

**PEMANFAATAN APLIKASI BIDDING MAKE UP ARTIST (MECAPAN) UNTUK
MENINGKATKAN PENDAPATAN MAKE UP ARTIST DI JAKARTA**

Belladona Marviana Firdaus

Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
Email: belladona646@gmail.com

Sri Dwiyanti, S.Pd., M.PSDM.

Dosen Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Program Studi Tata Rias, Fakultas Teknik,
Universitas Negeri Surabaya
Email: sriwiyanti@unesa.ac.id

Abstrak

Kemajuan teknologi yang pesat memberikan kemudahan bagi penggunanya, selain itu kemajuan teknologi juga berdampak terhadap berkembangnya teknik pemasaran. Salah satu contoh yaitu penggunaan aplikasi layanan makeup dalam bidang jasa makeup. Hal itu dapat digolongkan sebagai salah satu contoh e-marketing, penggunaan e-marketing dalam dunia bisnis dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan, mengetahui 1) prosedur penggunaan aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN) di Jakarta 2) Peningkatan pendapatan melalui penggunaan aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN) di Jakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Data penelitian diambil berdasarkan hasil observasi dan wawancara sebagai data primer, sedangkan data sekunder dari dokumentasi foto. Teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif untuk mengetahui prosedur penggunaan aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN). Sedangkan analisis data kuantitatif untuk mengetahui peningkatan pendapatan dari penggunaan aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN). Hasil penelitian ini menunjukkan : 1) Langkah – Langkah prosedur penggunaan aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN) 2) Peningkatan pendapatan melalui penggunaan aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN) di Jakarta

Kata Kunci : Aplikasi, *Make Up Artist*, Pendapatan

Abstract

Rapid technological advances make it easy for users, besides technological advances also have an impact on the development of marketing techniques. One example is the use of a makeup service application in the makeup service sector. This can be classified as an example of e-marketing, the use of e-marketing in the business world can increase the income earned. This research was conducted with the aim of knowing 1) the procedure for using the Bidding Makeup Artist (MECAPAN) application in Jakarta 2) Increasing income through the use of the Bidding Makeup Artist (MECAPAN) application in Jakarta. This type of research is descriptive research. The research data is taken based on the results of observations and interviews as primary data, while secondary data is from photo documentation. The data analysis technique used is qualitative to determine the procedure for using the Bidding Makeup Artist (MECAPAN) application. Meanwhile, quantitative data analysis is to determine the increase in income from the use of the Bidding Makeup Artist (MECAPAN) application. The results of this study indicate: 1) Procedure steps for using the Bidding Makeup Artist (MECAPAN) application 2) Increasing income through the use of the Bidding Makeup Artist (MECAPAN) application in Jakarta

Keywords: Applications, *Make Up Artist*, Income

PENDAHULUAN

Perkembangan proses pemasaran berdampingan dengan pesatnya kemajuan teknologi. Awalnya proses pemasaran bisnis terjadi melalui face to face kini beralih menjadi screen to face yang seringkali diartikan dengan internet marketing (e-marketing). Internet memberikan kemudahan dalam dunia bisnis untuk menciptakan peluang dalam rangka pemasaran produk maupun jasa dengan lebih efisien. Keuntungan lain dari internet marketing yaitu, konsumen dapat melihat produk dan jasanya secara langsung tanpa harus menunggu lama.

Pengguna internet, khususnya media sosial semakin bertambah tiap harinya yang didukung dengan provider telepon seluler yang semakin inovatif, sehingga yang awalnya sistem pemasaran dilakukan dengan cara konvensional melalui pamflet, brosur, majalah dan koran mulai berganti secara online. Kecenderungan ini disebabkan oleh informasi mengenai barang dan jasa yang dibutuhkan dapat diperoleh dengan mudah melalui fasilitas internet. Selain itu, konsumen dapat menghemat waktu dan lebih praktis dalam melakukan pembelian disebabkan oleh rutinitas yang pada di era digital ini.

