KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PERENCANAAN BISNIS C&C DALAM PENJUALAN PAKAIAN BERBASIS KOMUNITAS DI JAKARTA

Yonathan Eka Sulaiman S
Mahasiswa S1 Ilmu Administrasi Bisnis
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jalan Laksamana Yos Sudarso Kav. 87
Sunter, Jakarta Utara
jongkyzonly@gmail.com

Drs. Wiwin Prastio, MM
Pembimbing I
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jalan Laksama Yos Sudarso Kav. 87
Sunter, Jakarta Utara
Telp: 6530-7062

ABSTRAK

C&C menjual pakaian bentuk kaos oblong ataupun kaos berkerah secara online. Setiap pakaian yang dijual C&C, menggunakan desain yang menarik sesuai trend yang sedang berlangsung, serta sesuai dengan komunitas yang dituju. Segmen konsumen yang dituju adalah masyarakat Jakarta. Target dari C&C sendiri, adalah komunitas komunitas tertentu yang membutuhkan pakaian secara seragam, ataupun yang memiliki kesamaan kesukaan. Promosi yang digunakan melalu internet dengan berbagai sosial media dan potongan harga. Struktur organisasi yang digunakan adalah struktur sederhanya, karena C&C hanya memiliki 1 manager, 1 pemasar, dan 1 kurir yang dimana mereka sebagai pekerja freelancer atau paruh waktu. Resiko-resiko, yaitu trend desain yang berubah cepat, kualitas yang dapat berubah ubah, pasokan dari supplier yang terlambat, keterbatasan supplier, kurangnya vendor cetak, kesalahan dari vendor yang ada, persaingan yang cukup ketat, kurangnya kepercayaan konsumen, rasa ingin tahu konsumen.

Keywords: Menjual Pakaian, *Online*, Oblong, Berkerah, Komunitas

ABSTRACT

C&C sells T-shirts or collared online. Every outfit that C&C sells, uses an attractive design to suit the ongoing trend, as well as in accordance with the intended community. The intended consumer segment is the people of Jakarta. The target of C&C itself, is a particular community community that needs clothing uniformly, or who have the same likes. Promotions are used over the internet with various social media and discounts. The organizational structure used is a simple structure, because C&C only has 1 manager, 1 marketer, and 1 courier, who they are as freelancers or part-time workers. risks, such as rapidly changing design trends, changing quality, supply from late suppliers, supplier limitations, lack of print vendors, errors from existing vendors, intense competition, lack of consumer confidence, consumer curiosity.

Keywords: Selling Clothing, Online, T-shirt, Collared, Community

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

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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENDAHULUAN

Ide Bisnis dan Besarnya Peluang Usaha

Kebutuhan manusia dalam kehidupan ada primer, sekunder, dan tersier. Dalam kehidupan manusia kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus paling utama untuk dipenuhi. Kebutuhan primer itu sendiri melingkupi maka, minum, tempat tinggal, serta pakaian. Dalam rencana bisnis ini akan mengambil peluang dimana memenuhi kebutuhan manusia akan berpakaian yang mengikuti trend dari perkembangan global. Bisnis pakaian adalah bisnis yang tidak akan pernah mati, karena pakaian merupakan kebutuhan utama dalam melakukan aktivitas untuk menutupi tubuh manusia. Namun dalam kelangsungan bisnis pakaian ini harus diperhatikan target pasar serta harga yang dapat diterima oleh pasar.

Berdasarkan data statistik menurut Kementerian Komunikasi dan Informatikan RI (KOMINFO RI), persentase pada tahun 2010 pada aktivitas penjualan online (e-commerce) di Indonesia menunjukan hasil penjualan pada pakaian, accessories dan sepatu merupakan hasil tertinggi dengan jumlah 70%. Sedangkan saat kita lihat pada tahun 2015 data statistik dengan sumber yang sama (KOMINFO) menunjukan klasifikasi produk yang dibeli atau diminati oleh masyarakat telah berubah, yaitu menjadi fashion serta accessories. Hal ini merupakan suatu kesempatan untuk mengambil langkah dalam memulai bisnis pakaian yang telah turun dengan di dukung oleh fashion yang sedang meningkat sehingga pamor minat akan pembelian pakaian secara online dapat kembali meningkat. Tidak hanya itu, pada tahun 2015 juga sekitar 70% nilai transaksi dalam pembelian produk secara online berkisar <Rp. 500.000,00.

