art di Jakarta Barat/ Pembimbing : Supriyanto, S.A.B, M.Si..

Ide untuk membuat rencana bisnis *Nail Art* karena melihat adanya peluang yang dapat diambil dikarenakan pada zaman sekarang perempuan di Indonesia sangat memperhatikan kecantikan. Target dari *Sparkly Beauty Bar* untuk perempuan generasi Z dan milenial, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk laki-laki sekalipun. Hal ini karena *Sparkly Beauty Bar* memberikan konsep *private room for couple*, dimana laki-laki akan nyaman menemani pasangannya dan bisa melakukan *treatment* bersama seperti *spa pedicure* dan *Manicure*.

Melalui rencana bisnis ini, penulis juga menjabarkan bagaimana hasil analisis yang telah dilakukan mengenai target pasar yang dituju, perilaku konsumen, metode penetapan harga jual produk, pandangan konsumen mengenai perusahaan ini, rencana pemasaran perusahaan *Sparkly Beauty Bar* sesuai dengan produk yang dihasilkan, dan ramalan penjualan produk selama 5 tahun kedepan.

Pendanaan awal dari *Sparkly Beauty Bar* adalah sebesar Rp 659.603.500. Diproyeksikan *Sparkly Beauty Bar* akan mencapai titik balik modal dalam periode 3 tahun 4 bulan 11 hari. Nilai NPV dari usaha *Sparkly Beauty Bar* melebihi 0 dengan nilai Rp 299.684.961 dan dengan nilai indeks profitabilitas sebesar 1,454 yang melebihi angka standar yakni 1. Nilai BEP unit untuk setiap tahun juga memiliki nilai yang lebih besar dari unit produk yang terjual. Hasil keempat analisis ini menunjukkan bahwa usaha *Sparkly Beauty Bar* merupakan usaha yang layak untuk direalisasikan..

Menganalisis dampak dan resiko usaha yang mungkin dapat terjadi, yaitu dampak yang dapat ditimbulkan terhadap masyarakat sekitar, dampak terhadap lingkungan, analisis resiko usaha dan rencana antisipasi yang dapat dilakukan mengenai resiko usaha.

Tidak hanya itu, penulis juga menguraikan ringkasan singkat mengenai usaha *Sparkly Beauty Bar*, dan penulis juga telah menyisipkan lampiran yang mungkin dibutuhkan untuk memperjelas dan melengkapi beberapa hal di dalam rencana bisnis ini.

Sparkly Beauty Bar

Kata Kunci : Rencana Bisnis Pendirian Usaha *Sparkly Beauty Bar*



ABSTRACT

Sicilia Pertiwi / 77180041 / 2022 / Business Plan Development “Sparkly Beauty Bar” Business, Nail Art on West Jakarta/ Mentor : Supriyanto, S.A.B, M.Sc..

The idea to make a Nail Art business plan because they saw an opportunity that could be taken because nowadays women in Indonesia are very concerned about beauty. The target of the Sparkly Beauty Bar is for women of generation Z and millennials, but it does not rule out even men. This is because Sparkly Beauty Bar provides the concept of a private room for couples, where men will be comfortable accompanying their partners and can do joint treatments such as spa pedicure and manicure.

Through this business plan, the author also describes how the results of the analysis that have been carried out regarding the intended target market, consumer behavior, product pricing methods, consumer views on this company, Sparkly Beauty Bar company's marketing plan according to the products produced, and sales forecasts products for the next 5 years.

Initial funding from Sparkly Beauty Bar was IDR 659,603,500. It is projected that Sparkly Beauty Bar will reach a turning point in a period of 3 years 4 months 11 days. The NPV value of the Sparkly Beauty Bar business exceeds 0 with a value of Rp. 299,684,961 and with a profitability index value of 1,454 which exceeds the standard number, namely 1. The BEP unit value for each year also has a greater value than the product units sold. The results of these four analyzes indicate that the Sparkly Beauty Bar business is a worthy business to be realized.

The author also analyzes the impacts and business risks that may occur, namely the impacts that can be caused to the surrounding community, the impact on the environment, business risk analysis and anticipatory plans that can be made regarding business risks.

Not only that, the author also provides a brief summary of the Sparkly Beauty Bar business, and the author has also inserted attachments that may be needed to clarify and complete some of the things in this business plan.

