



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Ide Bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sabun merupakan kebutuhan yang tidak dapat dilepas dalam kehidupan sehari-hari. Setiap manusia pasti membutuhkan sabun untuk membersihkan sesuatu. Semakin hari semakin banyak jenis sabun yang ditawarkan kepada masyarakat, mulai dari jenis sabun yang umum seperti sabun mandi, sabun untuk cuci piring, dan deterjen untuk pakaian, sampai jenis sabun yang tidak umum seperti, sabun untuk mobil, sabun untuk hewan peliharaan, dan lainnya. Tetapi tentu dari sekian banyak sabun yang ditawarkan di pasar, sabun yang melekat pada kehidupan sehari-hari manusia adalah sabun mandi. Setiap hari, orang pada umumnya menggunakan sabun untuk mandi. Oleh karena itu, merupakan hal yang sangat penting untuk mengetahui mengenai sabun yang digunakan, terutama mengenai komposisi atau bahan baku yang digunakan untuk memproduksi sabun tersebut.

Selain itu, isu mengenai pemanasan global dan menurunnya keseimbangan ekosistem merupakan topik yang terus diperbincangkan oleh dunia. Salah satu isu yang saat ini sedang ramai diperbincangkan adalah mengenai terganggunya ekosistem air. Ekosistem air yang tercemar disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah limbah sabun. Sabun buatan pabrik sangat membahayakan spesies laut. Adam Balogh dari *Olive Oil Skin Care Company* mengatakan bahwa setidaknya terdapat 10 bahan yang berbahaya bagi manusia dan lingkungan yang terkandung dalam sabun pabrik, yaitu pewarna buatan (*Blue 1, Red 33, Yellow 5*, dan *Titanium Dioxide*), pewangi buatan, *Triclosan, Sodium Lauryl Sulfate* dan *Sodium Laureth Sulfate, Methylisothiazolinone, Tetrasodium Etidronate, Propylene Glycol*, kimia

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



aditif seperti *Mineral Oil* dan *Petroleum Oil*, *Tetrasodium EDTA*, dan *Cocamidopropyl Betaine*.

Sumber: [https://www.adelaidenow.com.au/remote/check\\_cookie.html?url=https%3a%2f%2fwww.adelaidenow.com.au%2fnews%2fnational%2fthe-dirty-secrets-turking-in-soap%2fnews-story%2fd969c89cb4db3e4004fad1b22d64e22](https://www.adelaidenow.com.au/remote/check_cookie.html?url=https%3a%2f%2fwww.adelaidenow.com.au%2fnews%2fnational%2fthe-dirty-secrets-turking-in-soap%2fnews-story%2fd969c89cb4db3e4004fad1b22d64e22) (diakses pada 17 Oktober 2019)

Hal inilah yang melandasi ide penulis untuk mengambil peluang bisnis sabun organik. Sabun organik terbuat dari bahan-bahan alami sehingga memberikan manfaat bagi pengguna sabun organik. Bukan hanya bermanfaat bagi pengguna sabun organik saja, tetapi limbah hasil penggunaan sabun organik juga tidak berdampak buruk terhadap lingkungan.

Dengan sibuknya aktivitas sehari-hari, khususnya di Ibu Kota Jakarta, maka tepat untuk membuka toko *online* sebagai sarana untuk berjualan. Selain itu, budaya belanja *online* sudah menyatu pada masyarakat saat ini. Masyarakat khususnya remaja dan dewasa sudah terbiasa berbelanja secara *online* dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga merupakan suatu peluang untuk membuka bisnis berbasis *online*.

Dengan memfokuskan bisnis secara *online*, maka target pasar penulis bukan hanya di Jakarta saja tetapi mencakup seluruh wilayah Indonesia, sehingga dapat dikatakan ruang lingkupnya akan menjadi semakin luas dan dapat menjangkau lebih banyak calon pembeli. Selain itu, dengan membuka bisnis secara *online*, maka produk dapat diakses 24 jam oleh siapa saja dan di mana saja. Inilah yang menjadi keuntungan bisnis *online* yang tidak ditemui di toko *offline* yang cenderung memiliki operasional kerja terbatas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan perkembangan bisnis *online* di Indonesia, maka berdampak juga dengan perkembangan jasa logistik. Jasa logistik yang semakin meluas di seluruh wilayah Indonesia membuat estimasi pengiriman semakin cepat sampai di konsumen akhir. Selain itu, dengan adanya jasa pengantaran paket berbasis aplikasi, seperti Grab dan Go-Jek yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan produk pesannya secara cepat jika berada dalam keadaan mendesak. Dengan segala aspek tersebut, baik dari kemajuan teknologi informasi, respon masyarakat terhadap belanja *online*, dukungan logistik yang memadai, dan ditunjang oleh kepercayaan dari pihak pembeli membuat budaya belanja *online* ini semakin berkembang pesat sampai sekarang dan beberapa tahun ke depan.

