

LAPORAN PROYEK KEWIRUSAHAAN

PENGELOLAAN TOKO SKINBYME

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

ALITA DHEA MAHARANI

1120 31448

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

DESEMBER 2023

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN PENGELOLAAN TOKO SKINBYME

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ALITA DHEA MAHARANI

Nomor Induk Mahasiswa: 112031448

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 20 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Lita Kusumasari, S.E., MSA., Ak., CA.

Penguji



Rusmawan Wahyu Anggoro, Dr., M.S.A., Ak., CA.

Yogyakarta, 20 Desember 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wismu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan proyek kewirausahaan ini mengulas perjalanan penulis membangun usaha yang berfokus pada penjualan produk *skincare*, *bodycare*, dan *makeup* melalui *ecommerce* Shopee selama periode 3 bulan dari Juli hingga September 2023. Usaha ini bernama "Skinbyme". Dalam laporan ini, penulis memberikan gambaran mendalam mengenai jenis produk yang dijual, strategi penjualan yang diterapkan untuk menghadapi tren pasar, serta proses pengemasan dan pengiriman produk kepada pelanggan. Kegiatannya antara lain melayani pelanggan, melakukan *live* toko, dan pengemasan serta pengiriman produk. Pengalaman ini memberikan wawasan baru dalam mengelola bisnis di industri kecantikan dan menambah pengetahuan penulis di bidang tersebut.

Kata kunci : *Skincare*, *Bodycare*, *Makeup*, Harga, Pengemasan, Pengiriman.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This entrepreneurial project report reviews the author's journey in building a business that focuses on selling skincare, bodycare and makeup products through the Shopee platform over a 3 month period from July to September 2023. This business is called "Skinbyme". In this report, the author provides an in-depth overview of the types of products sold, sales strategies implemented to face market trends, as well as the process of packaging and sending products to customers. Activities include serving customers, conducting live stores, and packaging and shipping products. This experience provides new insight into managing a business in the beauty industry and adds to the author's knowledge in this field.

Keywords: Skincare, Bodycare, Makeup, Packaging, Delivery.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Latar Belakang

Skincare, *bodycare*, dan *makeup* merupakan unsur yang sangat penting di dunia kecantikan. Produk *skincare*, *bodycare*, dan *makeup* berperan untuk kesehatan atau sekedar agar terlihat lebih baik dan percaya diri dalam melakukan suatu kegiatan sehingga sudah menjadi kebutuhan khusus bagi wanita maupun pria.

Kehadiran produk *skincare* ini berperan dalam mewujudkan wajah yang sehat menawan. Produk *skincare* bekerja dengan cara yang beragam sesuai dengan masalah kulit. Produk *bodycare* memiliki banyak manfaat untuk kulit tubuh yaitu dapat melembapkan kulit, melindungi kulit dari paparan sinar matahari yang dapat merusak kulit, dan dapat mencerahkan kulit. Produk *makeup* atau produk kosmetik merupakan produk yang berguna untuk mempercantik wajah dengan menutupi kekurangan dan menonjolkan kelebihan pada wajah sehingga menjadikan wajah cantik dan menambah kepercayaan dalam diri seorang wanita.

Di Indonesia, industri kecantikan semakin digandrungi oleh pelaku bisnis. Kondisi tersebut dibuktikan dengan tingginya data penjualan di *ecommerce* untuk produk kecantikan dan perawatan diri. Berdasarkan laporan *Statista*, pendapatan di pasar kecantikan & perawatan diri mencapai US\$7,23 miliar atau Rp111,83 triliun (dengan kurs 1 dollar sebesar Rp15,467.5) pada tahun 2022. Pasar diperkirakan akan tumbuh setiap tahun sebesar 5,81%.

Toko Skinbyme merupakan toko online di Shopee yang menjual produk *skincare*, *bodycare* dan *makeup*. Shopee merupakan *ecommerce* yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Aplikasi Shopee menyediakan fitur yang mempermudah penjual untuk memantau toko dimana pun berada.