Sparkly Beauty Bar

Keywords : Sparkly Beauty Bar Business Plan

Sumber:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



I. Pendahuluan

Konsep Bisnis

Bidang usaha yang digeluti oleh *Sparkly Beauty Bar* adalah Jasa perawatan dan kecantikan kuku yang memberikan konsep private room untuk couple ataupun transgander sehingga mereka akan nyaman datang untuk nail art maupun perawatan seperti spa mani pedi dan reflexy, serta *Sparkly Beauty Bar* menggunakan produk gel yang halal.

Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi Penyedia Jasa Perawatan kuku berbahan alami dengan suasana nyaman seperti di rumah dan pelayanan terbaik di Indonesia.

b. Misi

1. Menyediakan pekerja yang terampil dan beretika dengan pelayanan profesional, ramah, cepat, dan berkualitas
2. Selalu mendengarkan kebutuhan konsumen dan melakukan perbaikan secara kreatif dan inovatif
3. Mengikuti tren yang ada dan mengadopsi tren yang ada di luar negeri
4. Memberlakukan standar ekstra kepada pelanggan karena “pelanggan adalah raja”
5. Meningkatkan motivasi dan semangat kerja karyawan secara optimal melalui peningkatan dedikasi, disiplin, dan kemampuan kerja serta penghargaan yang memadai sesuai dengan kinerjanya
6. Menjaga rantai pasok yang ada supaya kualitas barang yang digunakan terjaga dan terjamin alami

Peluang Bisnis

Industri kecantikan mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat serta adanya perubahan gaya hidup di dalam masyarakat, terkhusus pada generasi Z dan Milenial. Tren perawatan dan kecantikan kuku di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Menurut lembaga riset ZAP Beauty dalam *Kompas.com*, industri kosmetik di Indonesia berkembang sekitar 16%, mengalahkan negara lain seperti Amerika Serikat atau negara di Asia Tenggara karena hanya Indonesia dan Mesir saja yang bisa menyentuh angka dua digit di dalam pertumbuhannya. Survei yang dilakukan pada 117.889 perempuan yang ada di Indonesia ini juga menemukan suatu bukti bahwa 41,9% anak remaja yang berumur 13-15 tahun sudah kenal dengan industri kecantikan (Nurfadilah, 2018).

Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana *Sparkly Beauty Bar* dalam 1 tahun awal adalah sebesar Rp 659.603.500 dan yang menjadi sumber pendanaan awal adalah berasal dari modal pribadi.

II. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

Rencana Alur Operasi Jasa

Penentuan *supplier*, *SPARKLY BEAUTY BAR* selalu berusaha memberikan kualitas produk alami yang terbaik sehingga pencarian, pemilahan, dan pemilihan pemasok yang terbaik merupakan keharusan bagi usaha ini. Pemasok tentunya harus memenuhi persyaratan mampu memberikan produk berkualitas terbaik pada harga tertentu serta kemampuannya dalam mengirimkan produk yang dipesan tepat waktu.

Pemesanan bahan baku penunjang. Setelah memilih pemasok, langkah berikutnya adalah untuk melakukan pemesanan pada awal usaha. Pada berjalannya usaha, bahan baku penunjang akan dipasok jika persediaan telah mencapai titik minimum 20% dari rata-rata bahan baku terpakai sehingga *SPARKLY BEAUTY BAR* tidak perlu menunggu lama untuk tersedianya bahan baku penunjang untuk memberikan pelayanan.

Manajemen penggudangan dan persediaan. Perhitungan pada barang yang masuk serta terpakai perlu dilakukan sehingga menghindari produk yang hilang, rusak, atau kurang dipasok dari pemasok. Selain itu, ini juga menjadi acuan untuk pemesanan bahan baku berikutnya, yaitu jika persediaan sebelumnya telah mencapai sekitar 20% dari rata-rata bahan baku terpakai bulan-bulan sebelumnya. Di mana rata-rata ini dipakai dengan menjumlahkan unit terpakai setiap bulannya dan dibagi dengan jumlah bulan tersebut, misalnya jika unit yang dihitung dari bulan Januari hingga Maret, maka dibagi dengan 3. Jika kuantitas yang digunakan adalah 1000, 1500, dan 500, maka rata-rata nya adalah 1000. Jadi, saat persediaan di gudang adalah 200 (20% dari 1000), maka perlu dipesan ulang.

