



Program Pengembangan SDM dalam Upaya Meningkatkan Produktivitas Karyawan di Resty Kosmetik

¹Marella Hendriyani*, ¹Putri Rabiatal, ¹Carissa Sheilla, ¹Zalfa Jahiya, ²Ellen D Oktanti Irianto, ²Rohana

¹Politeknik Negeri Samarinda

²Universitas Mulawarman

Email: putrirabiatal08@gmail.com¹, carissamayandry@gmail.com¹, zalfajahiya17@gmail.com¹, mrdhyni03@gmail.com¹, ellnd@feb.unmul.ac.id², rohana@feb.unmul.ac.id²

*Corresponding author: Marella Hendriyani

ABSTRAK

Resty Kosmetik merupakan sebuah brand kecantikan lokal yang berfokus pada pengembangan produk perawatan kulit dan riasan yang aman, berkualitas, serta sesuai dengan kebutuhan konsumen Indonesia. Penelitian/deskripsi ini bertujuan untuk mengidentifikasi keunggulan produk Resty Kosmetik, strategi pemasaran yang digunakan, serta tingkat penerimaan konsumen terhadap brand tersebut. Metode yang digunakan meliputi analisis literatur, observasi media sosial, serta pengumpulan opini konsumen secara kualitatif. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa Resty Kosmetik mampu menarik perhatian pasar melalui penggunaan bahan yang ramah kulit, harga yang kompetitif, dan pendekatan pemasaran digital yang efektif. Selain itu, kepercayaan konsumen meningkat karena produk telah memenuhi standar keamanan dan sertifikasi yang berlaku. Secara keseluruhan, Resty Kosmetik memiliki potensi besar untuk berkembang lebih luas dalam industri kecantikan nasional melalui inovasi berkelanjutan dan penguatan citra merek.

Kata Kunci: Resty Kosmetik, Strategi Pemasaran Digital, Keunggulan Produk, Penerimaan Konsumen, Inovasi Berkelanjutan

ABTRACT

Resty Kosmetik is a local beauty brand that focuses on developing safe, high-quality skincare and makeup products tailored to the needs of Indonesian consumers. This study/description aims to identify the advantages of Resty Kosmetik's products, the marketing strategies applied, and the level of consumer acceptance toward the brand. The methods used include literature analysis, social media observation, and qualitative collection of consumer opinions. The results indicate that Resty Kosmetik successfully attracts market attention through the use of skin-friendly ingredients, competitive pricing, and effective digital marketing approaches. Moreover, consumer trust increases as the products meet applicable safety standards and certifications. Overall, Resty Kosmetik has strong potential to expand further within the national beauty industry through continuous innovation and strengthening of brand identity.

Keywords: Resty Kosmetik, Digital marketing strategy, Product advantages, Consumer acceptance, Continuous innovation

1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia memegang peran penting dalam setiap organisasi karena pencapaian kinerja yang optimal sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki, termasuk SDM. Tugas utama manajemen sumber daya manusia adalah mengelola individu dalam organisasi sehingga mereka dapat berkontribusi secara maksimal terhadap peningkatan kinerja organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pentingnya manajemen SDM dalam meningkatkan kinerja organisasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Proses analisis dilakukan secara berkesinambungan hingga data dianggap jenuh,

melalui tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan (Pahira & Rinaldy, 2023).

Industri kosmetik nasional mengalami pertumbuhan sebesar 20% pada tahun 2017, atau sekitar empat kali lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekonomi nasional. Nilai ekspor produk kosmetik Indonesia mencapai US\$ 516,99 juta dengan jumlah perusahaan lebih dari 760. Peningkatan ini didorong oleh berkembangnya berbagai program pendukung industri kosmetik, salah satunya *Beauty Feast Asia 2018*. Program tingkat Asia Tenggara tersebut bertujuan mempromosikan *icon of wellness industry*, yaitu inisiatif Kementerian Perdagangan untuk memperkenalkan produk herbal, farmasi, dan kosmetik melalui dukungan influencer kecantikan global. Program ini menggabungkan inovasi produk serta tren kecantikan terbaru sebagai upaya mendorong kemajuan industri kosmetik. Salah satu inovasi yang berkembang pesat dalam industri kosmetik adalah produk kosmetik halal, yang pertumbuhannya dipicu oleh meningkatnya permintaan konsumen. Masyarakat kini semakin sadar akan pentingnya menggunakan produk kecantikan halal. Kosmetik halal menjadi pilihan banyak pengguna karena selain menunjang penampilan, produk tersebut menggunakan bahan yang aman bagi kulit serta sesuai dengan prinsip syariat Islam (Wahyurini & Trianasari, 2020).