Konsep bisnis yang diadopsi yaitu ingin menawarkan produk sabun organik dengan harga terjangkau. Konsumen dapat membeli sabun batang organik dengan berbagai varian. Sabun Organik *Tickled Pink* fokus pada penjualan secara *online* karena dapat menjangkau masyarakat luas tanpa batasan ruang dan waktu yang ditunjang oleh beberapa *platform e-commerce*/situs jual-beli *online* seperti Tokopedia dan Shopee yang semakin tumbuh berkembang di Indonesia dalam mewadahi dan memfasilitasi para pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dalam mengembangkan bisnisnya secara *online*.

## B. Gambaran Usaha

Gambaran usaha menguraikan tentang bidang usaha yang akan didirikan, visi dan misi perusahaan, dan tujuan pelaku bisnis baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang. Berikut adalah gambaran usaha Sabun Organik *Tickled Pink*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## 1. Visi

Menurut David dan David (2015:44), sebuah pernyataan visi harus bisa menjawab pertanyaan “ingin menjadi apa kita di masa depan?”, sebuah visi yang jelas memberikan fondasi untuk mengembangkan pernyataan misi yang komprehensif. Banyak organisasi yang memiliki pernyataan visi dan misi, tetapi pernyataan visi seharusnya dibuat terlebih dahulu. Pernyataan visi harus singkat dan lebih baik satu kalimat.

Di dalam membuat visi, perusahaan dapat menentukan batas waktu yang ingin dicapai. Oleh karena itu, untuk membuat pernyataan visi yang tepat sebaiknya dipenuhi persyaratan visi, antara lain:

- a. Berorientasi pada masa depan
- b. Tidak dibuat berdasarkan kondisi atau tren saat ini
- c. Mengekspresikan kreativitas
- d. Mempunyai harapan standar yang tinggi, ide, serta harapan tinggi bagi karyawan
- e. Menggambarkan keunikan bisnis dalam kompetisi

Melihat dari teori di atas, maka visi dari Sabun Organik *Tickled Pink* adalah “Menjadikan Sabun Organik *Tickled Pink* sebagai sabun organik yang berkualitas, inovatif, dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia”.

## 2. Misi

Menurut David dan David (2015:44), misi adalah sebuah pernyataan maksud yang membedakan satu organisasi dari organisasi-organisasi lain yang serupa, pernyataan misi adalah sebuah deklarasi tentang alasan keberadaan suatu organisasi. Pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



“Apakah bisnis kita?”. Pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk mendapat tujuan dan merumuskan strategi.

Inti dari sebuah misi adalah hal-hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar visi yang telah ditetapkan dapat tercapai. Misi dari Sabun Organik *Tickled Pink* adalah:

- a. Menggunakan bahan baku yang berkualitas dalam memproduksi Sabun Organik *Tickled Pink*.
- b. Mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap produk Sabun Organik *Tickled Pink*.
- c. Menggunakan kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk Sabun Organik *Tickled Pink*.

### Tujuan

Setiap bisnis perlu memiliki tujuan yang jelas sebagai acuan dalam menjalankan bisnisnya. Tujuan berguna untuk membantu dalam proses evaluasi, menciptakan strategi, menunjukkan prioritas, menekankan koordinasi, memberi dasar untuk aktivitas perencanaan yang efektif, pengorganisasian, alat motivasi, dan pengendalian. Tujuan haruslah sesuatu yang terukur, masuk akal, dan jelas.

Tujuan perusahaan dibagi menjadi dua yaitu tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek merupakan serangkaian tujuan untuk jangka waktu kurang dari setahun. Tujuan jangka pendek dari Sabun Organik *Tickled Pink* adalah sebagai berikut:

- a. Terus menjaga kepuasan pelanggan dengan menawarkan sabun organik yang konsisten kualitasnya dan terus menjalin hubungan yang baik dengan semua pelanggan.

## C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. Mampu memasuki dan bersaing di dalam pasar.
- c. Memiliki *brand image* yang baik dan dipercaya oleh masyarakat.

Tujuan jangka panjang adalah serangkaian tujuan yang ditetapkan untuk jangka waktu yang panjang, biasanya untuk lima tahun mendatang atau lebih. Tujuan jangka panjang dari usaha Sabun Organik *Tickled Pink* adalah menguasai pangsa pasar di dalam industri dan melakukan inovasi pada produk.