Menurut Wikstrom dan Wigno (2015), penggunaan media sosial sebagai suatu alat komunikasi pemasaran tidak hanya menggunakan internet dan teknologi, akan tetapi harus menggunakan suatu strategi komunikasi yang tepat sasaran. Komunikasi pemasaran merupakan proses penyebaran informasi mengenai perusahaan dan produk yang ditawarkan kepada pasar sasaran. Komunikasi pemasaran terintegrasi dalam dialog antara penjual dan pembeli yang sifatnya lebih personalized, customer-oriented dan technology-driven. (Tjiptono dan Chandra, 2017)

Menurut Ependi & Usman (2015), Aplikasi Bidding merupakan aplikasi pada google yang dapat digunakan secara otomatis yang menggunakan machine learning untuk mengoptimalkan konversi atau nilai konversi pada setiap lelang, yaitu fitur yang dikenal sebagai "bidding waktu lelang". Target CPA, Target ROAS, Maksimalkan konversi, Maksimalkan nilai konversi, dan Enhanced CPC (ECPC).

Manfaat penggunaan aplikasi bidding meliputi:
a) Machine learning lanjutan, Dalam bid, algoritme machine learning berlatih dengan data pada skala besar untuk membantu Anda membuat prediksi yang lebih akurat di akun tentang bagaimana jumlah bid yang berbeda dapat memengaruhi konversi atau nilai konversi. Algoritme ini memperhitungkan parameter yang sangat beragam yang memengaruhi performa dibandingkan dengan yang bisa dihitung oleh satu orang atau tim.
b) Berbagai sinyal kontekstual, Dengan bidding waktu lelang, Anda dapat memperhitungkan berbagai sinyal ke dalam pengoptimalan bid. Sinyal adalah atribut yang dapat diidentifikasi tentang orang atau konteks mereka pada saat lelang tertentu. Ini termasuk atribut seperti perangkat dan lokasi, yang tersedia sebagai penyesuaian bid manual, serta sinyal dan kombinasi sinyal tambahan yang eksklusif untuk Smart Bidding. Lihat daftar beberapa sinyal penting tersebut di bawah ini (Ependi & Usman, 2015:2).

Menurut Stice (2009) Pendapatan yaitu suatu arus masuk atau penyelesaian kewajiban atau kombinasi keduanya dari pengiriman atau produksi barang, memberikan jasa atau melakukan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama atau kegiatan centra yang sedang berlangsung. Hans (2012) menguraikan pendapatan sebagai kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Pendapatan juga dapat dimaknai sebagai

beberapa aliran masuk bruto dari manfaat ekonomis selama periode, muncul dari kegiatan bisnis normal dan menghasilkan kenaikan ekuitas yang jelas bukan dari kontribusi pemilik ekuitas. (Greuning, 2013:15)

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era global ini sudah tidak terbantahkan lagi. Saat ini banyak aktivitas-aktivitas masyarakat yang sudah mengandalkan teknologi, karena teknologi selalu mendorong untuk lebih kreatif dalam memberikan inovasi-inovasi di suatu bidang tertentu. Hal tersebut terlihat dari banyaknya bidang yang sudah ditunjang oleh teknologi dalam menyelesaikan pekerjaannya karena dinilai lebih mudah. Salah satu bidang yang dapat mengandalkan teknologi adalah dunia bisnis. Teknologi dapat memberikan peran penting dalam dunia bisnis di mana penggunaannya dapat menjadikan perkembangan teknologi sebagai fasilitas yang menunjang berlangsungnya kegiatan di dalam bidang tersebut.