Creative & Community diambil dari kata kreatif dan komunitas dalam Bahasa Inggris, dan tujuannya adalah, C&C menjadi penjual pakaian secara online yang kreatif dalam penggunaan desain, dan mengarah kekomunitas yang ada ataupun kelompok yang memiliki kesamaan kesukaan. Maka dari itu digunakanlah nama C&C (Creative & Community).

Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan gambaran dan arahan untuk melihat masa depan, sehingga tidak keluar dari jalur yang sudah ada. Pernyataan visi adalah tujuan yang ingin dicapai seperti apa, sedangkan misi adalah berbagai macam komponen yang digunakan dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Visi C&C menjadi penjual dan penyedia jasa custom pakaian dengan target pasar yang spesifik dan harga terjangkau serta berkualitas, dan misinya menyediakan, membuat desain, menentukan pasar dan promosi melalui media sosial.

Besarnya Kebutuhan Modal

Besarnya kebutuhan modal adalah 246.814.000 rupiah, yang digunakan untuk peralatan sebesar 33.400.000 rupiah, sewa tempat 12.000.000 rupiah, bahan baku 184.320.000 rupiah, perlengkapan 2.094.000 rupiah, dan cadangan kas 15.000.000 rupiah.

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.
© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

RENCANA PRODUK/JASA, KEBUTUHAN OPERASIONAL , DAN MANAJEMEN

Rencana Alur Produk atau Jasa

Konsumen membuka sosial media dari C&C, melihat lihat dan memilih produk yang disukai, lalu konsumen melakukan pemesanan dengan memberikan gambar produk dengan kode produk yang tertera.

Setelah konsumen melakukan pemesanan, C&C akan menerima pesanan, melakukan pengecekan stok produk lalu mengkonfirmasikan kepada konsumen untuk melakukan pembayaran dan pemberian alamat yang dituju untuk pengiriman.

Setelah pembayaran dilakukan maka konsumen mengkonfirmasi kepada C&C tentang pembayaran produk, lalu C&C mempersiapkan produk untuk dikemas secara rapi untuk dilakukan pengiriman. Produk yang telah dikemas, dapat diantarkan ataupun diambil oleh pihak jasa kirim.

Produk akan dikirim oleh jasa kirim yang ditunjuk C&C, kealamat yang telah diberikan oleh konsumen sebelumnya. Setelah barang diterima, konsumen harus mengkonfirmasi bahwa barang yang dibeli telah diterima, untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan.

Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Alur pembelian dan penggunaan bahan persediaan C&C dimulai dari, C&C meminta daftar harga dari supplier serta memilih supplier dari kualitas dan harga yang masuk perhitungan, lalu C&C melakukan pemesanan barang terhadap supplier. Supplier menerima pesanan C&C lalu memprosesnya, supplier melakukan pengiriman barang, lalu C&C melakukan pengecekan dan meretur barang yang tidak sesuai pesanan, setelah itu C&C melakukan pembayaran sesuai jumlah barang setelah retur.

Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Kebutuhan teknologi dan peralatan yang digunakan C&C dalam menjalankan usaha adalah sebagai berikut:

1. Handphone yang digunakan untuk melakukan penjualan secara online baik disosial media ataupun internet.
2. Laptop digunakan untuk melakukan pencatatan stok baik masuk ataupun keluar serta melakukan promosi, penjualan, serta komunikasi dengan internet, dan juga untuk menghasilkan desain yang digunakan dalam produk yang dijual.
3. Pendingin ruangan, yang digunakan untuk mensirkulasi udara diruangan yang digunakan C&C dalam melakukan usahanya.
4. Mesin air yang digunakan untuk menghasilkan air mineral yang bersih untuk kesahatan tubuh dari sumber air pam.
5. Meja dan kursi untuk menunjang aktivitas dari C&C dalam melakukan aktivitas usahanya

© Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

STRATEGI BISNIS

Segmentation

Segmentation membagi pasar menjadi lebih kecil dengan sifat dan karakteristiknya dan perilaku yang berbeda beda sehingga membutuhkan strategi atau bauran pesmasaran yang berbeda. Jenis segmentasi dibagi menjadi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku.

