**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA**

**DISTRIBUTOR KOSMETIK**

**“FANTASTIC COSMETIC”**

**DI JAKARTA**

**Tjan, Nina Vania**

**ninatjan100@gmail.com**

**Liaw Bun Fa, Ir., S.E.,M.M**

Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie,

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

**ABSTRAK**

Tjan, Nina Vania / 74150158 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Distributor Kosmetik “FANTASTIC COSMETIC” di Jakarta / Pembimbing Liaw Bun Fa, Ir., S.E.,M.M.

*Fantastic Cosmetic* merupakan bisnis yang bergerak di bidang distributor. Barang yang ditawarkan oleh *Fantastic Cosmetic* adalah kosmetik dari Korea. Selain itu, Fantastic Cosmetic juga menjual beberapa peralatan kecantikan. *Fantastic Cosmetic* memiliki visi “Menjadi Distributor Kosmetik Terbesar di Indonesia “.

*Fantastic Cosmetic* merupakan perusahaan perseorangan yang berlokasi di Rukan Africa No.18, Green Lake City, Jakarta Barat. Usaha ini direncanakan buka pada bulan Januari 2020.

Dalam menganalisis industri dan pesaing, *Fantastic Cosmetic* menggunakan analisis PESTEL, analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter, analisis *Competitive Profile Matrix*, dan analisis SWOT.

Produk yang dijual berupa produk *skin care, make up*, dan peralatan kecantikan dengan total keseluruhan 34 produk. Promosi yang ditetapkan *Fantastic Cosmetic* yaitu melalui media sosial*, loyalty point*, *word of mouth*, dan *business card (personal selling*).

Alur produk Fantastic Cosmetic terdapat lima proses yaitu proses pemesanan, proses pencatatan dan perekapan, proses pembayaran, pengemasan produk, dan yang terakhir proses pengiriman.

Sumber daya manusia adalah hal yang sangat dibutuhkan untuk jalannya suatu bisnis. *Fantastic Cosmetic* memiliki 5 bagian dalam bisnisnya yaitu manajer, administrasi, pemasaran, keuangan, dan operasional. Yang bertotal 10 orang.

Proyeksi keuangan merupakan aggaran yang dirancang untuk penyelenggaraan sebuah usaha yang akan dijalankan. *Fantastic Cosmetic* menggunakan proyeksi laporan laba rugi, laporan arus kas, dan neraca.

Kelayakan suatu bisnis adalah hal yang perlu dipertimbangkan untuk menilai apakah bisnis tersebut layak atau tidak untuk diinvestasikan. Hasil analisis kelayakan usaha *Fantastic Cosmetic* yaitu PP dengan hasil 2 tahun 16 hari, NPV sebesar 1.304.045.424,36, PI sebesar 1, 3604, IRR sebesar 29,1%, dan BEP yang dapat dilampaui dengan penjualan. Berdasarkan analisis tersebut, bisnis ini dapat dikatakan layak.

Kata kunci:distributor, kosmetik, *Fantastic Cosmetic.*

***ABSTRACT***

Tjan, Nina Vania / 74150158/ 2019 / *Business Plan for "FANTASTIC COSMETIC" Cosmetics Distributor Business Establishment in Jakarta* / *Mentor* Liaw Bun Fa, Ir., S.E., M.M.

*Fantastic Cosmetic is a business engaged in the distributor. The items offered by Fantastic Cosmetic are cosmetics from Korea. In addition, Fantastic Cosmetic also sells several beauty equipment. Fantastic Cosmetic has a vision of "Becoming the Biggest Cosmetics Distributor in Indonesia".*

*Fantastic Cosmetic is an individual company located in Rukan Africa No.18, Green Lake City, West Jakarta. This business is planned to open in January 2020.*

*In analyzing industry and competitors, Fantastic Cosmetic uses PESTEL analysis, analysis of the Five Competitions of the Porter Model, Competitive Profile Matrix analysis, and SWOT analysis.*

*The products sold are skin care, make up, and beauty equipment products with a total of 34 products. Promotions set by Fantastic Cosmetic are through social media, loyalty points, word of mouth, and business cards (personal selling).*

*The flow of the Fantastic Cosmetic product consists of five processes, namely the order process, the recording and recapitulation process, the payment process, product packaging, and the last process of shipping.*