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### C

#### Besarnya Peluang Bisnis

Besarnya peluang bisnis sangat menentukan keberlangsungan hidup suatu bisnis. peluang bisnis yang besar akan membuat bisnis memiliki kesempatan untuk berkembang dan mencapai target yang ingin dicapai. Beberapa hal yang juga harus diperhatikan, antara lain kualitas produk, perilaku konsumen, dan kreativitas serta inovasi produk agar berbeda dengan pesaing.

Melihat tren yang sedang terjadi di masyarakat yaitu tren *back to nature* dan tren organik membuat penulis ingin menjalani bisnis sabun organik karena peluangnya menjanjikan. Pola hidup masyarakat Indonesia yang konsumtif juga merupakan peluang dan faktor pendukung bagi bisnis ini. Tren *back to nature* tersebut berdampingan dengan tren organik yang sedang ramai di masyarakat, di mana masyarakat global mulai menggunakan kata organik pada setiap aspek sehari-hari, seperti makanan organik, minuman organik, kosmetik organik, dan lain-lain.

Berikut ini adalah data yang menunjukkan tingkat permintaan produk *personal care* di Amerika Serikat pada tahun 2014 sampai dengan 2018 dan ramalan permintaan untuk tahun 2019 sampai dengan 2025.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

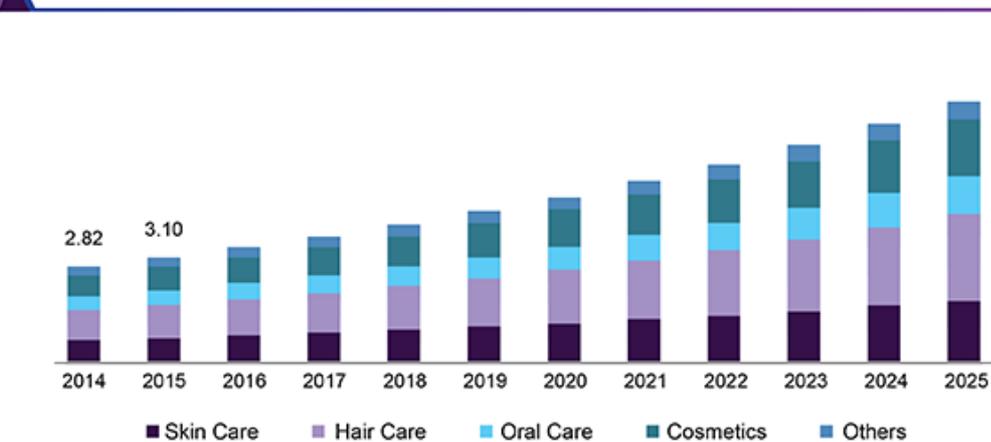


Grafik 1.1

Tingkat Permintaan Produk *Personal Care* di Amerika Serikat

Tahun 2014 – 2025

U.S. organic personal care market size, by product, 2014 - 2025 (USD Billion)



Source: www.grandviewresearch.com

Sumber: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/organic-personal-care-market> (diakses pada 6 Oktober 2019)

Dari Grafik 1.1 tersebut dapat dilihat bahwa permintaan produk *personal care* organik di Amerika Serikat setiap tahunnya mengalami kenaikan, seperti perawatan kulit, rambut, mulut, kosmetik, dan lainnya, serta diperkirakan akan terus meningkat untuk beberapa tahun ke depan sehingga merupakan sebuah peluang bagi perkembangan bisnis produk organik.

Kondisi Indonesia yang kaya akan sumber daya alam juga mendukung bisnis sabun organik untuk berkembang di Indonesia karena mudah dalam proses pengadaan bahan baku. Mulai dari bahan utamanya yaitu berbagai jenis minyak dan Natrium Hidroksida (NaOH) yaitu bahan kimia yang berperan untuk mengubah minyak tumbuhan menjadi sabun sehingga tidak berbahaya, sampai bahan pendukungnya seperti *essential oil*.