Segmentasi dari C&C adalah masyarakat di Jakarta, dalam segala usia, pekerjaan, dan ukuran dari komunitas, serta memiliki gaya hidup yang mengacu pada hobi.

Targeting

Targeting merupakan proses evaluasi keatraktifan sebuah segmen serta memilih satu segmen atau lebih untuk dimasuki. *Market targeting* dilakukan pada tingkat yang berbeda beda, dari lebar sampai sempit, yaitu *Undifferentiated Marketing, Differentiated Marketing, Concentrated Marketing*, dan *Micromarketing*.

C&C menggunakan strategi Concentrated Marketing karena C&C menghasilkan produk yang memiliki konsentrasi kepada kelompok konsumen tertentu.

Positioning

Positioning merupakan menempati pikiran konsumen dengan sesuatu yang jelas, berbeda, dan menimbulkan keinginan jika dibandingkan pesaing.

C&C ingin menuangkan desain yang menarik pada pakaian yang akan dijual terhadap kelompok konsumen yang akan dituju.

Produk

Produk utama dari C&C merupakan pakaian kaos yang memiliki desain simpel namun menarik dan elegan. Desain yang dihasilkan merupakan desain yang memiliki ciri khas khusus atas ketertarikan pada kelompok konsumen tertentu. Kaos yang digunakan berupa kaos oblong dan berkerah

Price

Penetapan harga dapat dilakukan dengan 6 metode: *markup pricing, target return pricing, perceived value pricing, value pricing, going rate pricing* dan *auction pricing* (Kotler dan Keller, 2012)

Harga dari C&C menggunakan *markup pricing* sebagai dasar dalam menetapkan harga jual bagi produk C&C. Hal ini dilakukan selain untuk mendapat keuntungan, yaitu memudahkan pihak C&C untuk mengatur promosi seperti diskon dari harga yang sudah di markup sehingga tidak terjadi kerugian dan harga jual tetap akan berada diatas cost.

Place

Ada dua jenis saluran distribusi yang dapat digunakan, yaitu *direct marketing channel* tidak memiliki perantara dan langsung menjual barang kekonsumen sedangkan *indirect marketing channel* memiliki perantara baik satu ataupun lebih dalam menjual produk sehingga sampai di konsumen.

C&C dapat menggunakan keduanya secara bersamaan. Hal ini karena C&C bergerak dibidang online, konsumen akhir dapat melakukan pembelian langsung pada C&C ataupun bisa juga melalui reseller dari online shop lain yang mengambil barang dari C&C. konsumen juga bisa melakukan penjualan ke konsumen lainnya dan menjadi dropshipper.

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.
© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Promotion

Promosi yang digunakan C&C melalui internet dan potongan harga.bentuk promosi seperti internet digunakan untuk promosi dalam menyebarkan informasi produk secara detai baik melalui sosial media ataupun seperti blog dan web. Sedangkan potongan harga seperti diskon ini dapat berupa potongan harga dan juga free ongkos kirim.

Rencana Organisasi

Merencanakan sumber daya manusia, merupakan hal penting yang harus direncanakan karena sdm merupakan factor dalam mendukung menjalankan suatu bisnis. Menurut (Kasmir, 2016)), perencanaan sumber daya manusia adalah merencanakan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan sesuai dengan analisis jabatan yang telah dibuat.

C&C membutuhkan tenaga kerja paruh waktu dengan jumlah total 2 orang, yaitu 1 pemasar dan 1 kurir. Para pekerja tetap mendapat kompensasi bulanan walaupun merupakan pekerja paruh waktu.