Pesanan masuk. Setelah menyiapkan berbagai keperluan, maka *SPARKLY BEAUTY BAR* sudah siap beroperasi. Untuk siap menampilkan jasa yang diberikan, maka bisnis perlu menunggu hingga ada pesanan masuk dari konsumen. Lalu Pengecekan jadwal. Setelah pesanan masuk, maka admin akan mengecek jadwal yang ada, apakah pada waktu dan tanggal sekian setiap pekerja telah memiliki konsumen untuk dilayani atau masih ada pekerja yang kosong.

Konfirmasi jadwal. Jika masih ada pekerja yang lowong, maka admin akan mengonfirmasi kepada klien bahwa masih ada jadwal kosong. Akan tetapi, jika tidak ada jadwal kosong, maka admin akan menawarkan waktu kosong terdekat sehingga konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama.

Pesanan diterima / ditolak. Jika konsumen setuju dengan jadwal yang ditawarkan, maka pesanan akan diterima dan diinformasikan kepada konsumen tersebut. Jika diterima, pekerja melayani pelanggan. Pekerja yang sudah dijadwalkan untuk konsumen tertentu akan menunjukkan keterampilannya dan akan memenuhi keinginan konsumen. Terakhir Pembayaran. Saat pekerjaan sudah selesai dilakukan oleh pekerja, konsumen perlu melakukan pelunasan atau pembayaran secara penuh dan tidak menerima hutang.

Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan

Peralatan yang digunakan Usaha Sparkly Beauty Bar sama dengan usaha jasa Nail Art pada umumnya. Daftar teknologi dan peralatan yang digunakan Sparkly Beauty Bar sebagai berikut :

- a. *Uv Light*
- b. Mesin Kikir
- c. Batalan Tangan
- d. *Set Nail Brush*
- e. Klip kuku
- f. Cuticle Pusher
- g. Meja Kursi Sofa
- h. Rak Etalase
- i. AC
- j. CCTV
- k. TV
- l. Lemari



III. Strategi Bisnis

Pemasaran

a. *People* (Orang)

SPARKLY BEAUTY BAR menjamin pelayanan dengan kualitas dari tenaga yang terampil dan beretika sehingga konsumen akan merasa puas dengan performa yang diberikan oleh para pekerja. Selain itu, *SPARKLY BEAUTY BAR* selalu berusaha untuk mendengarkan konsumen serta melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga konsumen merasa didengarkan pendapatnya oleh bisnis ini. Selain itu, pelayanan yang diberikan juga harus selalu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Untuk menjamin kesesuaian antara yang diinginkan oleh konsumen dengan yang diberikan oleh pekerja, maka akan dilakukan penilaian secara rutin untuk mengetahui kinerja yang ditunjukkan para pekerja. Dengan cara ini, maka diharapkan kinerja yang diberikan oleh para pekerja adalah yang terbaik guna menyenangkan hati para konsumen.

Untuk menjaga retensi karyawan, maka pemilik usaha akan mengunjungi dan membantu para karyawannya secara rutin sehingga tercipta keintiman dan kekeluargaan dalam bisnis ini. Tidak hanya itu, para pekerja juga akan mendapat kompensasi beserta balas jasa yang akan diatur lebih lanjut pada RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA. Selain dari segi finansial, para pekerja juga akan dilatih dan dikembangkan keterampilannya sehingga mereka menjadi lebih berkualitas dalam memberikan pelayanan.

b. *Process* (Proses)

Untuk memudahkan konsumen dalam melakukan kontak dengan bisnis, mulai dari pemberian informasi, pemesanan, dan pembayaran, maka segala usaha akan terintegrasi secara digital dengan pemanfaatan teknologi, internet, juga sosial media. *SPARKLY BEAUTY BAR* akan meluncurkan sosial media Tiktok, Instagram, *website*, e-mail, dan Whatsapp. Pemberian informasi yang umum akan ditampilkan pada *website* yang berisi gambaran perusahaan, mulai dari latar belakang, visi, serta misi perusahaan serta merek yang bekerja sama dengan usaha ini pada bagian “get to know us”. Pada bagian “portofolio” akan ditunjukkan hasil yang pernah dikerjakan oleh *SPARKLY BEAUTY BAR* sesuai dengan jenis-jenis bentuk juga jasa yang diberikan. Pada bagian “contact us” akan ditampilkan suatu formulir yang berisi nama pertama, nama terakhir, e-mail, subjek atau topik pembicaraan, serta pesan yang kemudian perlu di-submit sehingga akan masuk ke e-mail *SPARKLY BEAUTY BAR*. Setelah mengumpulkan pesan tersebut, maka akan muncul infolog nomor Whatsapp yang bisa dihubungi untuk kontak secara langsung atau pesan jasa. Pada bagian “home” akan dirangkum semua isi dari *website*, mulai dari visi-misi singkat, beberapa gambar portofolio yang jika diklik akan mengarahkan pada bagian portofolio, formulir untuk menghubungi *SPARKLY BEAUTY BAR*. Lalu pada bagian bawah setiap halaman akan diisi dengan sosial media yang dimiliki, logo, serta lokasi bisnis ini.