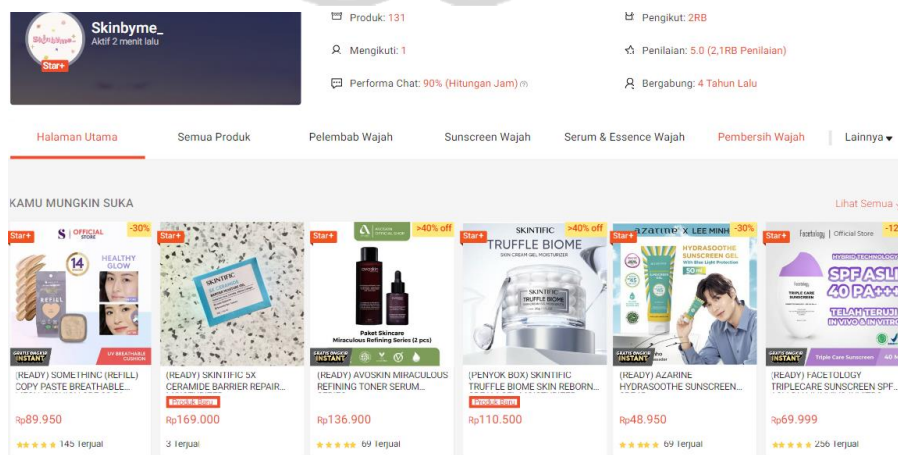
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Bahasan Umum dan Analisis SWOT

Profil Toko

Toko Skinbyme merupakan toko online Shopee yang bergerak dalam bisnis kecantikan. Toko ini menjual produk *skincare*, *makeup* dan *bodycare*. Toko ini dibuat di Shopee pada awal tahun 2022. Pada mulanya toko ini dibuat karena ada permintaan produk dari konsumen yang ingin membelinya melalui shopee. Akhirnya, di akhir tahun 2022 toko ini mulai mengembangkan usahanya dengan menyediakan produk *skincare* yang sedang viral yaitu moisturizer dari Skintific.

Pada pertengahan tahun 2023 toko ini mampu berkembang lebih maju lagi, tidak hanya produk dari Skintific saja yang disediakan, tetapi dari *brand* lain seperti Avoskin, Somethinc, Azarine, Facetology, Grace and Glow, Scarlett, Wardah, dan masih banyak lagi. Toko ini selalu menyediakan produk produk yang sedang viral. dengan memberikan harga yang lebih terjangkau, sehingga cukup mudah untuk mendapatkan pelanggan. Toko Skinbyme saat ini telah menjadi penjual star+ di Shopee.



Gambar 2 Tampilan toko skinbyme

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Visi dan Misi Toko Skinbyme

Toko Skinbyme memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi “Menjadi toko *skincare*, *bodycare* dan *makeup* yang terpercaya disemua kalangan masyarakat dalam menyediakan produk yang aman dan berkualitas dengan harga yang terjangkau.”

Misi:

1. Membeli produk *skincare*, *bodycare*, dan *makeup* dari toko *official store*.
2. Memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan maupun calon pelanggan.
3. Berpartisipasi aktif pada *campaign* pada *ecommerce*.

Budaya Kerja

Budaya kerja merupakan elemen penting untuk suatu bisnis karena tanpa adanya kerja yang jelas bisnis mungkin tidak akan berjalan lancar. Toko Skinbyme memiliki budaya kerjanya sendiri yaitu, layanan, tanggung jawab, dan orientasi hasil.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal maupun internal untuk suatu tujuan tertentu.

Analisis Peluang dan Ancaman

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis peluang (*Opportunities*) merupakan faktor yang berasal dari eksternal dalam lingkungan bisnis, sedangkan ancaman (*Threats*) merupakan faktor eksternal yang mengacu pada area apa saja yang akan berpotensi menjadi masalah. Jika analisis peluang dan ancaman ini diterapkan dengan benar, analisis ini akan membuat Toko Skinbyme memiliki strategi pemasaran yang baik.