Resty Kosmetik sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan distribusi kosmetik menghadapi tantangan serupa. Berdasarkan pengamatan awal, masih terdapat beberapa permasalahan dalam pengelolaan SDM, seperti produktivitas karyawan yang belum optimal, keterbatasan dalam pelatihan dan pengembangan kemampuan kerja, serta tingkat motivasi yang cenderung fluktuatif. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya program pengembangan SDM yang terencana dengan baik agar karyawan dapat meningkatkan keterampilan, wawasan, dan etos kerja mereka. pengembangan SDM tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga pada pembentukan sikap, perilaku kerja yang produktif, disiplin, dan berorientasi pada hasil. Dengan demikian, perusahaan perlu merancang program pengembangan yang menyeluruh dan berkelanjutan agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif.

Program pengembangan SDM yang dirancang secara tepat diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan produktivitas karyawan di Resty Kosmetik. Melalui kegiatan seperti pelatihan, workshop, pembinaan, serta evaluasi kinerja, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pembelajaran berkelanjutan (Permata & Handayani, 2025). Pengembangan SDM yang efektif juga dapat meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan produktivitas perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, pengembangan SDM merupakan investasi jangka panjang yang dapat memperkuat daya saing perusahaan di tengah dinamika industri kosmetik yang terus berkembang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana program pengembangan SDM diterapkan di Resty Kosmetik dan sejauh mana program tersebut berpengaruh terhadap produktivitas karyawan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi dalam merancang strategi pengembangan SDM yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang sumber daya manusia, sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas hubungan antara program pengembangan SDM dan peningkatan produktivitas kerja.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) memegang peran krusial dalam meningkatkan efektivitas organisasi. Menurut Armstrong, MSDM bukan sekadar mengelola tenaga kerja biasa, melainkan mencakup serangkaian strategi dan proses yang komprehensif. Tujuan utamanya adalah untuk mengoptimalkan kontribusi sumber daya manusia (SDM) dalam rangka mencapai sasaran dan strategi organisasi. Hal ini diwujudkan melalui berbagai fungsi, mulai dari menarik, melatih, mengembangkan, hingga mempertahankan karyawan (Sartika, 2024).

Tenaga kerja adalah setiap individu yang berada dalam usia produktif dan memiliki kemampuan fisik maupun mental untuk melaksanakan pekerjaan. Istilah ini mencakup seluruh populasi penduduk yang berpotensi berkontribusi pada kegiatan ekonomi, termasuk mereka yang sudah bekerja maupun yang masih mencari pekerjaan. Dalam konteks manajemen, istilah tenaga kerja ini seringkali disamakan dengan Sumber Daya Manusia (Purbaningrum, 2025).

Pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM) didefinisikan sebagai upaya peningkatan kualitas individu melalui inisiatif seperti pelatihan dan pendidikan. PSDM mencakup praktik pengembangan yang harus berkolaborasi erat dengan manajemen SDM untuk mencapai hasil yang diinginkan. Secara spesifik, pelatihan berperan penting dalam membekali karyawan dengan pengetahuan praktis dan penerapannya, yang pada akhirnya meningkatkan keterampilan, kecakapan, dan sikap yang krusial untuk pencapaian tujuan organisasi (Pasaribu, 2025).

Tujuan utama dari pengembangan karyawan adalah untuk meningkatkan keseluruhan kemampuan karyawan yang meliputi tiga aspek utama: afektif (sikap), kognitif (pengetahuan), dan psikomotorik (perilaku). Selain itu, pengembangan juga berfungsi mempersiapkan karyawan agar mampu menghadapi perubahan-perubahan yang mungkin terjadi di lingkungan kerja, sehingga mereka dapat mengatasi hambatan yang muncul dalam pelaksanaan tugas (Pasaribu, 2025).

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dipengaruhi oleh berbagai faktor yang sangat menentukan efektivitas penguatan kemampuan dan kompetensi karyawan. Faktor-faktor ini memiliki kaitan erat dengan Efisiensi Operasional organisasi. Efisiensi ini didorong oleh tiga unsur utama: Pengambilan Keputusan yang strategis, Investasi Teknologi Informasi yang mendukung proses kerja, dan Pengembangan SDM itu sendiri. Ketiga unsur ini saling bersinergi; keputusan yang tepat dan teknologi yang memadai akan memaksimalkan hasil dari investasi pengembangan SDM, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan (Latif & Ali, 2025).

