

PROYEK KEWIRAUSAHAAN
HAIR DO DAN HIJAB DO “ULLYVIAKARTIKA”
RINGKASAN KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Nirmala Rizka Triana

2121 31705

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA

2025

ABSTRAK

Laporan kewirausahaan ini menjelaskan mengenai proses sebuah usaha jasa *hair do* dan *hijab do* yang dijalankan agar dapat beroperasi dengan baik. Dalam abstrak ini, penulis akan membahas berbagai alasan mengapa inovasi menjadi faktor kunci dalam bisnis jasa salon kecantikan. Inovasi dalam pelayanan, teknik penataan rambut dan hijab, harga produk dan cara pembayaran dapat menarik minat pelanggan baru dan membedakan bisnis jasa kecantikan dari pesaing. Secara keseluruhan, inovasi memiliki peran penting dalam memperluas peluang dan meningkatkan keberhasilan bisnis jasa kecantikan. Dengan berinovasi dalam gaya layanan, penggunaan teknologi, harga, cara pembayaran, adaptasi tren pasar, dan peningkatan efisiensi operasional, bisnis jasa *hair do* dan *hijab do* dapat tetap relevan, menarik minat pelanggan, dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar yang dinamis.

Kata kunci: Bisnis jasa kecantikan, kewirausahaan, inovasi layanan dan harga, *hair do*, *hijab do*.

ABSTRACT

This entrepreneurship report explains the process of running a hair do and hijab do service business so that it can operate well. In this abstract, the author will discuss various reasons why innovation is a key factor in the beauty salon service business. Innovations in service, hair and hijab styling techniques, product prices and payment methods can attract new customers and differentiate beauty services businesses from competitors. Overall, innovation has an important role in expanding opportunities and increasing the success of beauty services businesses. By innovating in service styles, use of technology, pricing, payment methods, adapting to market trends, and improving operational efficiency, hair do and hijab do service businesses can remain relevant, attract customer interest, and maintain a competitive position in a dynamic market.

Keywords: Beauty services business, entrepreneurship, service and price innovation, hair do, hijab do.

TUGAS AKHIR

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

HAIR DO DAN HIJAB DO "ULLYVIAKARTIKA"

Dipersiapkan dan disusun oleh:

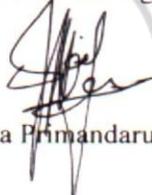
NIRMALA RIZKA TRIANA

Nomor Induk Mahasiswa: 212131705

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Jumat tanggal 17 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Noormalita Primandaru, SE., M.Sc.

Penguji



Shita Lusi Wardhani, Dra., M.Si.

Yogyakarta, 24 Januari 2025
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

Bisnis hair do dan hijab do fokus pada layanan tata rias rambut dan hijab untuk acara formal seperti pernikahan, tunangan, dan wisuda. Seiring meningkatnya kesadaran akan pentingnya penampilan, permintaan terhadap layanan ini tumbuh pesat, didorong oleh perkembangan gaya hidup modern dan kemajuan teknologi. Bisnis ini juga memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan dan mempromosikan layanan. Di Kabupaten Sleman, yang dikenal dengan sektor pertanian, bisnis ini memiliki potensi besar karena banyaknya acara formal. Nama bisnis kami, Ullyviakartika, mencerminkan elegansi, kreativitas, dan profesionalisme, serta membantu membangun citra merek yang kuat di dunia kecantikan.

Perumusan masalah dalam proyek kewirausahaan ini adalah:

1. Bagaimana cara efektif mengembangkan bisnis hair do dan hijab do agar dapat bersaing di pasar kecantikan?
2. Inovasi apa yang dapat dilakukan agar bisnis ini tetap kompetitif?
3. Bagaimana memanfaatkan peluang usaha untuk mengoptimalkan bisnis hair do dan hijab do di pasar kecantikan yang berkembang?

Tujuan proyek kewirausahaan ini adalah:

1. Mengetahui cara efektif mengembangkan bisnis hair do dan hijab do agar dapat bersaing dan tumbuh besar di pasar kecantikan.
2. Mengetahui inovasi untuk menjaga daya saing bisnis di pasar yang berkembang.
3. Mengetahui peluang untuk mengoptimalkan bisnis di pasar kecantikan yang terus maju.

Kontribusi proyek kewirausahaan ini bagi masyarakat antara lain:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan peluang usaha baru dan mendukung pemasok lokal dalam industri kecantikan.
2. Memberikan nilai tambah pada bisnis kecantikan dengan inovasi kreatif yang menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing.
3. Membuka lapangan pekerjaan, menyediakan wadah interaksi sosial, dan menjadi pusat kreativitas dalam bidang gaya dan kecantikan.