Toko Skinbyme memiliki peluang untuk melakukan pemasaran produk yang sedang viral. Produk yang viral pastinya akan dicari oleh banyak orang, sehingga orang juga akan mengetahui Toko Skinbyme. Produk *skincare*, *bodycare*, dan *makeup* di Toko Skinbyme ini selalu diambil dari diskon *ecommerce* yang berlangsung setiap tanggal kembar dan tanggal 25 setiap bulannya, dimana pada hari tersebut banyak diskon. Pada tanggal tersebut Toko Skinbyme memanfaatkan kesempatan untuk mengambil banyak produk yang sedang diskon. Bagi Toko Skinbyme ini merupakan peluang untuk menjual produk dengan harga yang lebih murah pada hari-hari biasa.

Toko Skinbyme ini memiliki ancaman (*Threats*) jika pelanggan yang biasanya membeli produk di Toko Skinbyme kemudian produk tersebut ternyata habis, maka Toko Skinbyme akan kehilangan pelanggan yang akan berakibat pada penurunan penjualan produk. Selain itu, proses pengiriman yang lama oleh pihak ekspedisi akan membuat beberapa pelanggan merasa bahwa Toko Skinbyme ini melakukan pengiriman lama.

Persaingan yang ketat di Shopee akan menjadi ancaman, jika Toko Skinbyme ini tidak melakukan promosi harga pada hari-hari tertentu. Harga yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

terus sama akan membuat pelanggan membeli produk di toko lain yang harganya justru lebih murah.

Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Analisis kekuatan (*Strength*) merupakan kemampuan Toko Skinbyme dalam mengambil keuntungan dari peluang yang ada. Pelayanan yang ramah dan cepat ketika pelanggan bertanya mengenai produk dan setelah pelanggan menyelesaikan pesanan produk menjadi kekuatan bagi Toko Skinbyme untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. Selain itu, produk yang dijual pada Toko Skinbyme ini disesuaikan dengan permintaan pasar. Pada setiap usaha pasti terdapat kelemahan yang perlu dikenali dengan cermat. Produk yang diambil menggunakan *voucher* diskon dan *flash sale* membuat Toko Skinbyme memiliki stok produk yang terbatas.

Kuadran Analisis SWOT

Menurut (Rangkuti, 2004) analisis SWOT terbagi menjadi 4 kuadran utama yang memiliki strategi yang berbeda untuk masing-masing kuadrannya. Toko Skinbyme berada pada kuadran 3 karena menjual produk- produk yang sedang viral sehingga ini menjadi peluang dan kekuatan bagi Toko Skinbyme untuk menarik calon pembeli. Produk yang dijual Toko Skinbyme memiliki stok yang sedikit karena produk tersebut diambil menggunakan *voucher* diskon. Stok yang sedikit ini menjadi kendala internal bagi Toko Skinbyme.

Bauran Pemasaran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah strategi yang memadukan kegiatan-kegiatan pemasaran dalam satu waktu untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa. Dalam konsepnya bauran pemasaran memiliki beberapa unsur, yaitu:

1. Produk (*Product*)

Barang yang ditawarkan di Toko Skinbyme berupa pembersih wajah, *toner, essence, serum, moisturizer, eye Ampoule, sunscreen, cushion, maskara, body wash, body lotion*

2. Harga (*Price*)

Toko Skinbyme menetapkan harga produk yang berubah-ubah dikarenakan pengambilan produk tergantung dari *voucher* diskon dan melihat harga produk di pasaran.

3. Tempat (*Place*)

Toko Skinbyme melakukan penjualan secara online, dimana pembeli dapat menemukan toko tersebut di Shopee.

4. Promosi (*Promotion*)

Toko Skinbyme melakukan promosi dengan mengikuti program *flash sale* yang disediakan oleh Shopee. Selain itu Toko Skinbyme melakukan *live* toko untuk memperkenalkan produk yang dijualnya secara langsung.

5. Orang (*People*)

Saat ini Toko Skinbyme hanya dikelola oleh pemiliknya sendiri sehingga belum memiliki karyawan.

6. Proses (*Process*)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Toko Skinbyme melakukan penjualan online, dimana produk bisa sampai di pelanggan dengan cara:

1. Pertama, pembeli melakukan pemesanan produk kemudian melakukan pembayaran secara online.
2. Kedua, penjual memproses pesanan pelanggan dengan mengklik atur pengiriman. Setelah atur pengiriman penjual mencetak resi dan mengemas produk.
3. Ketiga, penjual memberikan paket kepada kurir. Pemberian paket ini biasanya dilakukan pada sore hari.
4. Keempat, paket sudah dalam proses pengiriman pihak ekspedisi.
5. Kelima, paket sampai di pembeli.