Selain itu, perubahan tren berbelanja pun menjadi peluang yang menjanjikan sehingga penulis memutuskan untuk membuka bisnis dengan memanfaatkan media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

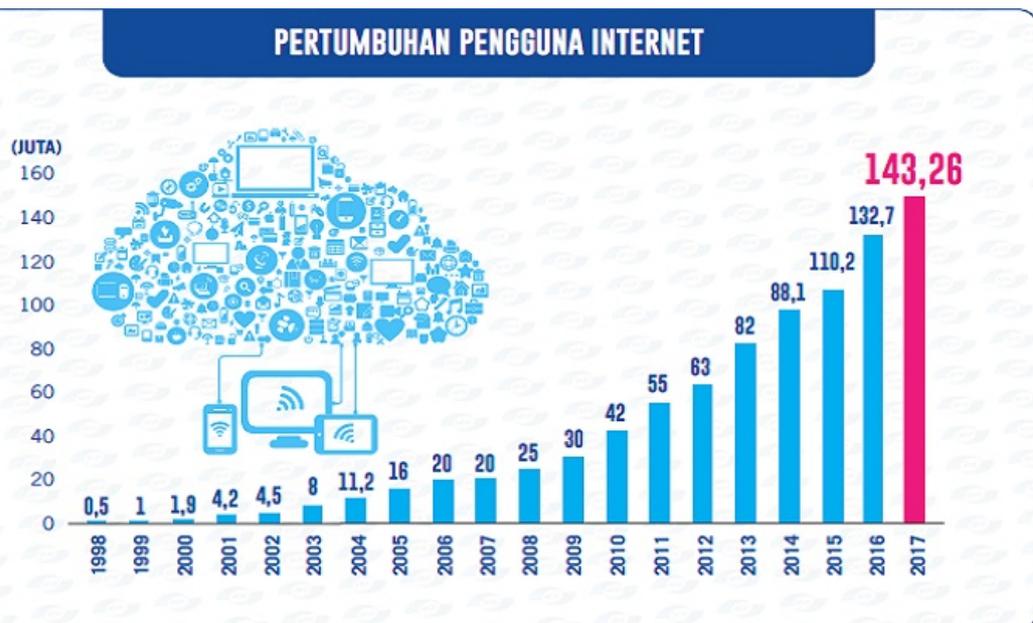
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

*online*. Bisnis *online* sendiri memiliki ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan bisnis yang masih dikelola dan dioperasikan secara konvensional karena bisnis berbasis *online* tidak memiliki batasan ruang dan waktu sehingga calon konsumen dapat melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja.

Grafik 1.2

**Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 1998 – 2017**



Sumber: <https://nusantaranews.co/survei-apjii-14326-juta-rakyat-indonesia-pengguna-internet/> (diakses pada 17 September 2019)

Berdasarkan Grafik 1.2, hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa pada tahun 2017, penetrasi pengguna internet di Indonesia yaitu sebanyak 143,26 juta jiwa (54,68%) dari total populasi penduduk Indonesia yaitu sebanyak 262 juta jiwa.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.1

### Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018



Sumber: <https://zonautara.com/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-terus-tumbuh/> (diakses pada 17 September 2019)

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, hasil survei dari APJII menyatakan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 yaitu sebanyak 171,17 juta jiwa (64,8%) dari total populasi penduduk Indonesia yaitu sebanyak 264,16 juta jiwa. Jika dibandingkan dengan data dari Grafik 1.2, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

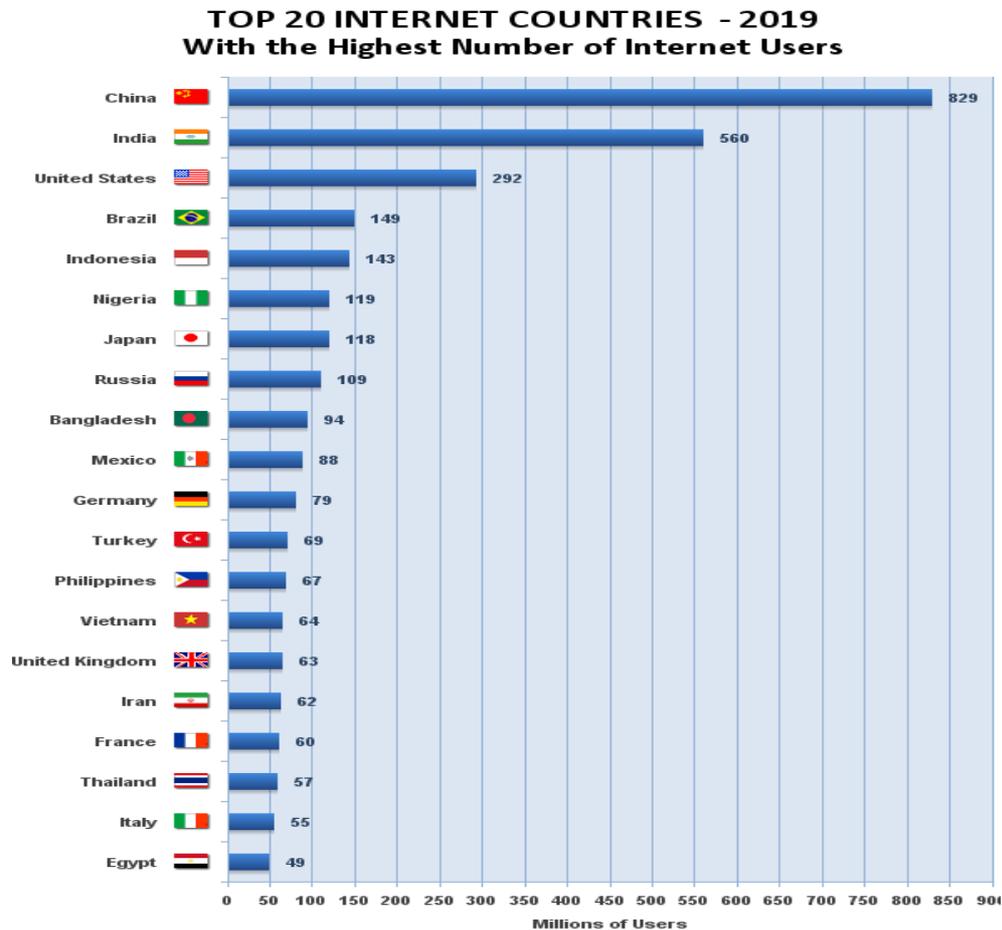
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Diagram 1.1