*Human resources are things that are needed for the running of a business. Fantastic Cosmetic has 5 parts in its business, namely manager, administration, marketing, finance, and operations. A total of 10 people.*

*Financial projection is a budget designed for the implementation of a business that will be run. Fantastic Cosmetic uses income statement projections, cash flow statements, and balance sheets.*

*The feasibility of a business is something that needs to be considered to assess whether the business is feasible or not to be invested. The results of the analysis of the business feasibility of Fantastic Cosmetic are PP with a result of 2 years 16 days, NPV of 1,304,045,424.36, PI of 1,3604, IRR of 29.1%, and BEP that can be exceeded by sales. Based on this analysis, this business can be said to be feasible*

*Keywords: distributor, cosmetics, Fantastic Cosmetic.*

**Pendahuluan**

*Fantastic Cosmetic* merupakan bisnis yang bergerak di bidang distribusi kosmetik dari negara Korea Selatan. Saat ini perkembangan industri kosmetik di Indonesia tergolong dinamis, sehingga banyak perusahaan dengan merek-merek kosmetik yang baru berminat untuk masuk dan mengembangkan pasarnya di Indonesia. Selain itu, banyak wanita yang ingin penampilannya semakin bagus untuk dilihat sebagai bentuk eksistensi diri. Alasan inilah yang menjadi lahan yang menguntungkan untuk dijajaki sehingga memunculkan begitu banyak varian perawatan kecantikan agar membuat konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan kosmetik.

Banyaknya produk kecantikan yang telah tersebar di *market* dengan berbagai kemasan, bentuk, harga, serta kegunaannya akan memudahkan distribusi kosmetik dalam men-*supply* barangnya. Keuntungan bisnis yang di dapat dari distribusi kosmetik juga cukup menjanjikan. Hal inilah yang melandasi ide pendirian *Fantastic Cosmetic* atau dapat disingkat sebagai *Fantic* untuk mengambil peluang bisnis sebagai distributor kosmetik yang berpusat di Kota Jakarta. Bisnis ini memiliki prospek yang bagus dikarenakan kebutuhan akan kosmetik yang akan selalu ada dan tidak pernah mati. Ditambah lagi dengan penjualan yang melalui *online* semakin memperbesar peluang untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar. *Fantic* hadir sebagai solusi bagi pelanggannya yang ingin berbisnis dengan menjual kosmetik dan memperluas produk kosmetiknya.

Visi *Fantastic Cosmetic* adalah “ Menjadi Distributor Kosmetik Terbesar di Indonesia “. Sedangkan misi *Fantastic Cosmetic* yaitu:

1. Menyediakan produk kosmetik dengan harga bersaing.
2. Mengedepankan kepuasan pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis.
3. Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif agar anggota perusahaan nyaman berkerja.

Peluang usaha distributor kosmetik ini cukup menjanjikan karena kosmetik dibutuhkan dan dikonsumsi oleh hampir seluruh wanita di Indonesia. Jumlah penduduk wanita Indonesia yang berpotensi menggunakan kosmetik secara rutin (usia 15-59 tahun) berjumlah 85.226.000 orang. Jumlah ini menunjukkan besarnya pasar potensial bagi industri kosmetik di Indonesia untuk berkembang. Nurhayati Subakat, Ketua Umum Persatuan Perusahaan Kosmetik Indonesia (Perkosmi) mengatakan pertumbuhan industri kosmetik tahun lalu melebihi pertumbuhan industri farmasi pada umumnya. Bahkan untuk jenis kosmetik dekoratif (*make-up*) bisa sampai 20% (Dikutip dari Kontan.co.id, Rabu 21/2).

Berikut ini merupakan rincian modal *Fantastic Cosmetic* yang berjumlah sebesar Rp 3.617.942.559yang akan digunakan untuk beberapa keperluan, yaitu :

1. Kas Awal : Rp 10.000.000
2. Peralatan Kantor : Rp 45.667.000
3. Perlengkapan Gudang : Rp 504.000
4. Sewa Ruko 5 Tahun : Rp 275.000.000
5. Biaya Renovasi : Rp 4.000.000
6. Barang Dagang : Rp 2.584.773.659
7. Perlengkapan Kantor : Rp 4.246.900
8. Perlengkapan Gudang : Rp 2.351.000
9. Rekrutmen dan Seleksi : Rp 2.000.000
10. Gaji dan THR Karyawan : Rp 686.400.000
11. Pembuatan Website : Rp 3.000.000

**Rencana Produk, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen**

1. Rencana Alur Produk
2. Proses Pemesanan

Pelanggan *Fantastic Cosmetic* dapat memesan produk yang diinginkan dengan menghubungi kontak pribadi *sales Fantic* maupun melalui media sosial *Fantic*. *Sales* mengirimkan atau menyampaikan pesanan pelanggan ke bagian administrasi untuk dibuat faktur pesanan.