Kompensasi yang diberikan kepada pemasar adalah 3.000.000/bulan, dan kepada kurir sebesar 1.500.000/bulan. Kompensasi yang diberikan adalah penghasilan bersih dan diluar dari keperluan dalam menjalankan aktivitasnya dalam melakukan pekerjaan.

Rencana Keuangan

Sumber kebutuhan dana C&C berasal dari modal sendiri sebesar 207.094.000 rupiah, yang terdiri dari peralatan, sewa tempat, bahan baku, perlengkapan dan cadangan kas.

Dari proyeksi *Income Statement*, didapatkan laba bersih setelah pajak C&C dari tahun pertama sampai tahun kelima secara berturut-turut adalah, 283.081.000, 416.156.700, 590.778.984, 821.374.374, 1.118.951.779.

Saldo kas akhir didapatkan dari proyeksi *Cashflow Statement* , dari tahun pertama sampai kelima secara berturut-turut adalah, 503.455.000, 926.291.700, 1.523.750.684, 2.351.805.058, 3.477.436.837.

Total aktiva dan passiva yang didapatkan dari proyeksi *Balance Sheet* dari tahun pertama sampai ke lima secara berturut-turut adalah, 518.175.000, 934.331.700, 1.525.110.684, 2.346.485.058, 3.465.436.837.

Break Even Point setiap tahunya sudah layak, dari tahun pertama nilai penjualan 735.500.000 dengan BEP senilai 141.109.351, tahun ke-2 dengan penjualan 930.490.000 dengan BEP sebesar 133.715.669, tahun ke-3 dengan penjualan 1.177.088.000 dengan BEP sebesar 129.558.002, tahun ke-4 dengan penjualan sebesar 1.487.871.000 dengan BEP sebesar 122.406.751, dan tahun ke-5 dengan penjualan sebesar 1.878.290.000 dengan BEP sebesar 116.785.730.

Net Present Value dihitung dengan suku bunga sebesar 11,34% yang didapatkan dari kredit investasi bank komersial, didapatkan dengan cara mengurangi arus kas masuk saat ini dengan tingkat diskonto sesuai dengan biaya modal (Gitman dan Zutter, 2015), dengan nilai NPV sebesar 1.946.857.286 rupiah sehingga dapat dikatakan layak karena lebih dari 0.

Internal Rate of Return adalah tingkat diskonto yang menyamakan NPV dari sebuah peluang investasi dengan nilai 0, IRR dapat dikatakan layak jika melebihi dari biaya modal.(Gitman dan Zutter, 2015)

Hasil perhitungan IRR C&C adalah 52,71% sehingga lebih besar dari biaya modal yaitu sebesar 11,34%, sehingga dikatakan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (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.

Payback Period adalah waktu yang dibutuhkan untuk perusahaan agar dapat mengembalikan investasi awal dalam sebuah proyek, yang dihitung dari arus kas masuk. Jika payback period kurang dari 5 tahun maka bisnis layak dijalankan (Gitman dan Zutter, 2015).

Hasil perhitungan *Payback Period* dari C&C adalah 10 bulan dan 7 hari, sehingga bisnis ini layak untuk dijalankan karena dapat mengembalikan investasi awal kurang dari 5 tahun.

Profitability Index dihitung dengan nilai arus kas masuk saat ini dibagi dengan investasi awal, jika lebih besar dari 1 maka layak. Hasil perhitungan C&C didapatkan PI dengan nilai 8,89 maka lebih besar dari 1 dan menjadi layak untuk dijalankan.

Pengendalian Resiko

Berikut ini adalah resiko-resiko yang muncul untuk bisnis C&C:

a. Tren desain yang berubah cepat

Dalam hal ini terutama dari segi desain yang ada, masyarakat akan lebih cepat jenuh dan segera mencari desain yang lain untuk digunakan.