Produk

Hair do

Hair do adalah layanan penataan rambut yang bertujuan menciptakan keindahan, kerapian, dan keserasian. Menggunakan alat seperti sisir, catokan, dan produk seperti hair gel dan hair spray, bisnis ini menawarkan berbagai produk berkualitas untuk merawat dan menata rambut. *Hair do* bekerja sama dengan produsen dan distributor, menyediakan layanan dengan harga terjangkau serta memberikan saran perawatan dan penataan rambut sesuai keinginan pelanggan.

Hijab do

Hijab do adalah layanan yang menyediakan hijab dan aksesoris hijab untuk wanita, termasuk hijab segi empat, pashmina, dan instan dengan bahan nyaman seperti katun, sifon, dan polyester. Menawarkan koleksi hijab motif dan polos serta aksesoris seperti peniti, ciput, dan inner hijab, *Hijab do* dirancang untuk kebutuhan sehari-hari maupun acara khusus, dengan pilihan ukuran dan warna yang disesuaikan dengan selera pelanggan.

Sewa Baju Pengantin

Sewa baju pengantin menyediakan pakaian khusus yang dikenakan oleh pengantin

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pada hari pernikahan, dirancang indah dan mewah dengan mencerminkan budaya dan tradisi setempat. Busana pengantin menggunakan bahan eksklusif seperti satin, beludru, sutra, atau renda, dengan warna dan desain yang disesuaikan keinginan pelanggan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode untuk menilai kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi oleh suatu bisnis. Proses ini membantu perusahaan memahami posisi mereka di pasar dan merancang strategi yang tepat. Kekuatan dan kelemahan berkaitan dengan sumber daya internal, sementara peluang dan ancaman berasal dari lingkungan eksternal. Analisis SWOT digunakan untuk merencanakan jangka panjang dan mengantisipasi persaingan. Bisnis hair do dan hijab do menggunakan analisis ini untuk perencanaan dan mempertahankan daya saing di pasar.

Eksplorasi Kreativitas

Kreativitas adalah kunci keberhasilan dalam bisnis, termasuk bisnis hair do dan hijab do. Untuk menciptakan inovasi, kami melakukan riset terhadap kebutuhan konsumen dan kompetitor, serta mengidentifikasi peluang dan kelemahan yang ada. Berdasarkan hasil riset, kami mengembangkan inovasi seperti sistem pembayaran "bayar nanti," harga yang ekonomis, serta promosi rutin seperti diskon untuk pelanggan setia. Kami juga menawarkan layanan bertema, menggunakan aplikasi untuk melihat model gaya rambut dan hijab, memberikan layanan cepat, dan menyediakan home service. Semua

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ini bertujuan untuk menarik minat konsumen dengan kualitas dan harga yang terjangkau.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan menciptakan nilai pelanggan. Dalam bisnis hair do dan hijab do, strategi pemasaran penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Kami membentuk tim untuk menyusun rencana pemasaran yang sesuai, dengan memahami segmen pasar, keunggulan produk, serta membangun hubungan erat dengan konsumen. Strategi pemasaran kami melibatkan 4P: product, price, place, dan promotion untuk mencapai tujuan bisnis.

1. Product

Produk utama bisnis hair do dan hijab do menawarkan berbagai gaya sesuai kebutuhan pelanggan, seperti klasik, modern, atau sesuai tema acara, serta layanan konsultasi personal untuk tampilan unik. Kami juga menyediakan paket persewaan baju pengantin, wisuda, dan acara lainnya dengan kondisi baju yang terawat baik. Selain itu, kami menyediakan paket lengkap yang mencakup hair do, hijab do, dan persewaan baju, serta aksesoris untuk tampilan sempurna. Tim kami juga memberikan saran untuk memilih produk yang sesuai keinginan pelanggan, dengan selalu menjaga kualitas dan kelayakan alat serta bahan yang digunakan.

2. Price

Harga bisnis hair do dan hijab do ditentukan berdasarkan analisis biaya, daya beli konsumen, persaingan, dan tujuan keuntungan. Kami menawarkan harga

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bervariasi, mulai dari layanan dasar yang terjangkau hingga layanan premium untuk acara khusus. Diskon diberikan untuk pelanggan setia, pemesanan besar, serta promo untuk pelanggan baru atau event tertentu. Kami juga membandingkan harga dengan kompetitor, dan menemukan bahwa harga kami tetap terjangkau.