Teknologi yang sangat digemari adalah handphone. Hampir seluruh lapisan masyarakat menggunakan handphone untuk memudahkan dalam berkomunikasi seperti menghubungi kerabat jauh mereka. Dengan kecanggihan teknologi saat ini fungsi handphone tidak hanya sekedar digunakan untuk mengirim pesan pendek atau sering kita kenal dengan Short Message Service (SMS) dan menelepon saja, akan tetapi di dalam handphone sudah terdapat PDA (Personal Digital Assistant) yang memungkinkan handphone dapat beroperasi layaknya komputer (dalam Noviana, 2016:4). Handphone yang demikian disebut dengan "smartphone". Hal ini sejalan dengan pendapat Daeng Maria (2017:5) yang memaparkan bahwa "smartphone merupakan telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan seperti komputer". Smartphone bukan lagi hal baru yang diperbincangkan, karena pengguna smartphone sudah menyebar luas terutama di kalangan remaja. Hal ini dibuktikan dengan riset pemasaran IDC (International Data Corporation) yang menghasilkan

bahwa pasar smartphone pada tahun 2018 mengalami pertumbuhan sebesar 22% dari kuartal sebelumnya, bila dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun lalu, angka itu meningkat 18%, menjadikan pengiriman pada kuartal ini menjadi yang terbesar di Indonesia (dalam Praja, 2019:205). Smartphone adalah telepon pintar yang memiliki sistem operasi dengan berbagai tipe di antaranya adalah Symbian OS, iOS, RIM Blackberry, windows mobile, linux, palm, WebOs, dan android (Daeng Maria, 2017:5). Dari berbagai sistem tersebut yang paling populer adalah android. Melalui sistem operasi android saat ini banyak sekali aktivitas masyarakat yang lebih mudah apabila menggunakan aplikasi yang didownload pada smartphone misalnya saja ingin memesan ojek atau makanan sudah bisa menggunakan aplikasi smartphone. Pengguna android mengunduh lebih dari 1,5 miliar aplikasi dan game dari google play setiap bulan. Dengan demikian tentu saja orang-orang yang berkiperah di dunia bisnis tidak mau ketinggalan untuk mendapatkan manfaat dari teknologi smartphone yang kian berkembang sangat cepat tersebut (Ependi & Usman, 2015:2).

Penelitian ini akan menguraikan tentang aplikasi smartphone yang bergerak di bidang jasa kecantikan. Mecapan merupakan aplikasi jasa di dunia kecantikan yang memungkinkan pengguna terdaftar (Customer) untuk menemukan penyedia jasa kecantikan (Beauty Provider) yang paling sesuai dengan kebutuhan diantara Beauty Provider yang merupakan rekan kerja dari PT Mecapan Kreasi Indonesia, yang menyediakan layanan jasa berupa perawatan kecantikan dan/ataupun kelas/kursus perawatan kecantikan. Mecapan memungkinkan Customer dan Beauty Provider untuk membuat transaksi secara langsung dengan menentukan waktu, tempat, dan jenis jasa sesuai dengan kebutuhan Customer dan ketersediaan jadwal Beauty Provider. Aplikasi Mecapan sama sekali tidak mengenakan biaya apapun terhadap Customer.

Greuning, et al. (2013) menguraikan teorinya mengenai pendapatan sebagai aliran masuk dari manfaat ekonomi yang berasal dari kegiatan normal bisnis. Pendapatan didefinisikan sebagai aliran masuk bruto dari manfaat ekonomis selama periode, muncul dari aktivitas bisnis normal, dan menghasilkan kenaikan ekuitas yang jelas bukan dari kontribusi pemilik ekuitas.

Menurut Sodikin dan Riyono (2014:37), "Penghasilan (income) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan dalam bentuk arus masuk atau peningkatan aset, atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Penghasilan meliputi pendapatan (revenue) dan keuntungan (gain). Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa".

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan, mengetahui 1) prosedur penggunaan aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN) di Jakarta 2) Peningkatan pendapatan melalui penggunaan aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN) di Jakarta.

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif dan deskripsi kuantitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan membaca, menggambarkan, serta menguraikan tentang bentuk pemahaman terhadap suatu fenomena social, pada penelitian ini deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui prosedur penggunaan Aplikasi Mecapan.