3. Metodologi Pengembangan Produk dan Manajemen Usaha

Eksplorasi Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menciptakan hal yang baru. Toko Skinbyme awalnya hanya melakukan pengiriman regular. Pengiriman regular ini menggunakan ekspedisi Shopee Xpress biasanya memerlukan waktu 1 sampai 7 hari tergantung alamat pembeli. Toko Skinbyme menggunakan *bubble wrap* agar paket yang dikirim ke Jawa maupun luar Jawa tetap aman. Selain itu, pengemasan produk yang awalnya menggunakan plastik *polymailer* berwarna hitam kini berubah

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menjadi warna pink, biru, dan ungu. Persaingan Shopee yang semakin ketat membuat Toko Skinbyme memberikan layanan tambahan berupa pengiriman instan. Pengiriman instan sangat bermanfaat bagi pembeli yang sedang memerlukan produk dalam beberapa jam.

Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan proses perencanaan, implementasi, pengendalian program-program yang dibuat untuk menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran agar tercapai tujuan secara efektif dan efisien. Toko Skinbyme melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Twitter, dan Instagram. Toko Skinbyme membuat *story* video mengenai produk-produk yang dijualnya di Whatsapp dan Instagram. Media sosial Twitter ini digunakan untuk menawarkan produk kepada seseorang yang sedang mencari produk. Toko Skinbyme juga melakukan pemasaran dengan melakukan *live* di Shopee setiap malam hari.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan bidang dalam manajemen yang bertanggung jawab untuk merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan terkait sumber daya manusia di perusahaan. Saat ini Toko Skinbyme belum memiliki toko offline sehingga belum memiliki karyawan. Pemilik Toko Skinbyme masih mampu menjalankan usahanya sendiri.

Manajemen Keuangan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen keuangan merupakan segala kegiatan yang mencakup perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian dana maupun aset yang dimiliki perusahaan. Pada awalnya Toko Skinbyme memiliki modal sekitar 5 juta. Modal yang sedikit, ini membuat Toko Skinbyme harus dapat mengelola produknya agar cepat terjual. Produk yang terjual setiap bulannya memberikan keuntungan pada Toko Skinbyme sehingga modal Toko Skinbyme meningkat setiap bulannya.

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan (*Management Of Change*) merupakan proses yang dilakukan untuk merencanakan, mempersiapkan, melaksanakan, dan mengevaluasi perubahan dalam suatu usaha. (Davidson, 2005) mengatakan bahwa adanya perbedaan budaya dalam organisasi memengaruhi terciptanya rencana perubahan yang dilaksanakan secara tepat. Organisasi dapat memilih salah satu dari pendekatan manajemen perubahan, antara lain pendekatan rasional, pendekatan normative, pendekatan kekuasaan, dan pendekatan lingkungan. Toko Skinbyme memilih untuk melakukan pendekatan lingkungan agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dalam jangka waktu yang lama. Penjualan produk yang mengikuti tren pasar ini nantinya akan membuat usaha ini berkembang.

Manajemen Inovasi merupakan proses yang digunakan oleh suatu bisnis untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengimplementasikan ide baru yang inovatif. Toko Skinbyme telah melakukan inovasi kerja sama dengan salah satu swalayan di dekat rumah. Toko Skinbyme menipkan produk *Azarine Hydrasoothe Sunscreen Gel*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Business Model Canvas