1. Proses Pencatatan atau Perekapan

Pesanan akan dicatat atau direkap oleh bagian administrasi ke sistem data perusahaan untuk memudahkan pembuatan laporan keuangan perusahaan nantinya. Lalu bagian administrasi membuat faktur pesanan bagi pelanggan.

1. Proses Pembayaran

Total yang harus dibayar akan disampaikan kepada pelanggan melalui *sales*. Lalu setelah pelanggan membayar lunas maka barang pesanan akan dipersiapkan.

1. Pengemasan produk

Produk yang dipesan selanjutnya dikemas oleh bagian operasional dengan baik agar tidak rusak selama pengiriman. Kemasan juga disesuaikan dengan jumlah produk yang dipesan.

1. Proses Pengiriman

Selesai proses pengemasan, pesanan dikirimkan menggunakan jasa logistik. *Fantastic Cosmetic* memberikan pilihan bagi pelanggannya untuk memilih jasa logistik yang diinginkan seperti JNE, J&T, *Go-Send*, dan sebagainya.

1. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan
2. Membuat daftar produk akan dipesan kepada pemasok. Divisi operasional membuat laporan stok barang di gudang yang hampir habis atau sudah habis lalu laporan diserahkan ke direktur untuk ditindaklanjuti.
3. Setelah daftar pesanan dicek, maka daftar tersebut dikirimkan kepada pemasok kosmetik yang akan dilakukan oleh direktur juga.
4. Pemasok mendapatkan daftar pesanan dari *Fantastic Cosmetic* lalu pemasok menghitung total biaya pesanan. Setelah selesai, *invoice* dikirimkan ke *Fantastic Cosmetic* untuk harga beserta diskon pembelian yang didapat.
5. Bila *Fantastic Cosmetic* merasa cocok dengan herga yang ditawarkan maka kesepakatan *deal* dan *Fantastic Cosmetic* membayar *invoice*. Bila tidak, maka bisa dilakukan negosiasi dengan pihak pemasok hingga tercapai kesepakatan.
6. Pemasok memproses pesanan setelah terjadi kesepakatan harga. Pesanan akan di-*packing* dan dikirim dari Korea ke Jakarta. Lama pengiriman kira-kira membutuhkan waktu kurang lebih 4-5 hari hingga barang sampai.
7. Pesanan diproses oleh pemasok dan diantarkan sampai ke gudang sehingga *Fantastic Cosmetic* tidak perlu mengurus pengiriman barang yang dipesan dari pemasok.
8. Pengecekan pesanan dilakukan langsung oleh divisi operasional ketika barang pesanan sudah sampai ke gudang. Pengecekan dilakukan untuk melihat kondisi barang, adanya kemungkinan barang cacat, dan kesesuaian antara pesanan yang diminta dan yang dikirim. Selanjutnya barang ditata di dalam gudang
9. Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha
10. Komputer dan laptop

Komputer dan *laptop* digunakan untuk menginput *database* pelanggan dan juga menginput data-data lainnya, seperti catatan penjualan perusahaan. Komputer dan *laptop* juga berfungsi untuk melakukan pengeditan dalam *website* dan sarana untuk membuat laporan keuangan perusahaan.

1. *Printer*

Berfungsi untuk mencetak, fotokopi, dan *scanner* segala sesuatu yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan.

1. *Modem Wifi*

Internet sangat dibutuhkan dalam menunjang kinerja perusahaan. *Modem Wifi* berguna untuk menghubungkan jaringan internet ke berbagai perangkat kantor, seperti komputer dan laptop, sehingga lebih efisien.

1. *Air Conditioner*

*Air Conditioner* yang dipasang di kantor bertujuan untuk menciptakan suasana yang nyaman dan udara yang sejuk bagi para *stakeholder* perusahaan.