Objek penelitian yaitu penggunaan Aplikasi Mecapan sekaligus penerapannya dalam kehidupan. Instrumen pengumpulan data berupa lembar

observasi, angket, dan wawancara. Data yang didapat berdasarkan observasi dan wawancara dianalisis secara deskriptif kualitatif. Sedangkan hasil angket menggunakan skala likert, dengan menggunakan kriteria penilaian kelayakan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Interpretasi

Nilai/Skor	Kriteria Interpretasi
0 - 20	Sangat kurang
21 - 40	Kurang
41 - 60	Cukup
61 - 80	Baik
81 - 100	Sangat Baik

Sumber: Riduwan (2015)

Penilaian tersebut dilakukan oleh 20 responden yang terdiri dari konsumen pengguna Aplikasi Mecapan. Data yang diperoleh berdasarkan penilaian responden kemudian dianalisis secara deskriptif kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejak awal 2018, penyedia jasa kecantikan atau beauty provider yang bergabung dengan Mecapan terus bertambah. Saat ini Mecapan telah menggaet lebih dari 500 beauty provider dari 12 kategori kecantikan yang datang dari berbagai kalangan, mulai dari UKM maupun bisnis yang besar dengan variasi harga yang luas di area Jabodetabek.

Mecapan merupakan Mobile App pertama yang menawarkan end-to-end management untuk penyedia jasa kecantikan di Indonesia. Ini dapat membantu wanita untuk menemukan dan melakukan reservasi keseluruhan penyedia jasa kecantikan dan membantu penyedia jasa kecantikan untuk mendapatkan dan mengatur konsumen mereka. Dengan sistem pencatatan digital, para pelaku bisnis di bidang kecantikan dapat selalu memantau aktivitas yang terjadi pada bisnis nya. Didukung juga dengan fitur Simple Analytics sebagai output yang dapat dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk menjadi landasan strategi bisnis.

Kategori layanan kecantikan di aplikasi

Mecapan terdiri (namun tidak terbatas) dari:

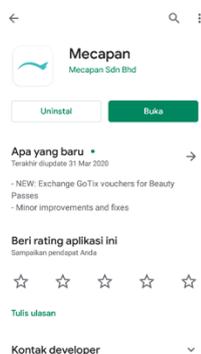
1. Face Treatment
2. Facial
3. Eyelash
4. Makeup
5. Brow Bar
6. Brightening
7. Dental
8. Hair Treatment
9. Hair Cut
10. Hair Styling
11. Hair Make Over
12. Treatment for Healthy Hair
13. Body Treatment
14. Hair Removal
15. Slimming
16. Spa
17. Nail Art
18. Henna
19. Whitening
20. Beauty Provider

Mecapan memiliki kelebihan yaitu Mobile App pertama yang menyediakan seluruh jenis penyedia jasa kecantikan baik Beauty Parlor ataupun Home Service, mulai dari Beauty Salon, Makeup Artist, Hair Stylist, Henna Artist, Beauty Clinic, Brow/Lash Studio, Hair Removal Studio, Slimming dan Spa Center, hingga Dental Klinik.

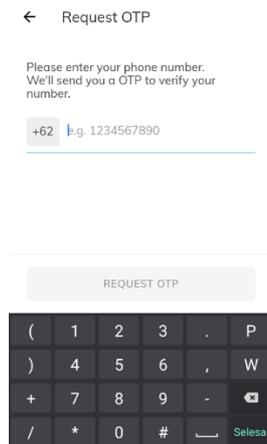
Prosedur Penggunaan Aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN) di Jakarta

Langkah-Langkah melakukan pemesanan melalui aplikasi Mecapan, meliputi:

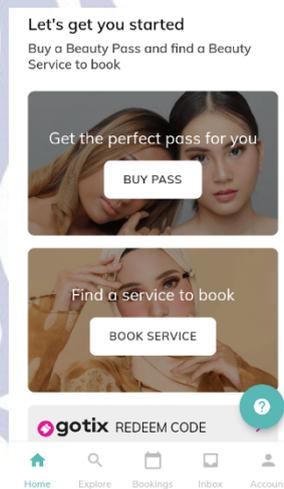
1. Download aplikasi Mecapan di playstore atau App Store