Tabel 1 Business Model Canvas



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PARTNER KUNCI	AKTIVITAS KUNCI	PROPOSISI NILAI	HUBUNGAN PELANGGAN	SEGMENT PELANGGAN
- Toko	- Mengupdate stok.	- Memberikan pelayanan yang ramah kepada calon pembeli maupun pembeli.	- Customer dapat berinteraksi secara langsung ketika melakukan pembelian produk.	- <i>Niche Market</i> <i>Customer</i> yang memiliki masalah pada wajah kering, berminyak, dan berjerawat.
Skinbyme	- Mencetak resi. - Mengemas produk. - Mengirimkan produk.	- Melakukan pengemasan maksimal 1 hari setelah membeli melakukan pemesanan. - Mengemas produk dengan <i>bubble wrap</i> agar aman. - Memastikan pembeli bahwa paket telah diterima dalam keadaan baik dan sesuai.	- Customer dapat melakukan pembelian dengan cara mengklik link produk saat penjual sedang melakukan pemasaran di Instagram, Whatsapp, dan Twitter. - Customer mendapatkan <i>buble wrap</i> tambahan secara gratis.	- <i>Segmented</i> Produk <i>skincare</i> , <i>bodycare</i> , dan <i>makeup</i> ditujukan kepada kalangan remaja dan dewasa baik wanita maupun pria.
	SUMBER DAYA UTAMA		SALURAN	
	- Pemilik toko sebagai sumber daya utama.		- Melakukan penjualan online di Shopee. - Melakukan pemasaran melalui sosial media seperti Instagram, Whatsapp, dan Twitter. - Melakukan kerja sama dengan Sherma Swalayan.	
	STRUKTUR BIAYA		ALIRAN PENDAPATAN	
	- Biaya peralatan (printer thermal dan cutter). - Biaya perlengkapan (<i>bubble wrap</i> , lakban, dan kertas resi). - Biaya internet.		- 10.000 dari setiap produk yang terjual.	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Pembahasan Manajemen Usaha

Inovasi Usaha

Berdasarkan unit bisnis yang dijalankan Toko Skinbyme memiliki inovasi terhadap pengemasan produk dan pengiriman produk. Pengemasan produk yang diberikan harus aman dan menarik, Plastik *polymailer* yang berwarna warni membuat pembeli lebih senang menerima paket dibandingkan dengan plastik yang berwarna hitam. Tambahan layanan pengiriman berupa pengiriman instan membuat pembeli mendapatkan produk dalam waktu 1-2 jam. Toko Skinbyme telah memperluas pemasaran dengan menitipkan produk di swalayan terdekat.

Manajemen Pemasaran

Toko Skinbyme melakukan pemasaran dengan menggunakan sosial media seperti Whatsapp, Instagram, Tiktok, dan Twitter. Whatsapp menjadi sosial media pertama kali yang digunakan pemilik Toko Skinbyme untuk memasarkan produknya. Vidio yang telah dibuat akan diunggah di story Whatsapp. Instagram merupakan sosial media yang dapat menjangkau banyak orang dibandingkan Whatsapp. Vidio yang telah dibuat akan diunggah di story beserta dengan link shopee. Tiktok juga digunakan untuk menjangkau banyak orang tidak hanya orang terdekat saja. Vidio yang diunggah harus menggunakan lagu yang sedang viral agar video tersebut dapat FYP (*For Your Page*). Twitter digunakan untuk menawarkan produk yang dijual kepada seseorang yang sedang membutuhkan produk tersebut. Pemasaran produk selain dengan sosial media dapat menggunakan fitur live toko pada aplikasi Shopee.

Manajemen Sumber Daya Manusia

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Saat ini Toko Skinbyme belum memiliki karyawan. Penjualan secara online masih dilakukan oleh pemilik toko sendiri. Pemilik toko bertugas untuk *update stock* produk, membalas chat pembeli, melakukan live shopee, dan mengemas produk yang telah dipesan. Penjualan online yang semakin maju dan berkembang nantinya akan mendorong Toko Skinbyme untuk membangun toko offline.

Manajemen Keuangan

Pengelolaan keuangan Toko Skinbyme secara keseluruhan dilakukan oleh pemilik toko. Berikut laporan laba rugi Toko Skinbyme:

LAPORAN LABA RUGI 2023 TOKO SKINBYME			
AKUN	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER
Pendapatan			
Penjualan	49.863.488	56.592.722	71.950.541
(-) Harga Pokok Penjualan	46.990.600	52.370.454	65.456.723
Laba Kotor Penjualan	2.872.888	4.222.268	6.493.818
Biaya			
Biaya Pengemasan			
Biaya Lakban Bening	37.500	43.750	56.250
Biaya Lakban Fragile	10.500	10.500	21.000
Biaya Bubble Wrap	136.000	170.000	204.000
Biaya Kertas Thermal	36.200	36.200	72.400
Biaya Plastik Polymailer 17 x 30 cm	56.000	56.000	70.000
Biaya Plastik Polymailer 25 x 40 cm	23.000	-	23.000
Total Biaya Pengemasan	299.200	316.450	446.650
Biaya Lainnya			
Biaya Internet	120.000	120.000	120.000
Total Biaya Lainnya	120.000	120.000	120.000
Total Biaya	419.200	436.450	566.650
Laba bersih	2.453.688	3.785.818	5.927.168