Tiga strategi utama pengembangan SDM yaitu pelatihan di tempat kerja (OJT), pendampingan pribadi, dan proses perekrutan berdasarkan kompetensi terbukti memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan menjamin kelangsungan bisnis untuk jangka waktu yang lama (Sugiyasin, 2025).

3. METODE PELAKSANAAN

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 8 November 2025, dengan memilih Resty Toko Kosmetik sebagai lokasi pelaksanaannya. Tahap persiapan dimulai dengan serangkaian langkah strategis untuk memastikan operasional berjalan lancar. Pertama, dilakukan pengadaan etalase yang diperlukan untuk memajang produk, bersamaan dengan upaya pencarian *sales* kosmetik profesional yang keahliannya sesuai dengan jenis barang yang akan dijual di toko. Setelah aspek fisik dan sumber daya produk terpenuhi, penulis kemudian fokus pada perekrutan personel. Sebuah lowongan pekerjaan dibuka dan dipublikasikan langsung di stan toko, dengan menetapkan kriteria ketat bagi calon karyawan, yaitu berjenis kelamin wanita, memiliki kemampuan dasar membaca dan menulis, menjunjung tinggi kejujuran, dan yang paling penting, memiliki kemauan kuat untuk belajar.

Setelah tim inti terbentuk, langkah krusial berikutnya adalah perencanaan pengelolaan keuangan untuk memastikan keberlanjutan dan kesehatan finansial usaha. Sebagai penutup dari semua persiapan, penulis memberikan pelatihan intensif kepada karyawan baru. Pelatihan ini dirancang komprehensif, mencakup pengenalan mendalam terhadap semua jenis barang yang tersedia, pemahaman sistem kode harga, penguasaan teknik *marketing* (pemasaran) yang efektif, standar profesional dalam melayani konsumen, panduan cara berpenampilan menarik yang mencerminkan citra toko, serta prosedur teknis penting seperti melakukan pencatatan penjualan harian dan cara menghitung stok barang secara akurat (Audina & Prasodjo, 2020).

3.2 Sasaran Kegiatan

Diperoleh dari tiga karyawan Toko Kosmetik, teridentifikasi secara jelas bahwa tingkat kedisiplinan kerja karyawan saat ini masih menjadi isu serius yang perlu segera ditangani. Permasalahan kedisiplinan ini terutama terlihat pada disiplin waktu kerja yang belum optimal. Pelanggaran waktu yang paling umum terjadi adalah keterlambatan masuk kerja, di mana karyawan seringkali datang hingga pukul 09:30, meskipun jam kerja resmi seharusnya dimulai tepat pukul 09:00. Selain itu, terdapat pula perilaku tidak disiplin lain, yakni kecenderungan beberapa karyawan untuk meninggalkan pekerjaan lebih awal dari waktu yang telah ditentukan.

Akar permasalahan dari rendahnya kedisiplinan ini diyakini terletak pada tidak adanya penerapan sanksi yang tegas dan konsisten terhadap setiap pelanggaran yang dilakukan. Saat ini, karyawan yang melanggar ketentuan hanya diberikan teguran lisan yang sifatnya ringan dan kurang memberikan efek jera. Ketiadaan sanksi yang mengikat dan tegas ini diperparah oleh kurangnya pengawasan langsung dari pihak

manajemen, yang secara tidak langsung menciptakan celah bagi berlanjutnya perilaku tidak disiplin. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penegakan disiplin kerja di Toko Kosmetik belum maksimal karena dipengaruhi oleh dua faktor utama: ketiadaan pengawasan yang ketat dan tidak adanya peraturan atau pedoman tertulis yang pasti yang dapat dijadikan pegangan dan acuan yang jelas bagi seluruh karyawan dalam menjalankan tugas dan mematuhi jadwal kerja (Tsania et al., 2023).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

a. wawancara

Wawancara didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi tatap muka secara langsung, di mana pewawancara mengajukan serangkaian pertanyaan spesifik. narasumber kunci adalah pemilik Toko Kosmetik. Hasil dari proses wawancara ini sangat penting karena bertujuan untuk memperoleh informasi dan data rinci mengenai produk-produk yang saat ini tersedia dan dijual di Toko Kosmetik tersebut. Pengumpulan data produk ini memiliki tujuan akhir yang krusial, yaitu menjadi dasar utama untuk menyusun dan merancang *website* (situs web) yang fungsional dan relevan, sehingga dapat secara optimal mengakomodasi kebutuhan baik dari sisi penjual maupun pembeli, memastikan katalog produk tersaji lengkap dan akurat (Pangesti, 2024).

b. observasi

Observasi ini dilaksanakan di lokasi pelaksanaan kegiatan untuk melihat dan memahami secara utuh kondisi dan keadaan aktual di toko kosmetik. Dengan mengamati kondisi toko kosmetik secara langsung, didapatkan pemahaman kontekstual yang tidak dapat diperoleh hanya dari keterangan lisan. Setelah tahap wawancara dan observasi, langkah selanjutnya adalah melaksanakan dokumentasi. Dokumentasi ini berfungsi sebagai proses penting untuk mencatat dan merekam informasi-informasi baik berupa teks, gambar, atau data lain yang dianggap penting, yang pada akhirnya akan dimanfaatkan sebagai bahan pendukung atau bukti dalam proses analisis dan keperluan kegiatan selanjutnya (Almadury & Pratama, 2025).