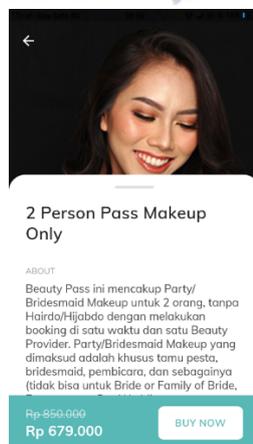
2. Lakukan Registrasi dengan nomor Handphone Anda



3. Pilih jenis/kategori layanan kecantikan yang Anda butuhkan

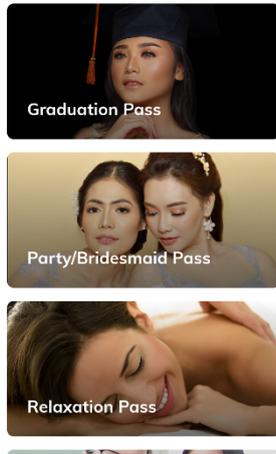


4. Pilih Beauty Provider sesuai dengan kecocokan Anda (berdasarkan Lokasi, Harga, ataupun Rating dan Review)

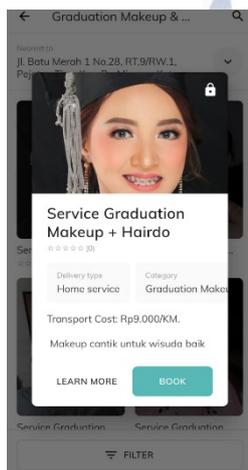


5. Pilih jenis treatment yang Anda butuhkan

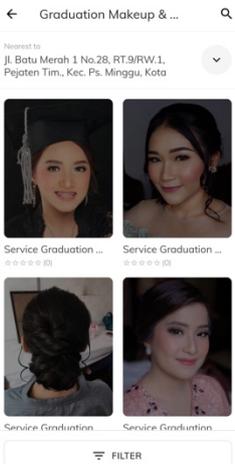
← Explore Passes



6. Pilih Tanggal dan Waktu sesuai dengan ketersediaan

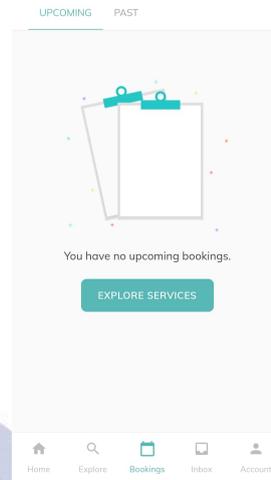


7. Konfirmasi pesanan Anda



8. Anda tinggal menunggu pesanan Anda diterima oleh Beauty Provider dari Mekan

Bookings



Sistem pembayaran yang dapat digunakan dalam pembayaran di Aplikasi Mekan, dapat dilakukan secara langsung kepada pada Merchant dari Mekan. Untuk Freelancer/Home Service, Down Payment dan Transport Cost dapat dikomunikasikan langsung dengan Merchant dari Mekan apabila perlu ada pembayaran diawal melalui transfer bank atau sejenisnya. Kini Aplikasi Mekan sudah tersedia di beberapa kota, meliputi: Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, dan Bandung. Mekan akan terus berupaya untuk menjangkau kota-kota lain di Indonesia. Peduli akan loyalitas partner, Mekan pun menyediakan berbagai benefit berupa Reward Point yang dapat ditukarkan oleh para partner Mekan dengan barang ataupun jasa tertentu.

Langkah-langkah untuk bergabung dengan Mekan sebagai Beauty Provider, meliputi:

1. Klik Menu "Join Us"
2. Pilih "Beauty Parlor" atau "Freelancer"
3. Isi online form yang telah disediakan, dan
4. Submit data yang telah diisi

Untuk menjadi Beauty Provider Mekan, pendaftar harus memenuhi persyaratan sebagai berikut, antara lain:

1. Mempunyai bisnis dibidang jasa kecantikan baik Beauty Parlor maupun Freelancer.
2. Menyetujui persyaratan pembayaran yang diberikan oleh Mecapan Indonesia
3. Mohon periksa Syarat dan Ketentuan untuk bergabung menjadi partner Mecapan Indonesia.