1. Telepon

Merupakan salah satu teknologi yang wajib untuk dimiliki setiap perusahaan dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya. Telepon bermanfaat sebagai alat komunikasi dengan para pelanggan, pemasok, dan para *stakeholder* lainnya*.*

1. *Handphone*

*Handphone* juga bermanfaat sebagai alat komunikasi dengan para pelanggan dan para *stakeholder* lainnya dengan *Fantastic Cosmetic.* Selain itu, *handphone* juga bermanfaat sebagai sarana pelayanan pelanggan yang menghubungi via *Whatapps* dan menunjang sarana promosi melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*.

1. Kamera

Kamera berguna untuk mengambil gambar produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang nantinya dipakai dalam memasarkan produk ke pasar.

1. Kipas Angin

Kipas angin berfungsi untuk memberikan udara yang sejuk dan kenyamanan di area gudang perusahaan.

1. Dispenser

Dispenser sebagai salah satu fasilitas dari perusahaan yang diberikan kepada para karyawan. Tujuannya adalah supaya karyawan makin merasa nyaman di perusahaan dan salah satu kebutuhan utamanya dapat terpenuhi.

1. Meja dan Kursi

Meja dan kursi diperlukan untuk menunjang kegiatan bisnis perusahaan serta sebagai tempat untuk meletakkan peralatan dan perlengkapan lainnya.

1. Rak Dokumen

Berfungsi sebagai tempat dokumen perusahaan yang penting agar dapat tersusun dengan rapi dan memudahkan pencarian dokumen.

1. Lemari Plastik

Berfungsi sebagai tempat berkas-berkas lainnya yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan. Sekaligus tempat untuk meletakkan perlengkapan.

**Strategi Bisnis**

1. **STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) dan *Marketing Mix***
2. *Segmentation*
3. Segmentasi Geografis

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Pemilihan lokasi usaha penting karena hal itu menunjang keberhasilan suatu usaha. *Fantastic Cosmetic* berlokasi di Rukan Africa, Green Lake City, Duri Kosambi, Jakarta Barat. Lokasi tersebut cukup nyaman dan harga sewanya terjangkau sehingga cocok bagi perusahaan yang baru memulai bisnisnya.

1. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografis seperti usia, ukuran keluarga, jenis kelamin, pengasilan, pekerjaan, kelas sosial, dan lain-lain. *Reseller* dan *dropshipper* *Fantastic Cosmetic* difokukan pada wanita, dengan usia 20-35 tahun. Namun tidak menutup kemungkinan bagi orang-orang yang berada di luar kelompok usia tersebut untuk menjadi pelanggan *Fantastic Cosmetic*.

1. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian. *Fantastic Cosmetic* berfokus pada pelanggan yang menyukai kosmetik dan tertarik untuk mempunyai penghasilan dari bisnis kosmetik.

1. Segmentasi Perilaku

Segmentasi tingkah laku berarti mengelompokkan pelanggan pada pengetahuan, sikap, kebutuhan atau reaksinya terhadap suatu produk dan atau jasa. Banyak pemasar percaya bahwa segmentasi ini adalah awal yang terbaik untuk membangun segmentasi pasar. *Fantastic Cosmetic* memiliki target pasar yang memiliki gaya hidup yang moderen, mandiri, dan ingin berbisnis kosmetik.

1. *Targeting*

*Targeting* adalah proses mengevaluasi keatraktifan sebuah segmen dan memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki. Target pasar *Fantastic Cosmetic* adalah wanita yang berusia 20-35 tahun yang berdomisili di Indonesia dengan ketertarikan di bidang kosmetik dan ingin berbisnis kosmetik.

1. *Positioning*

*Positioning* yang tepat dapat menciptakan loyalitas konsumen.Penyampaian mengenai nilai produk harus dapat tertanam di dalam benak konsumen. *Fantastic Cosmetic* ingin menyampaikan nilainya kepada pelanggan sebagai distributor kosmetik yang sebagian besar menawarkan kosmetik Korea dengan memberikan harga yang bersaing dan pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan.