Mengumpulkan berbagai ide dan saran dari berbagai sumber, baik itu dari konsumen, ataupun target pasar berikutnya dengan melakukan survey online untuk menghasilkan desain tambahan ataupun yang terbaru yang diinginkan masyarakat. Mengelompokan berbagai desain dan menjadi cadangan

b. Kualitas yang dapat berubah ubah

Kualitas yang dihasilkan dari vendor suplier sewaktu waktu dapat berubah sehingga tidak sesuai dengan kualitas awal. Serta kualitas dari masing masing vendor juga tidak memiliki kesamaan yang sama.

Memberikan perjanjian diawal yang membuat vendor mengusahakan kualitas pakaian yang digunakan tidak menurun. Memilih supplier sesuai kriteria dari standar produk yang ditentukan diawal.

c. Pasokan dari supplier yang terlambat

Jumlah barang yang diminta kepada vendor tidaklah tepat waktu dalam pengiriman akibat vendor yang tidak dapat mencukupi jumlah permintaan yang C&C ajukan sehingga pengiriman pasokan barang menjadi telat.

Meminta vendor menyiapkan jumlah barang yang dipesan seadanya untuk diambil dan dicetak. Sehingga mengantisipasi ketidaktersediaanya barang dari C&C. Kekurangan barang yang dipesan dapat diambil atau dikirim setelah vendor memiliki jumlah yang dipesan sebelumnya.

d. Keterbatasan supplier

Jumlah supplier yang terbatas dalam menyediakan barang yang diinginkan C&C. supplier yang terbatas ini akibat dari tidak banyaknya supplier yang dapat memenuhi jumlah permintaan dari C&C serta kualitas yang kualitas yang C&C inginkan.

C&C mencari kembali supplier yang berkualitas seperti yang dibutuhkan. Melakukan pencarian baik dari google untuk memasukan kedalam list, datangi toko atau tempatnya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

e. Kurangnya vendor cetak

Hal ini karena jumlah yang harus dicetak cukup besar dan tidak banyak pencetak dapat melakukannya dengan cepat dan berkualitas. Sehingga hal ini menyebabkan jumlah vendor cetak sangat terbatas.

Hal ini dapat diatasi dengan menyerahkan secara langsung ke supplier yang sekaligus menjadi cetak sablon atau bordir.

f. Kesalahan dari vendor yang ada

Kesalahan dari supplier merupakan kesalahan jumlah produk, ukuran dan jenisnya. Sedangkan jika kesalahan terjadi pada pihak sablon bordir adalah seperti salah cetak desain dan gradasi warna yang kurang tepat sesuai dengan keiinginan desain yang sudah direncanakan.

Dapat diatasi pengecekan jumlah, ukuran dan jenis barang yang lebih teliti dan memastikannya dengan purchase order (PO) yang telah dibuat sebelum dikirim atau diambil, sedangkan untuk cetak sablon bordir dapat diatasi dengan vendor memberikan sample terlebih dahulu setiap desain 1 sehingga tidak terjadi kesalahan dalam pencetakan.

g. Persaingan yang cukup ketat

Dalam dunia bisnis terutama dibidang penjualan online, tentunya persaingan yang terjadi akan jauh lebih kuat dibandingkan menjalani bisnis offline, karena dengan segala sesuatu serba online mengakibatkan semua orang dapat berbelanja dengan mudah secara online dan paling penting, semua orang juga dapat dengan mudah melakukan penjualan online layaknya online shop yang sedang merajut bisnis.

Melakukan penjualan dengan target yang dispesifikasikan sehingga tidak menjadi barang yang umum, melainkan memiliki target khusus dan tidak diikuti pesaing yang sudah ada sehingga persaingan tidak terlalu menghambat penjualan.

h. Kurangnya kepercayaan konsumen

Konsumen tidaklah mudah percaya dengan produk yang dijual secara online karena konsumen sendiri tidak melihat dan merasakan secara langsung produk yang dilihat secara online (tidak seperti didalam toko) sehingga merasa takut ditipu ataupun dikelabui.