Seluruh pemesanan jasa akan diarahkan ke Whatsapp yang dimiliki oleh *SPARKLY BEAUTY BAR*. Pada setiap profile yang dimiliki sosial media akan dimasukkan link Whatsapp *SPARKLY BEAUTY BAR* untuk informasi lebih lanjut dan pemesanan jasa. Sosial media Instagram dan Tiktok akan digunakan untuk memberikan informasi seputar jasa yang diberikan *SPARKLY BEAUTY BAR*, kegiatan sehari-hari yang dilakukan, promosi yang sedang berlangsung, serta menciptakan konten interaktif dengan para pengguna sosial media tersebut. Setelah pesanan masuk ke Whatsapp, maka admin akan melihat jadwal yang kosong dan akan mengonfirmasi lewat Whatsapp. Lalu, konsumen akan membayar DP untuk menjamin kehadiran. Jika h-h membatalkan pemesanan, maka uang akan dipotong sebesar 50% dari DP yang telah dibayarkan. Konsumen juga bisa langsung datang ke tempat tetapi menyesuaikan jadwal kosong yang ada. Jika pada saat datang, konsumen lain sudah melakukan reservasi dan tidak ada pekerja yang lowong, maka konsumen tersebut harus menunggu hingga ada jadwal yang kosong. Selain pemesanan lewat Whatsapp, pemesanan juga bisa dilakukan secara langsung dengan datang ke salon. Selanjutnya, pesanan akan dibagikan secara merata kepada para pekerja sehingga tidak ada yang menanggung beban terlalu banyak. Selanjutnya, pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan QRIS sehingga konsumen dapat melakukan pembayaran *cashless* atau membayar secara tunai.

c. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan aset yang digunakan dalam operasional usaha. Meskipun *SPARKLY BEAUTY BAR* merupakan bisnis yang memberikan pelayanan, tetapi operasionalnya akan tetap ditunjang oleh barang yang tampak seperti bangunan, furnitur, maupun peralatan. Selain itu, bukti fisik dapat terlihat dari penggunaan sosial media, logo, nama, juga konten yang dibuat. Bukti fisik tersebut merupakan salah satu strategi pemasaran yang dimiliki usaha. Oleh karena itu, bukti fisik tersebut harus menunjukkan nilai kenyamanan yang menjadi visi usaha. *SPARKLY BEAUTY BAR*. mendekorasi ruangan semaksimal mungkin untuk bertemu dengan makna kenyamanan dari pelanggan. Konten-konten yang kami bagikan di



sosial media juga menjadi sarana untuk menyampaikan nilai kenyamanan berada di salon ini.

Promosi

Strategi Promosi

1. Advertising

Periklanan difokuskan dengan memanfaatkan sosial media yang dimiliki. Hal ini dikarenakan target yang dituju merupakan generasi yang lahir dan tumbuh dalam era digitalisasi sehingga mereka telah akrab dengan sosial media. Selain itu, iklan di sosial media lewat konten yang dibuat sendiri tidak memerlukan biaya atau gratis. Namun demikian, untuk memperluas kesadaran merek, maka *SPARKLY BEAUTY BAR* akan memanfaatkan *influencer* sebagai *key opinion leader* yang tepat serta memanfaatkan Instagram Ads, Tiktok Ads, serta Youtube Ads sehingga mampu menyasar pengguna sosial media yang mencari kata kunci tertentu berkaitan dengan *SPARKLY BEAUTY BAR* ini, seperti perawatan, kecantikan, dan kuku.

2. Sales Promotion

Promosi yang dilakukan adalah menjual paket atau *bundling* jasa yang diberikan, seperti perawatan kuku dan pewarnaan atau pewarnaan kuku dan pemijatan atau perawatan, pemijatan dan makanan dengan harga yang lebih murah dibanding hanya membeli jasa satuan. Selain paket, promosi juga dilakukan dengan memberi diskon harga pada hari libur Nasional juga hari ulang tahun *SPARKLY BEAUTY BAR*. Akan tetapi, diskon tidak dilakukan setiap hari libur Nasional, tetapi disesuaikan dengan kemampuan finansial perusahaan. Kedua promosi ini dilakukan untuk mendorong konsumen dalam melakukan penjualan setelah mengulik informasi tentang *SPARKLY BEAUTY BAR*.