1. *Marketing mix*

Penetapan harga yang dilakukan oleh *Fantastic Cosmetic* mengacu pada strategi *Competition Based Pricing*, dimana *Fantastic Cosmetic* menetapkan harga produk dengan menggunakan harga jual pesaing sebagai standar penetapan harga. Harga produk berkisar Rp 35.000-Rp 210.000. lokasi kantor dan gudang beralamat di Rukan Africa No. 18, Green Lake City, Duri Kosambi, Jakarta Barat. *Fantastic Cosmetic* termasuk termasuk dalam saluran distribusi saluran tidak langsung tingkat satu, dimana *Fantastic Cosmetic* memerlukan *reseller* dan *dropshipper* sebagai pengecer yang berhubungan langsung dengan konsumen kosmetik. Promosi yang direncanakan yaitu melalui media sosial, sistem *loyalty point*, *word of mouth, business card (personal selling)*.

1. **Rencana Organisasi**

*Fantastic Cosmetic* akan merekrut 10 orang sebagai karyawannya untuk membantu manajer menjalankan perusahaan yang terdiri dari 2 orang bagian administrasi, 1 orang bagian keuangan, 3 orang pemasaran, 4 orang operasional. Masing-masing karyawan mendapat gaji di sesuai dengan ketentuan UMP Jakarta serta THR karyawan setara 1 bulan gaji kerja. Total biaya untuk gaji karyawan *Fantastic Cosmetic* selama 1 tahun yaitu sebesar 686.400.000.

1. **Rencana Keuangan**

Sumber dana berasal dari modal sendiri sebesar Rp 3.617.942.559. Proyeksi penjualan pada tahun 2020 adalah sebesar Rp 3.621.444.000 dengan laba kotor sebesar Rp 8.501.262. Pajak adalah 0.5% dari laba kotor. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diperkirakan bahwa laba bersih (EAT) yang dihasilkan pada periode 2020 adalah sebesar -Rp 9.605.968. Tahun pertama diperkirakan rugi karena banyaknya biaya di awal usaha seperti sewa kantor dan gudang yang dibayar di muka.

Nilai *Break Even Point* pada 2020 sebesar Rp 3.591.085.086,54 yang mana lebih kecil dari penjualan yaitu sebesar Rp 3.621.444.000. Nilai *Net Present Value* *Fantastic Cosmetic* sebesar Rp 1.304.045.424,36, dengan *Internal Rate of Return* sebesar 29,1%, *Payback Period* pada 2 tahun 16 hari, dan *Profitability Index* 1,3604.

1. **Pengendalian Resiko**

Dalam pengelolaan *Fantastic Cosmetic* berbagai jenis resiko yang diperkirakan muncul antara lain sebagai berikut:

1. Resiko kondisi perekonomian yang tidak stabil atau cenderung menurun dapat menyebabkan daya beli masyarakat terhadap kosmetik turun, sehingga proyeksi penjualan yang telah diramalkan sebelumnya mengalami ketidaksesuaian. Selain itu nilai rupiah yang semakin melemah terhadap mata uang asing (terutama Won) juga dapat mengakibatkan harga kosmetik impor menjadi mahal.
2. Resiko kualitas sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan tidak bekerja dengan baik, kinerja menurun, atau tidak jujur. Kualitas tenaga kerja yang tidak bagus dapat menyebabkan masalah dan menghambat kinerja perusahaan.
3. Resiko persaingan yang ketat yang disebabkan karena pesaing memiliki sumber daya yang lebih unggul sehingga dapat menguasai pasar secara dominan.
4. Resiko keterlambatan dan kesalahan kurir logistik dalam mengirimkan paket ke alamat tujuan. Kesalahan pengiriman merupakan hal yang lazim terjadi dikarenakan masih dioperasionalkan oleh manusia sehingga kesalahan mungkin saja terjadi.
5. Resiko operasional seperti kesalahan pengemasan dalam memenuhi pesanan pelanggan. Baik itu kekurangan atau kesalahan produk yang diterima pelanggan yang pasti akan dialami oleh perusahaan. Faktor kekeliruan dari karyawan bisa juga disebabkan karena pesanan yang *overload*.
6. Resiko persediaan stok produk yang sulit untuk diperkirakan. Kekurangan stok tentunya akan mengurangi penjualan dikarenakan stok produk telah habis terjual dan tidak bias memenuhi permintaan dari pelanggan, begitu juga sebaliknya jika stok produk berlebihan tentunya memperlambat perputaran barang sehingga modal tertahan dikarenakan lamanya waktu yang diperlukan untuk menkonversi stok menjadi uang kas.
7. Resiko isu kosmetik palsu. Beberapa merek kosmetik dari Korea telah diduplikasi karena mulai sudah terkenal di beberapa negara di Asia. Biasanya produk kosmetik palsu tersebut diproduksi di China dan dijual dengan harga yang sangat murah.