Manfaat dari penggunaan Aplikasi Mecapan diuraikan sebagai berikut, Efisiensi terkait waktu serta akses informasi ini lah yang diberikan oleh Mecapan, aplikasi kecantikan yang tengah booming di kalangan wanita sekarang ini. Mecapan merupakan aplikasi layanan kecantikan dengan fitur utamanya yaitu discovery, online booking dan scheduling. Jadi, melalui Mecapan Anda bisa menemukan berbagai penyedia jasa kecantikan disekitar, lengkap dengan informasi harga, foto, hingga rating & review dan kamu bisa langsung request booking beauty providers yang sesuai dengan kebutuhan dan kantong.

Selain itu, melalui aplikasi Mecapan kamu juga bisa memilih untuk booking jasa kecantikan tipe home service (panggilan ke rumah) maupun beauty parlor (mendatangi ke tempatnya langsung). Naula Kamila, Co-Founder sekaligus CEO Mecapan Indonesia dalam sambutannya di acara Official Launch Mecapan menyampaikan, dirinya dan rekan-rekan meluncurkan Mecapan karena melihat permasalahan bahwa tidak semua orang, terutama wanita, punya kesempatan yang sama untuk bisa mendapatkan perawatan kecantikan yang mereka butuhkan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji penggunaan aplikasi Mecapan. Melalui kegiatan penyebaran angket yang telah dilakukan maka diperoleh tabel berikut yang berisi penilaian dari responden.

Tabel 2. Hasil Angket Responden

Prosedur	Skor
Kesesuaian dengan kebutuhan konsumen	64
Mudah dalam penggunaannya	62
Jasa yang disediakan lengkap	71
Sistem pembayaran mudah	56
Dapat diandalkan ketika genting	65
Harga dan kualitas sesuai	69
Tingkat kesukaan observer	66
Rata-Rata	64,71

Sumber : Dokumentasi Belladonna Marviana Firdaus

Didasarkan terhadap analisis data yang telah diperoleh melalui penilaian responden dapat diketahui bahwa hasil perhitungannya memperoleh rata-rata dalam persentase sebesar 64,71. Apabila digolongkan dalam skala *likert* nilai sebesar 64,71 diartikan sebagai “Baik” (sesuai kriteria interpretasi pada tabel 1), sehingga penelitian ini dapat dilakukan serta mendapatkan respon yang baik oleh responden.

Peningkatan Pendapatan Melalui Penggunaan Aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN) di Jakarta

Berdasarkan angket yang telah disebarkan mengenai pendapatan sebelum dan sesudah penggunaan aplikasi bidding makeup artist (Mecapan),diperoleh data berikut :

Tabel 3. Akumulasi pendapatan MUA sebelum menggunakan Aplikasi Bidding (Mecapan) tahun 2010-2017

NO	TAHUN	PENDAPATAN (rata-rata)
1	2010	62jt
2	2011	57jt
3	2012	55jt
4	2013	67jt
5	2014	60jt
6	2015	66jt
7	2016	69jt
8	2017	75jt

Sumber : Dokumentasi Belladonna Marviana Firdaus

Beberapa MUA pada tahun 2010-2017 masih menggunakan sistem penjualan manual atau belum menggunakan aplikasi bidding. Dapat dilihat dari tabel diatas pada tahun 2011 dan 2012 mengalami penurunan cukup tinggi. Rata rata pendapatan terendah terjadi pada tahun 2012, sehingga beberapa MUA mengalami masalah dalam pendapatan serta penjualan.