Membangun komunikasi yang harmonis dengan calon konsumen sehingga mereka dapat percaya bahwa C&C merupakan online shop yang dapat dipercaya. Hubungan yang harmonis juga dapat berupa fast respon kepada pelanggan yang melakukan pertanyaan dan ingin mengetahui info tentang produk yang ada.

i. Rasa ingin tahu konsumen

Rasa ingin mengetahui produk dari konsumen, akan menyebabkan masalah jika kita sebagai pihak penjual secara online tidak menyediakan gambar secara kongkrit dari produk dan hal ini dapat membuat hilangnya rasa kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual secara online.

C&C menyediakan gambar asli dari setiap produk yang dijual dengan menggunakan jasa endore sebagai model dari produk yang digunakan untuk menarik konsumen yang ingin tahu tentang produk.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

DAFTAR PUSTAKA

David, Fred R (2012), Strategic Management: Konsep, Edisi 12, New Jersey: Pearson Education, Inc. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Kasmir (2016), Kewirausahaan, Edisi Revisi, Cetakan 11, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Gitman, J. Lawrence (2015), Principles of Managerial Finance, Edisi 14, Boston: Pearson Education Limited..

Kotler, Philip., Gary Armstrong (2013), Principles of Marketing. Edisi 14 (Pearson)

Kotler, Philip., Kevin Lane Keller (2012), Marketing Management, Edisi 14, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Weygandt, Jerry J., Donald E. Kieso, Paul D. Kimmel (2016), Accounting Principles, Edisi 12, New York: John Wiley & Sons, Inc.

Republik Indonesia. Undang - Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBIKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Website

https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1275&data-data_page=3

https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1460&data-data_page=3

https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1457&data-data_page=3

https://buattokoonline.id/data-konsumen-dan-potensi-perkembangan-ecommerce-indonesia-2016/

http://ad1lovezhy.blogspot.co.id/2013/03/posisi-pesaing-strategy-pemasaran.html

https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/

http://eprints.polsri.ac.id/2425/3/BAB%20II.pdf

http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf

http://goukm.id/ump-2017-di-34-provinsi/

http://industri.bisnis.com/read/20170809/257/679662/pebisnis-tekstil-minta-pemerint.h-perbanyak-fta#&gid=1&pid=1

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

LAMPIRAN

Kebutuhan Modal C&C

Perincian	Biaya (Rp)
Biaya Aktiva Tetap	
Laptop (2 Pcs)	11,000,000
Handphone (1 Pcs)	2,000,000
Meja kerja	800,000
Kursi kerja (2 Pcs)	600,000
Rak stok	8,000,000
Biaya sewa tempat 1 tahun	12,000,000
Pendingin ruangan	3,000,000
Mesin air minum	8,000,000
Total Biaya Aktiva Tetap	**45,400,000**
Kebutuhan dana untuk modal kerja	
Bahan produksi (6 bulan)	184,320,000
Perlengkapan	2,094,000
Total kebutuhan dana untuk modal kerja	**186,414,000**
Cadangan kas	**15,000,000**
Total	**246,814,000**

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Peralatan C&C 5 Tahun

No	Keterangan Alat	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
1	Laptop Toshiba	1	4,000,000	4,000,000
2	Meja kerja olympic	1	800,000	800,000
3	Pendingin ruangan	1	3,000,000	3,000,000
4	Mesin air minum	1	8,000,000	8,000,000
5	Kursi kerja olympic	2	300,000	600,000
6	Rak penyimpanan stok	2	4,000,000	8,000,000
7	Handphone	1	2,000,000	2,000,000
8	Laptop asus	1	7,000,000	7,000,000
	Total			33,400,000