Gambar 1. wawancara

Gambar 2. Pemilik Toko Kosmetik Resty

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan ini menjelaskan proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan pengembangan sumber daya manusia di Resty Kosmetik. Resty Kosmetik merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang penjualan produk kecantikan dan perawatan tubuh. Usaha ini berdiri sejak tahun 2018 dan dimiliki oleh Ibu Resty Amalia. Sebagai UMKM yang terus berkembang, Resty Kosmetik memiliki visi untuk menjadi toko kosmetik yang terpercaya serta mampu memberikan pelayanan yang profesional kepada pelanggan. Untuk mendukung visi tersebut, usaha ini menjalankan misi berupa pelayanan yang ramah dan informatif, penyediaan produk kecantikan yang aman, serta pengembangan kompetensi karyawan agar mampu mengikuti dinamika industri kecantikan yang semakin pesat. Saat ini, Resty Kosmetik memiliki struktur organisasi yang masih sederhana, terdiri dari pemilik, bagian administrasi dan keuangan, pemasaran, serta layanan pelanggan dengan total delapan orang karyawan. Sebagian besar dari mereka belum memiliki pengalaman edukasi formal terkait manajemen pelayanan, komunikasi, maupun kepemimpinan kerja.

Kegiatan pengabdian ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas karyawan melalui serangkaian edukasi. Beberapa program yang diberikan antara lain edukasi pelayanan pelanggan, edukasi keterampilan kerja dan manajemen waktu, serta edukasi kepemimpinan dan motivasi kerja. Pada edukasi pelayanan pelanggan, fokus diberikan pada penguatan kemampuan komunikasi, sikap profesional, dan empati terhadap pelanggan. Kegiatan ini dilakukan melalui diskusi interaktif dan simulasi peran sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan situasi pelayanan yang sering mereka hadapi. Edukasi manajemen waktu dan keterampilan kerja diberikan untuk membantu karyawan dalam mengatur jadwal, menetapkan prioritas, dan bekerja secara lebih efisien. Sementara itu, edukasi kepemimpinan ditujukan bagi karyawan yang memiliki tanggung jawab sebagai koordinator agar mereka mampu memimpin rekan kerja, memberikan contoh yang baik, dan membangun lingkungan kerja yang lebih positif. Untuk mengetahui efektivitas program, dilakukan evaluasi melalui pre-test dan post-test, observasi langsung, serta wawancara mengenai pengalaman peserta selama mengikuti edukasi.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya komitmen yang kuat bagi pemilik UMKM untuk mengevaluasi dan meningkatkan produktivitas dengan lebih baik lagi. Karyawan menjadi lebih tepat waktu, lebih cepat dalam melayani pelanggan, serta lebih teliti dalam melakukan pencatatan transaksi. Berdasarkan observasi selama kegiatan berlangsung, produktivitas mengalami peningkatan sekitar dua puluh persen dibandingkan sebelum edukasi, yang terlihat dari peningkatan jumlah transaksi harian serta berkurangnya kesalahan administrasi. Selain itu, terjadi perubahan pada sikap kerja. Karyawan terlihat lebih percaya diri, lebih aktif berkomunikasi, serta menunjukkan inisiatif yang lebih besar dalam menyelesaikan pekerjaan.