Urutan Negara Berdasarkan Jumlah Pengguna Internet Tahun 2019



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sumber: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm> (diakses pada 17 September 2019)

Berdasarkan Diagram 1.1, hasil survei dari *Internet World Stats* menunjukkan bahwa Indonesia berada di dalam urutan 20 tertinggi untuk kategori negara yang memiliki jumlah penduduk tertinggi yang menggunakan internet. Indonesia berada pada urutan kelima dengan jumlah pengguna internet yaitu sebanyak 143 juta jiwa.

Menurut *Global Web Index*, yang dirangkum oleh *We Are Social* dan *Hootsuite*, pengguna internet di Indonesia tercatat sebagai pengguna internet yang paling banyak membeli barang secara *online* pada Desember 2018, yaitu sebanyak



86% pengguna internet Indonesia melakukan belanja secara *online*. Selanjutnya diikuti oleh China pada posisi kedua yaitu 82% dari pengguna internet.

Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185-365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online> (diakses pada 17 September 2019)

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa semakin banyak masyarakat Indonesia yang sudah sadar akan perkembangan teknologi internet dan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk berbagai aktivitas, salah satunya adalah belanja *online*.

Selain itu, jasa logistik yang semakin luas juga mendukung keberadaan bisnis *online*. Jasa logistik sudah merata di mana-mana sehingga membuat pengiriman barang semakin mudah dan estimasi waktu pengiriman semakin cepat. Selain adanya jasa logistik seperti JNE, J&T, Pos Indonesia, Tiki, dan jasa pengiriman barang lainnya, ada pula jasa logistik yang berbasis aplikasi yaitu Go-Jek dan Grab yang biasanya digunakan untuk pengiriman barang dengan cepat dan dengan jarak tempuh yang tidak terlalu jauh. Perkembangan jasa logistik sekarang ini semakin mempermudah pelaku bisnis *online* dalam mengirim barangnya untuk lebih cepat sampai ke tangan konsumen. Dari beberapa hal di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis *online* memiliki prospek yang sangat baik di era globalisasi ini dikarenakan banyaknya peluang yang muncul dan dapat dimanfaatkan untuk membuat bisnis.

#### D. Kebutuhan Dana

Dalam melakukan bisnis, modal awal sebenarnya relatif, tergantung pada ukuran bisnis yang akan dibangun dan banyaknya persediaan untuk produk yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



diinginkan oleh wirausaha untuk dijual kembali kepada konsumen akhir. Modal awal yang diperlukan untuk mendirikan usaha Sabun Organik *Tickled Pink* berasal dari tabungan sendiri. Berikut adalah rincian dari kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh Sabun Organik *Tickled Pink*.

**Tabel 1.1**

**Kebutuhan Dana Usaha Sabun Organik *Tickled Pink***

| Keterangan   | Jumlah (Rp)        |
|--------------|--------------------|
| Kas awal     | 10.000.000         |
| Sewa Ruangan | 21.600.000         |
| Peralatan    | 32.157.000         |
| Perlengkapan | 8.001.100          |
| Bahan Baku   | 142.933.400        |
| <b>Total</b> | <b>214.691.500</b> |

Sumber: Data diolah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.