3. *Place*

Bisnis hair do dan hijab do kami berlokasi di Jalan Banyuraden, Gamping, Sleman, Yogyakarta, dan juga menawarkan layanan home service dengan biaya tambahan sesuai jarak pelanggan dari lokasi.

4. *Promotion*

Promosi bisnis hair do dan hijab do dilakukan melalui Instagram dan Whatsapp untuk memberikan informasi tentang layanan dan tawaran spesial kepada konsumen sekitar.

Manajemen Operasi

Manajemen operasi bisnis hair do dan hijab do bertujuan untuk memastikan operasional yang lancar, efisien, dan efektif, dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Ini melibatkan pembagian job desc yang jelas, penjadwalan karyawan, pelatihan keterampilan, serta penggunaan alat dan teknologi terbaru. Kami juga menerapkan pembayaran digital, aplikasi pemesanan online, dan sistem reservasi untuk mengurangi waktu tunggu. Selain itu, kami memilih bahan dan produk berkualitas, menjaga stok barang, dan menggunakan survei kepuasan pelanggan untuk evaluasi dan perbaikan.

Manajemen Sumber Daya Manusia

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen sumber daya manusia di bisnis hair do dan hijab do bertujuan untuk mengelola karyawan sebagai aset penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Pemilik bisnis bertanggung jawab atas keseluruhan operasional, sementara karyawan yang melayani hair do dan hijab do harus memiliki keterampilan dan mengikuti tren terkini. Tim administrasi mengelola reservasi, pembayaran, serta promosi melalui media sosial. Pelanggan berperan penting dalam membangun loyalitas dan reputasi bisnis melalui interaksi serta memberikan kritik dan saran untuk pengembangan bisnis.

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan bisnis hair do dan hijab do mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan perusahaan. Tanggung jawab manajer keuangan meliputi pemilihan produk, strategi pemasaran, pengorganisasian karyawan, pengelolaan dana, dan penyesuaian dengan perubahan lingkungan. Modal usaha berasal dari tabungan pribadi dan program pelatihan di BLK, yang membantu membeli peralatan dan bahan baku. Total modal bisnis selama 3 bulan adalah Rp30.275.000.

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan dan inovasi penting untuk perkembangan bisnis. Perubahan yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan, sementara inovasi menciptakan nilai tambah dan mendukung keberlanjutan. Bisnis hair do dan hijab do mengadaptasi perubahan dengan memperkenalkan layanan persewaan baju pengantin, memberikan pengalaman lengkap bagi pengantin. Selain itu, layanan hair do, hijab do, dan persewaan baju pengantin digabungkan dalam satu paket untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kemudahan pelanggan. Pelanggan juga dapat memilih baju pengantin secara online, serta melakukan penyesuaian atau menambah aksesoris sesuai keinginan.

Inovasi Produk

Inovasi produk penting untuk mempertahankan daya saing dalam bisnis yang kompetitif. Bisnis hair do dan hijab do berinovasi dengan menambahkan layanan persewaan baju pengantin, kebaya tradisional, dan kebaya modern sebagai paket lengkap bersama layanan hair do dan hijab do. Inovasi ini memberikan kenyamanan dan pilihan ekonomis bagi pelanggan, serta memastikan kualitas dan kepuasan melalui perawatan berkala. Dengan menyediakan tiga layanan dalam satu paket, bisnis ini menawarkan keunggulan kompetitif dan solusi praktis untuk calon pengantin, siap menghadapi tantangan pasar yang berkembang.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran dalam bisnis Hair Do, Hijab Do, dan Sewa Baju Pengantin fokus pada menarik, mempertahankan, dan memuaskan pelanggan melalui promosi yang tepat. Strategi pemasaran meliputi promosi via Instagram dan WhatsApp, kolaborasi dengan vendor pernikahan, influencer marketing, program loyalitas dan referral, serta penawaran khusus dan diskon musiman. Pemasaran digital melalui Google Ads dan SEO juga digunakan untuk meningkatkan jangkauan. Keunggulan bisnis terletak pada pemasaran berbasis visual, layanan pelanggan responsif, dan penawaran paket terintegrasi. Dengan strategi ini, bisnis dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, retensi, dan penjualan.