Berdasarkan evaluasi menyeluruh, pelaksanaan program pengembangan sumber daya manusia di Resty Kosmetik memberikan kontribusi yang cukup baik, baik pada peningkatan produktivitas maupun kualitas pelayanan. Temuan ini sesuai dengan konsep Human Capital yang dijelaskan oleh Becker (1993), bahwa investasi dalam bentuk pengembangan dan edukasi karyawan dapat meningkatkan kemampuan individu yang kemudian berdampak pada kinerja organisasi. Peningkatan yang terjadi pada produktivitas dan sikap kerja menunjukkan bahwa edukasi tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga mempengaruhi motivasi dan nilai kerja karyawan. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Sutanto dan Kurniawan (2016) yang menyatakan bahwa edukasi yang direncanakan dengan baik mampu meningkatkan loyalitas, komitmen, dan kinerja karyawan dalam jangka panjang. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, Resty Kosmetik mendapatkan manfaat berupa peningkatan efisiensi kerja dan kualitas pelayanan, sementara karyawan diuntungkan dengan meningkatnya kompetensi diri. Dengan demikian, program pengembangan SDM ini menjadi langkah strategis untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri kosmetik yang semakin ketat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan sumber daya manusia di Resty Kosmetik memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja karyawan dan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Peningkatan terlihat dari meningkatnya kedisiplinan, kemampuan komunikasi, ketelitian dalam pencatatan transaksi, serta sikap kerja yang lebih profesional. Produktivitas yang bertambah sekitar dua puluh persen menunjukkan bahwa penguatan kompetensi dan karakter kerja mampu menciptakan perubahan signifikan bagi efektivitas operasional. Selain itu, meningkatnya motivasi dan rasa percaya diri karyawan membuktikan bahwa pengembangan SDM tidak hanya berfokus pada kemampuan teknis, tetapi juga berdampak pada sikap dan perilaku kerja yang lebih baik. Hal ini selaras

dengan konsep Human Capital yang menekankan bahwa kualitas individu merupakan aset penting bagi keberhasilan organisasi. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan daya saing Resty Kosmetik di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin ketat.

Sebagai tindak lanjut, Resty Kosmetik disarankan untuk mempertahankan dan memperluas program pengembangan SDM secara berkala agar peningkatan yang telah dicapai dapat berkelanjutan. Penyusunan standar operasional prosedur (SOP) yang lebih jelas, terutama terkait kedisiplinan, pelayanan pelanggan, dan pencatatan administrasi, sangat penting untuk memastikan konsistensi kerja. Perusahaan juga perlu menerapkan sistem penghargaan dan sanksi secara tegas guna mendorong perilaku kerja yang lebih bertanggung jawab. Pengawasan yang lebih intensif dari pihak manajemen diharapkan mampu meminimalkan pelanggaran dan meningkatkan kualitas kerja. Selain itu, pemberian wawasan mengenai tren industri kecantikan dan strategi komunikasi profesional dapat membantu karyawan mengikuti perkembangan kebutuhan pasar. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, Resty Kosmetik dapat menjaga kualitas pelayanan, memperkuat citra usaha, serta meningkatkan efektivitas kerja secara menyeluruh.

REFERENSI

- Latif, D. P., & Ali, H. (2025). Pengaruh Pengambilan Keputusan, Investasi Teknologi Informasi dan Pengembangan SDM terhadap Efisiensi Operasional. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 1–10.
- Pahira, S. H., & Rinaldy, R. (2023). Pentingnya Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(02), 810–817. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i03.882>
- Pasaribu, A. (2025). Pengaruh pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Sibolga Sambas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 44–55.
- Permata, F., & Handayani, S. (2025). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Kecantikan Pomelo House Kota Palembang. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(2), 554–561. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i2.25001>
- Purbaningrum, T. W. (2025). PERAN DINAS KOPERASI, UKM, DAN TENAGA KERJA DALAM MENGURANGI PENGANGGURAN. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 7(2), 191–199.
- Sartika, G. (2024). Peran strategis manajemen sumber daya manusia dalam mendukung keberlanjutan organisasi melalui penerapan triple bottom line. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 177–188.
- Sugiyasin, R. (2025). Integrasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal dalam Budaya Organisasi: Kajian Literatur Strategi Pengembangan SDM pada UMKM. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1484–1492.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). *Sonia Cipta Wahyurini*, 1(1), 39–50.
- Almadury, S. W., & Pratama, D. P. A. (2025). STRATEGI OPTIMALISASI PELANGGAN BERBASIS EKONOMI PERILAKU DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN KOSMETIK SALYTA STORE. *Journal of Education and Research*, 4(1), 27–43.
- Audina, M., & Prasodjo, P. (2020). Usaha Kosmetik Sebagai Penggerak Perekonomian Wanita Yang Tidak Mengenyam Pendidikan. *Conference On Business, Social Sciences And Innovation Technology*, 1(1), 82–92.
- Pangesti, W. C. (2024). SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB PADA TOKO KOSMETIK BEE PRETTY SUKOHARJO. STMIK AMIKOM Surakarta.
- Tsania, S., Suroso, S., & Karnama, M. M. (2023). Analisis Tingkat Disiplin Kerja Karyawan Pada Toko Senja Kosmetik. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(3), 642–647.