Promosi penjualan juga dilakukan untuk mencari pelanggan baru dengan menggunakan referensi. Bagi konsumen lama yang membawa konsumen baru, maka akan diberikan potongan harga sesuai dengan keadaan finansial saat itu pada 6 bulan pertama pembukaan *SPARKLY BEAUTY BAR* atau pada waktu tertentu.

3. Personal Selling

Penjualan secara langsung akan dilakukan lewat presentasi secara lisan mengenai pelayanan yang diberikan oleh *SPARKLY BEAUTY BAR* untuk berkolaborasi dengan merek tertentu atau pentas kecantikan maupun *fashion* yang memerlukan penampilan kuku yang menawan. Ini merupakan suatu cara dalam mendapatkan konsumen dalam jumlah yang banyak sekaligus serta meningkatkan kesadaran merek di ajang yang luas.

4. Public Relation

Hubungan masyarakat merupakan bagian yang penting untuk membentuk citra perusahaan (Baran, 2017:146). Perusahaan akan menciptakan komunikasi yang aktif dan interaktif dengan para konsumen lewat penggunaan fitur-fitur di sosial media. Beberapa komentar teratas pada sosial media serta pertanyaan penting akan ditanggapi oleh admin sosial media dengan bahasa yang santun dan ramah. Selain itu, konten yang dibuat juga diangkat dari tren yang sedang berkembang di masyarakat sehingga konten yang berisikan pesan tertentu sesuai dengan nilai bisnis ini dapat dengan mudah diterima oleh pengguna sosial media.

Keluhan yang masuk pada berbagai sosial media serta e-mail dari website juga akan ditanggapi secepat mungkin. Setiap saran dan kritik akan ditampung. Selanjutnya, masukkan tersebut akan menjadi pembenahan bagi *SPARKLY BEAUTY BAR* sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Tentunya, masukkan yang diterima adalah masukkan yang masuk akal serta menguntungkan bagi bisnis.

5. Direct Marketing

Penjualan secara langsung akan menggunakan Whatsapp. Sebagaimana diketahui, setiap proses pemesanan dan pencarian informasi tentang *SPARKLY BEAUTY BAR* secara langsung adalah lewat Whatsapp. Dengan ini, maka *SPARKLY BEAUTY BAR* akan memiliki kontak konsumen. *SPARKLY BEAUTY BAR* akan mengirimkan pesan secara berkala sehingga tidak dianggap sebagai *spam*. Pesan tersebut bertujuan untuk mendorong konsumen agar datang kembali ke salon. Pesan yang mungkin disampaikan adalah promosi yang ditawarkan atau produk baru yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan ini, maka *SPARKLY BEAUTY BAR* berusaha menciptakan pelanggan yang loyal.

Rencana Organisasi

Dalam melaksanakan usahanya, Sparkly Beauty Bar memiliki Struktur organisasi yang terdiri dari Pemilik yang di dibawah oleh kepala cabang sebagai salah satu strategi membuka cabang baru, diikuti oleh pemasar, administrasi, *nail artist*, dan pemijat yang berada setara di bawah kepala cabang.

Usaha Sparkly Beauty Bar layak dijalankan karena telah dianalisis kelayakannya menggunakan *payback period*, *net present value*, *profitability index*, dan *break even point analysis*. Jika dilihat dilihat dari *payback period* maka usaha ini mampu menghasilkan imbal balik dengan waktu 3 tahun 4 bulan 11 hari, yang mana dibawah 5 tahun. Dilihat dari *net present value*, maka menghasilkan arus kas positif dengan Rp299.684.961 yang mana lebih besar dari nilai investasi awal. Dilihat dari *profitability index*, maka usaha ini mampu menghasilkan *profit* sebesar 1,45 kali dari investasi awal. Dilihat dari *break even point*, maka Batik Karya Abadi setiap tahunnya mampu menghasilkan penjualan yang lebih dari tingkat *break even point*.