Manajemen Produksi

Manajemen produksi dalam bisnis Hair Do, Hijab Do, dan Sewa Baju Pengantin

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengelola kualitas layanan dan produk dengan perencanaan dan pengawasan ketat. Layanan tata rias dilakukan oleh tim profesional, sementara baju pengantin diperiksa dan dirawat dengan baik sebelum disewakan. Kami juga menjaga stok baju pengantin up-to-date sesuai tren, bekerja sama dengan desainer, dan menggunakan sistem pemesanan online untuk efisiensi. Kendala yang dihadapi termasuk kenaikan harga bahan, pembaruan koleksi baju pengantin, dan pengaturan jadwal yang padat. Dengan manajemen produksi yang efisien, kami memastikan kualitas layanan terbaik untuk pelanggan.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bisnis Hair Do, Hijab Do, dan Sewa Baju Pengantin melibatkan 2 karyawan utama, dengan tugas pelayanan dan administrasi, serta gaji masing-masing Rp 750.000 dan Rp 300.000 per bulan. Untuk mendukung layanan sewa baju pengantin, ditambahkan 1-2 karyawan yang bertugas mengelola pemesanan, pengantaran, dan perawatan baju. Pelatihan karyawan meliputi keterampilan pelayanan pelanggan, pengelolaan baju pengantin, dan tren mode terkini. Sistem insentif dan kesejahteraan karyawan diterapkan untuk meningkatkan motivasi. Tantangan utama adalah keterbatasan jumlah karyawan dan kebutuhan pelatihan berkelanjutan. Dengan pengelolaan SDM yang baik, kualitas pelayanan dapat meningkat, mendukung pertumbuhan bisnis.

Manajemen Keuangan

Biaya Modal

Biaya modal dalam bisnis Hair Do dan Hijab Do mencakup pengeluaran tetap, variabel, dan overhead yang diperlukan untuk menjalankan dan mengembangkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

usaha. Pengelolaan biaya modal yang tepat penting untuk kelancaran operasional dan keberlanjutan bisnis, dengan total biaya modal sebesar Rp 30.275.000.

Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku dalam bisnis Hair Do dan Hijab Do meliputi produk perawatan rambut, hijab, aksesoris, dan alat yang digunakan dalam layanan. Total biaya bahan baku untuk hair do adalah Rp 2.083.000, hijab do Rp 1.195.000, dan persewaan baju pengantin Rp 27.000, dengan total biaya selama 3 bulan mencapai Rp 3.305.000.

Biaya Overhead

Biaya overhead dalam bisnis Hair Do dan Hijab Do adalah biaya pendukung operasional yang tidak langsung terkait dengan layanan pelanggan. Total biaya overhead per bulan adalah Rp 1.350.000, dengan estimasi Rp 67.500 per orang, dan total biaya selama 3 bulan mencapai Rp 4.050.000.

Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi (HPP) dalam bisnis Hair Do dan Hijab Do mencakup biaya bahan baku, overhead, dan tenaga kerja langsung. HPP per orang untuk hair do adalah Rp 71.397, hijab do Rp 64.890, dan persewaan baju pengantin Rp 64.840.

Laporan Penjualan Selama 3 Bulan

Laporan penjualan selama 3 bulan menunjukkan estimasi penjualan sebesar Rp 10.400.000 untuk hair do, Rp 6.875.000 untuk hijab do, dan Rp 3.750.000 untuk persewaan baju pengantin, dengan total penjualan Rp 21.025.000. Rata-rata penjualan per bulan masing-masing adalah Rp 3.466.667, Rp 2.291.667, dan Rp 1.250.000.

Laporan Arus Kas

Laporan arus kas selama September, Oktober, dan November menunjukkan kas masuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dari penjualan sebesar Rp 21.025.000, dengan kas keluar untuk biaya bahan baku Rp 3.305.000, biaya overhead Rp 4.050.000, dan pajak Rp 68.350, menghasilkan kas operasional sebesar Rp 13.601.650. Untuk aktivitas investasi, kas keluar untuk pembelian peralatan sebesar Rp 3.305.000. Saldo kas akhir periode adalah Rp 10.296.650, dengan saldo kas awal Rp 0, sehingga saldo kas kumulatif mencapai Rp 10.296.650.

Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi selama 3 bulan menunjukkan pendapatan penjualan Rp 21.025.000, dengan total biaya operasional Rp 7.355.000 (biaya bahan baku Rp 3.305.000 dan biaya overhead Rp 4.050.000). Laba kotor sebesar Rp 13.670.000, EBT (laba sebelum pajak) juga Rp 13.670.000, dan pajak 0,5% sebesar Rp 68.350. Laba setelah pajak (EAT) mencapai Rp 13.601.650. Sesuai PP 55 Tahun 2022, tarif PPh 0,5% diterapkan untuk UMKM, termasuk bisnis ini.