**Daftar Pustaka**

1. **Sumber Teks**

David, Fred R, Forest R. David (2015), *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep*, Edisi 15, Jakarta: Salemba Empat.

Gitman, Lawrence J, Chad J. Zutter (2015), *Principal of Managerial Finance*, Edisi14e, Global Edition, Pearson Education.

Heizer, Jay, Barry Tender, Chuck Munson (2017), *Operations Management Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, Pearson Education.

Kotler, Philip, Gary Amstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi 15, Global Edition, Pearson Education.

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, Global Edition, Pearson Education.

Mondy, R. Wayne, & Joseph J.Martocchio (2016), *Human Resource Management*, Edisi 14e, Global Edition, Pearson Education

Robbins, Stephen P, Timothy A. Judge (2015), *Perilaku Organisasi*, Edisi 16, Jakarta: Salemba Empat.

Saiman, Leonardus (2014), *Kewirausahaan: Teori, Praktek, dan Kasus-Kasus*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat

1. **Sumber Website**

Bank Indonesia (2018), Tingkat Inflasi, diakses pada Desember 2018. <https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>

Detik.com (2018), 130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos, diakses pada November 2018. https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos

Indonesia Finance Today (2015), Perkembangan Industri Kosmetik di Indonesia, diakses pada November 2018. <https://indonesiafinancetoday.co/perkembangan-industri-kosmetik-di-Indonesia>

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2018), Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%, diakses pada Oktober 2018. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>

Kompas.com (2018), Geliat Ekonomi Indonesia di Kuartal I 2018, diakses pada November 2018. <https://amp.kompas.com/ekonomi/read/2018/08/06/125338926/kuartal-ii-2018-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-527-persen>

Kontan (2018), Industri Kosmetik Merias Diri Di 2018, diakses pada November 2018. <https://industri.kontan.co.id/news/industri-kosmetik-merias-diri-di-2018>

Kontan (2018), Suku Bunga Kredit Perbankan Beranjak Naik Mengikuti Bunga Deposito, diakses pada Desember 2018. <http://amp.kontan.co.id/news/suku-bunga-kredit-perbankan-beranjak-naik-mengikuti-bunga-deposito>

Listrik.org (2018), Tarif Dasar Listrik PLN 2018, diakses Desember 2018. <http://listrik.org/pln/tarif-dasar-listrik-pln/#ipt_kb_toc_1475_0>

Oke Finance (2018), BPS: Pertumbuhan Ekonomi Kuartal III-2018 Capai 5,17%, diakses pada Desember 2018. <https://economy.okezone.com/read/2018/11/05/20/1973389/bps-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-iii-2018-capai-5-17>

Online Pajak.com (2018), Cara Daftar NPWP Online, diakses pada November 2018. <https://www.online-pajak.com/id/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orang-pribadi> (diakses November 2018)

Tribun News (2018), Bagaimana Kondisi Ekonomi Indonesia 2018 Dibandingkan 1998?, diakses pada November 2018. <http://bangka.tribunnews.com/2018/09/05/rupiah-tembus-rp15-ribu-bagaimana-kondisi-ekonomi-indonesia-2018-dibandingkan-1998-ini-faktanya>

Tribun Jateng (2018), UMP Jakarta 2019, Perbandingan Gaji di DKI Jakarta pada 2019 dengan UMK Bogor, Tangerang, dan Bekasi, diakses pada Desember 2018. http://jateng.tribunnews.com/2018/11/23/ump-jakarta-2019-perbandingan-gaji-di-dki-jakarta-pada-2019-dengan-bogor-tangerang-dan-bekasi

Tumoutunews (2018), Jumlah Penduduk Indonesia Tahun 2018, diakses pada November 2018. <https://tumoutounews.com/2018/05/10/jumlah-penduduk-indonesia-tahun-2018/>

Validnews.co.id (2018), Infografis Perkembangan Ekspor-Impor Kosmetik Indonesia, diakses pada November 2018. <https://validnews.id/Infografis-Perkembangan-Ekspor-Impor-Kosmetik-Indonesia>