Pendapatan beberapa MUA setelah menggunakan aplikasi Bidding mengalami peningkatan yang cukup baik. Dilihat dari tabel 3. Pada tahun pertama penerapan aplikasi penjualan tahun 2015 memperoleh pendapatan sebesar 66jt. Hal tersebut terus meningkat pada tahun 2016 dan 2017. Sehingga para MUA mengalami peningkatan pendapatan yang cukup baik.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Prosedur Penggunaan Aplikasi Bidding Makeup Artist (MECAPAN) di Jakarta meliputi: Download aplikasi, Registrasi pada handphone, Memilih jenis kategori/layanan, Memilih beauty provider, Memilih jenis treatment yang diinginkan, Memilih tanggal dan waktu sesuai kebutuhan, Melakukan konfirmasi pemesanan, Menunggu pesanan diterima oleh beauty provider, Melakukan sistem pembayaran.

2. Dalam peningkatan pendapatan apabila dilihat dari tabel 3. Diperoleh informasi bahwa terjadi peningkatan pendapatan sejak penggunaan aplikasi Bidding (Mecapan) pada tahun 2015. Pendapatan pada tahun 2015 senilai 66jt, Hal tersebut terjadi sejak penggunaan aplikasi Bidding (Mecapan).

Saran

1. Perlu diadakan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi Bidding serta pengaruhnya pada daerah yang lain.
2. Perlu kajian tentang penggunaan aplikasi Bidding dengan manfaat yang lebih

Ucapan Terimakasih

Dalam penyusunan artikel ini mahasiswa memperoleh bantuan dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini ucapan terima kasih dan penghargaan kepada yang Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan do'a, Suami yang

menemani sekaligus memberikan semangat serta motivasi dalam penyelesaian artikel ini, Teman – Teman yang membantu dalam pelaksanaan penulisan artikel ini.

Dalam penulisan artikel ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan sekaligus kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, diharapkan saran sekaligus masukan yang membangun dengan tujuan menyempurnakan artikel artikel ini dimasa mendatang. Semoga artikel ini dapat bermanfaat sekaligus dapat dijadikan bahan masukan bagi pembaca khususnya Mahasiswa Pendidikan Tata Rias.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Daeng Maria, I. T. (2017). Penggunaan Smartphone dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan e-Journal "Acta Diurna," VI (1).
- [2] Ependi, & Usman, D. (2015). Pemanfaatan Teknologi Berbasis Android sebagai Media Belajar Matematika Anak Sekolah Dasar. Jurnal Ilmiah MATRIX, 17 (2).
- [3] Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian), Yogyakarta: Andi
- [4] Greuning, Hennie Van. et al. 2013. International financial reporting standards : sebuah panduan praktis. Jakarta : Salemba Empat.
- [5] <https://www.mecapan.com>. Website resmi Mecapan. 2017. PT. Mecapan Kreasi Indonesia. 28 September 2020
- [6] <https://www.liputan6.com/fashion-beauty/read/3492094/mecapan-aplikasi-booking-online-untuk-jasa-kecantikan>. Mecapan, Aplikasi Booking Online untuk Jasa Kecantikan. 2020. Nabila Mecadinisa. 28 September 2020
- [7] Moriansyah, La. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik. Vol 19 No 3, (2015)
- [8] Noviana, A. P. 2016. Hubungan tingkat penggunaan smartphone pada remaja dengan interaksi dalam keluarga [skripsi]. Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor
- [9] Noviana, A. P. R. (2016). Hubungan Tingkat Penggunaan Smartphone pada Remaja dengan

Interaksi dalam Keluarga. IPB. Peraturan
Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29
Tahun 1990. (n.d.).

- [10] Sastrohadwiryono, Henry. 2005. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- [11] Soedarsono. 1972. *Djawa dan Bali*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- [12] Sugiyono. 2013. *Metodologi penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R & D*. Bandung. Alfabeta
- [13] Suyono, & Hariyanto. (2014). *Belajar dan Pembelajaran*. Surabaya: Rosda.
- [14] Sodikin dan Riyono. 2014. *Akuntansi Pengantar I*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- [15] Yamin, Martinis. 2013. *Strategi & Metode Dalam Model Pembelajaran*. Jakarta: Referensi