Table 2 Laporan Laba Rugi

5. Kesimpulan dan Saran

Toko Skinbyme merupakan salah satu toko online yang menjual *skincare*, *bodycare*, dan *makeup* di Shopee. Produk tersebut diambil dari diskonan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ecommerce Lazada, Shopee, Tiktok, dan Tokopedia sehingga ketika dijual sesuai dengan harga pasaran Toko Skinbyme mendapatkan keuntungan yang cukup besar. Toko Skinbyme melakukan pendekatan lingkungan yaitu pendekatan yang mengikuti tren pasar akan semakin berkembang dan maju. Selain harga, Toko Skinbyme juga memerhatikan pengemasan dan pengiriman. Pengemasan produk menggunakan *bubble wrap* agar aman dan dilakukan maksimal 1 hari setelah pembeli melakukan pemesanan agar pembeli tidak menunggu terlalu lama. Setelah produk dikemas, produk harus diserahkan kepada kurir secepatnya. Penjual harus melakukan pemantauan paket hingga status paket diterima oleh pembeli dengan aman dan sesuai.

Belajar dari pengalaman dalam membuka usaha baru online di bidang kecantikan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Memperbanyak jenis brand *skincare*, *bodycare*, dan *makeup* agar dapat memperluas pasar sehingga jumlah pelanggan semakin bertambah.
2. Menambah media penjualan dengan menggunakan *ecommerce* lain.
3. Penjual online harus selalu memperhatikan pengemasan dan pengiriman produk.
4. Pencatatan akuntansi yang dilakukan penjual harus sistematis.
5. Penjual tidak boleh mengabaikan rating buruk yang diberikan pembeli

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Desra. (2019, 9 23). *Ketahui Manfaat dan Kekurangan Bauran Pemasaran*. Retrieved from [https://www.jurnal.id/id/blog/ketahui-manfaat-dan-kekurangan-bauran-pemasaran/#:~:text=Bauran%20pemasaran%20\(marketing%20mix\)%20adalah,meningkatkan%20penjualan%20produk%20atau%20jasa](https://www.jurnal.id/id/blog/ketahui-manfaat-dan-kekurangan-bauran-pemasaran/#:~:text=Bauran%20pemasaran%20(marketing%20mix)%20adalah,meningkatkan%20penjualan%20produk%20atau%20jasa)
- Fiska. (2021). *Pengertian Kreativitas dan Cara Mengembangkannya!* Retrieved from <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-kreativitas/>
- GreatNusa. (2023, 2 8). *Manajemen Inovasi: Pengertian, Tujuan, dan Cara Penerapannya*. Retrieved from <https://greatnusa.com/artikel/manajemen-inovasi-adalah/>
- Mahatmavidya, P. A. (2023). *Manajemen SDM: Pengertian, Fungsi, Manfaat dan Tugasnya*. Retrieved from <https://mekari.com/blog/manajemen-sumber-daya-manusia/>
- Nandy. (2021). *Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep*. Retrieved from <https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-pemasaran/>
- Novadila, A. (2023, 3 29). *Manajemen Perubahan: Pengertian, Pendekatan, Pentingnya, Fungsi, Jenis, Faktor dan Fasenyanya*. Retrieved from <https://myrobin.id/untuk-bisnis/manajemen-perubahan/>
- PT BANK OCBC NISP. (2023). *Manajemen Keuangan: Pengertian, Prinsip, Fungsi, dan Tujuan*. Retrieved from <https://www.ocbc.id/id/article/2023/04/28/manajemen-keuangan-adalah>
- Riadi, M. (2020, 9 23). *Analisis SWOT (Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks)*. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html>