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Bisnis hair do dan hijab do berencana terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memperluas jangkauan pelanggan. Inovasi meliputi variasi layanan modern, memanfaatkan teknologi digital untuk pemesanan online, dan pemasaran media sosial. Kami juga menambahkan layanan persewaan baju pengantin untuk menawarkan paket lengkap yang lebih praktis dan hemat biaya, mencakup hair do, hijab do, dan persewaan baju pengantin. Inovasi ini memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi, dengan baju pengantin yang selalu dalam kondisi terbaik. Dengan inovasi berkelanjutan, kami berharap bisa bersaing dan sukses jangka panjang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kesimpulan

Bisnis salon hair do dan hijab do yang kami jalankan di Kabupaten Sleman memiliki potensi besar karena meningkatnya permintaan perawatan rambut dan hijab. Meskipun banyak pesaing, lokasi yang strategis dan fokus pada inovasi produk dan pelayanan membuat bisnis ini tetap berkembang. Pengelolaan operasional, pemasaran efektif melalui media sosial, serta manajemen keuangan dan sumber daya manusia yang baik mendukung kelancaran bisnis. Penambahan layanan persewaan baju pengantin juga menjadi inovasi yang meningkatkan daya saing dan memudahkan pelanggan. Bisnis ini memiliki peluang untuk terus berkembang asalkan selalu mengikuti tren dan teknologi terkini.

Saran

Proyek kewirausahaan ini cocok untuk mahasiswa yang ingin mengaplikasikan teori bisnis. Untuk pengusaha pemula, proyek ini bisa menjadi pedoman untuk langkah lebih profesional. Beberapa saran untuk meningkatkan keberhasilan bisnis hair do dan hijab do antara lain:

1. Terus berinovasi sesuai tren pasar dan kebutuhan pelanggan.
2. Memaksimalkan pemasaran multikanal lewat media sosial.
3. Mengelola operasional secara efisien untuk menghindari kekurangan stok.
4. Melakukan pelatihan SDM untuk meningkatkan keterampilan dan pelayanan.
5. Mengelola keuangan dengan teliti dan memantau arus kas.
6. Beradaptasi dengan tren dan teknologi baru.
7. Menggunakan sistem pembayaran digital yang modern dan cashless.
8. Fokus pada kepuasan pelanggan untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dengan saran ini, bisnis dapat meningkatkan daya saing dan kualitas layanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Diponugroho, Andrawan, 2015, Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemampuan Inovasi Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Daya Tarik Produk Sebagai Variabel Intervening Universitas Diponegoro
- El-Guindi, Fetwa, Jilbab Antara Kesalehan, Kesopanan dan Perlawanan, Jakarta: Serambi, 2006
- Faiq et al. / Jurnal Manajemen, Vol 11, No 2 (2021): 135-143
- Hana, U. (2013). Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge. Journal of Competitiveness, 5(1), 82–96.
<https://doi.org/10.7441/joc.2013.01.06>
- Kanagal, N. B. (2015). Innovation and Product
- Hurlock, Elizabeth B. Perkembangan Anak Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1978.
- Husaini, A. (2017). Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi. Jurnal Warta.
- Joel, Greg, James D. D. Massie dan Jantje L. Sepang, 2014, Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk
- Jogiyanto. 2005. Sistem Informasi Strategik Untuk Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2000. Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo.

Prasetya, Heru. "Pakaian, Gaya, dan Identitas Perempuan Islam". Identitas Perempuan Indonesia: Status, Pergeseran Relasi Gender, dan Perjuangan Ekonomi Politik. Desantara Foundation. Depok. November 2010

Purborini, Ayu dan Totok Wibisono, 2013, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Motor Yamaha Mio Fakultas Ekonomi Universitas Semarang,

Rusdiana, H. A. (2019). Manajemen Operasi. Bandung : CV Pustaka Setia.

Suparman, & Ruswanti, E. (2017). Market Orientation, Product Innovation on Marketing Performance Rattan Industry in Cirebon Indonesia. IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF), 8(1), 19-25, <https://doi.org/10.9790/5933-0801031925>.

Sutriari. DKK. (2010). Penataan Rambut Jilid 3: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

Syamsurizal, S. M. (2016). Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi. Jurnal Warta Edisi : 49.

Wachjuni, 2014, Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika, Volume 2, Nomor 1, Edisi Februari 2014,

Yuli W, Yuliana, dkk. (2024). Rintisan Beautypreneur Berbasis Teknologi Dalam Industri Salon Depok Kelurahan Pasir Gunung Selatan (Rt. 02 RW.02). *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS* Vol 8 No 2, 245.