Pengendalian Risiko Usaha

Untuk mengatasi Usaha Sparky Beauty Bar, maka manajemen dari segi keuangan, pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia harus dikelola sedemikian rupa sehingga dapat memberikan performa yang baik serta mampu mengantisipasi resiko sedini mungkin. Setiap fungsi manajemen, baik itu pemasaran, operasional, keuangan, dan sumber daya manusia perlu direncanakan terlebih dahulu. Perencanaan tersebut harus dilakukan secara spesifik, terukur, dapat tercapai, relevan, dan ada rentang waktu. Dari perencanaan tersebut, maka setiap bagian tersebut memiliki acuan yang perlu dituju serta batasan untuk mematok pencapaian terendah yang perlu dilakukan. Rencana tersebut kemudian diimplementasikan dengan memanfaatkan teknologi sehingga menciptakan efisiensi dan efektivitas usaha. Selain diimplementasikan, kegiatan yang dilaksanakan perlu selalu dikontrol dengan memberikan penilaian dalam selang waktu tertentu dan berkala. Terakhir, setiap kegiatan dievaluasi pencapaiannya sehingga diketahui sisi mana yang perlu diperbaiki.

Daftar Pustaka Artikel Jurnal

- Aryodamar. (2022, April 18). ICW: Ada 553 Kasus Korupsi dengan Kerugian Rp29,4 T Selama 2021. *IDN Times*.
- Aurelia, G., Setyabudi, D., & Manalu, S. R. (2021). Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan dan Terpaan E-Word of Mouth# ShopeeHaul di TikTok terhadap Perilaku Impulse Buying. *Interaksi Online*, 9(4), 174-188.
- Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan tingkat neurotisme dengan fear of missing out (FoMO) pada remaja pengguna aktif media sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105-117.
- Dahano, Y. (2022, Januari 19). Tingkat Kepercayaan pada Pemerintah Indonesia Nomor Empat Tertinggi se-Dunia. *Berita Satu*.
- Fristian, W., & Sulismadi, S. (2020). Upaya Penyesuaian Diri Mantan Narapidana Dalam Menanggapi Stigma Negatif Di Kecamatan Klakah, Lumajang. *ADLIYA: Jurnal Hukum dan Kemanusiaan*, 14(1), 101-120.
- Kirana, N. D., & Pribadi, F. (2021). Dramaturgi di Balik Kehidupan Akun Alter Twitter. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(1), 39-47.
- MediaIndonesia.com. (2021, Oktober 27). Industri Kecantikan di Indonesia Tumbuh Pesat Hingga 16 Persen. *MediaIndonesia.com*.
- Nurfadilah, P.S. (2018, Agustus 20). Industri Kecantikan di Indonesia Tumbuh Pesat Hingga 16 Persen. *Kompas.com*.
- Pinaraswati, S. O. (2020). Sosial Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Mahasiswa Pemilihan Program Studi Manajemen. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 17(1), 57-71.
- Prastyana, D. (2022, Februari 23). Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022. *Suara.com*.
- Tranggono, D., Putri, A. N., & Juwito, J. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada Followers Akun@nacificofficial. *Id. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 141-155.

Buku

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2013). *Mass Communication Theory: Seventh Edition*. Stamford: Cengage Learning.
- Browaeys, M., & Price, R. (2015). *Understanding Cross-Cultural Management: Third Edition*. Harlow: PEARSON EDUCATION LIMITED.
- Deresky, H. (2017). *International Management: Managing Across Borders and Cultures (Ninth Edition)*. London: Pearson Education.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management: 16th Edition*. New York: Pearson.
- Heizer, J. d. (2015). *OPERATIONS MANAGEMENT: SUSTAINABILITY AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (Twelfth Edition)*. Pearson.
- Hilton, Ronald W. dan Platt, David E. (2019). *Managerial Accounting : Creating Value in a Dynamic Business Environment (Twelfth Edition)*. Dubuque: McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing : Seventeenth Edition*. Pearson Education Limited 2018.
- Weygandt, Jerry J., Kimmel, Paul D., and Kieso, Donald E. (2015). *Financial Accounting : IFRS (3rd Edition)*. New Aster: Willey.

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Sicilia Periw

NIM : 77180041 Tanggal Sidang : 14 OCTOBER 2022

Judul Karya Akhir : RENCAHA BISNIS pendirian usaha

" sparkly beauty bar "
NAIL ART di jakarta barat

Jakarta, 27 / 10 20 22

Mahasiswa/I

(Sicilia Periw) (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Pembimbing

(Ujiyana 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.