Perlengkapan C&C 1 Tahun

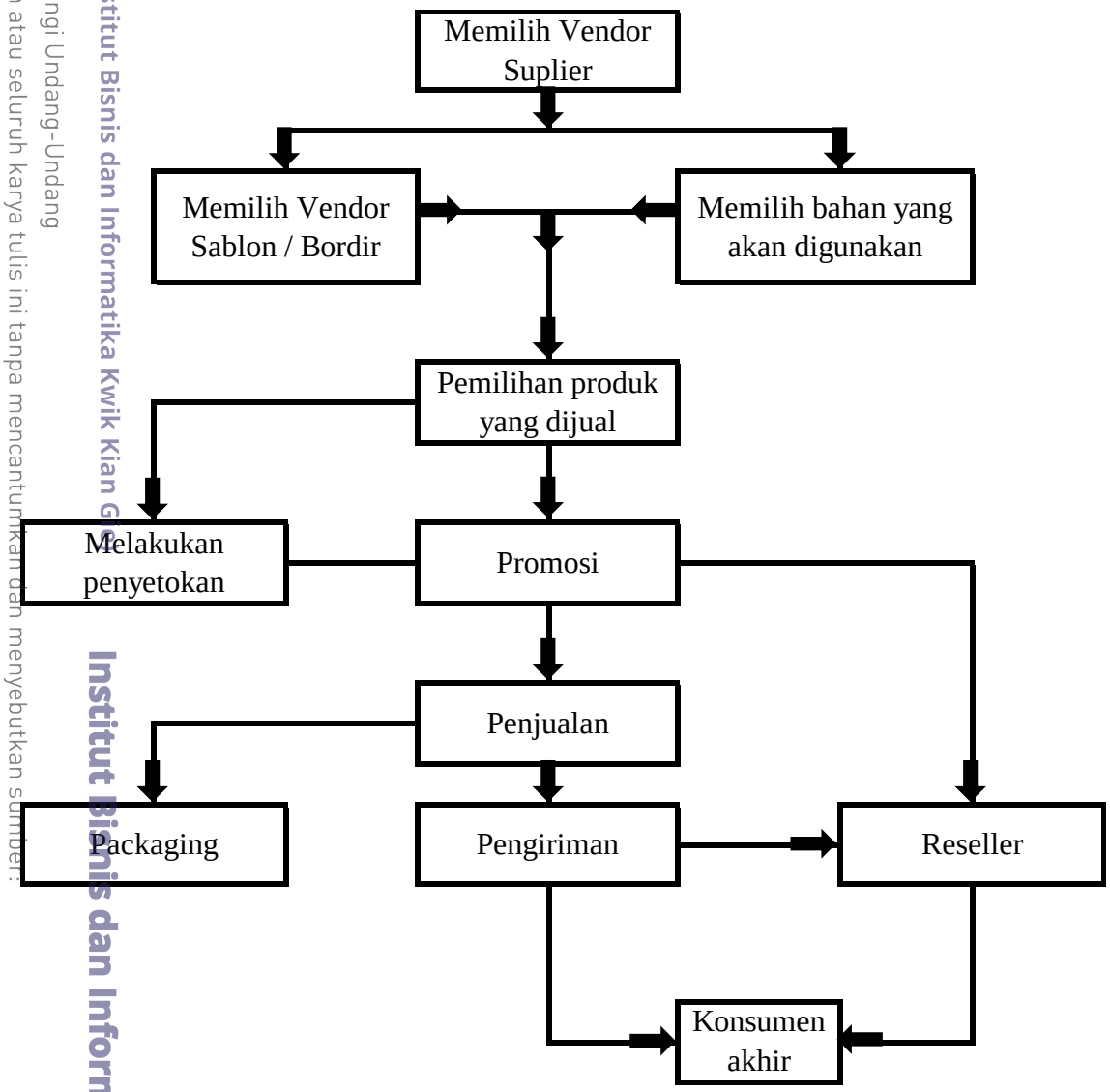
No	Perlengkapan	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
1	Amplop coklat besar	500	500	250,000
2	Kantong plastik hitam	500	500	250,000
3	Kardus ukuran sedang	100	500	50,000
4	Kardus ukuran besar	100	600	60,000
5	Ballpoint pilot	12	2,000	24,000
6	Nota kontan	5	8,000	40,000
7	Lakban coklat 3m	3	15,000	45,000
8	Lakban bening 3m	3	15,000	45,000
9	Bensin	230 Ltr	7,000	1,610,000
	Total			2,374,000

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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Bahan Baku C&C 6 – 12 Bulan

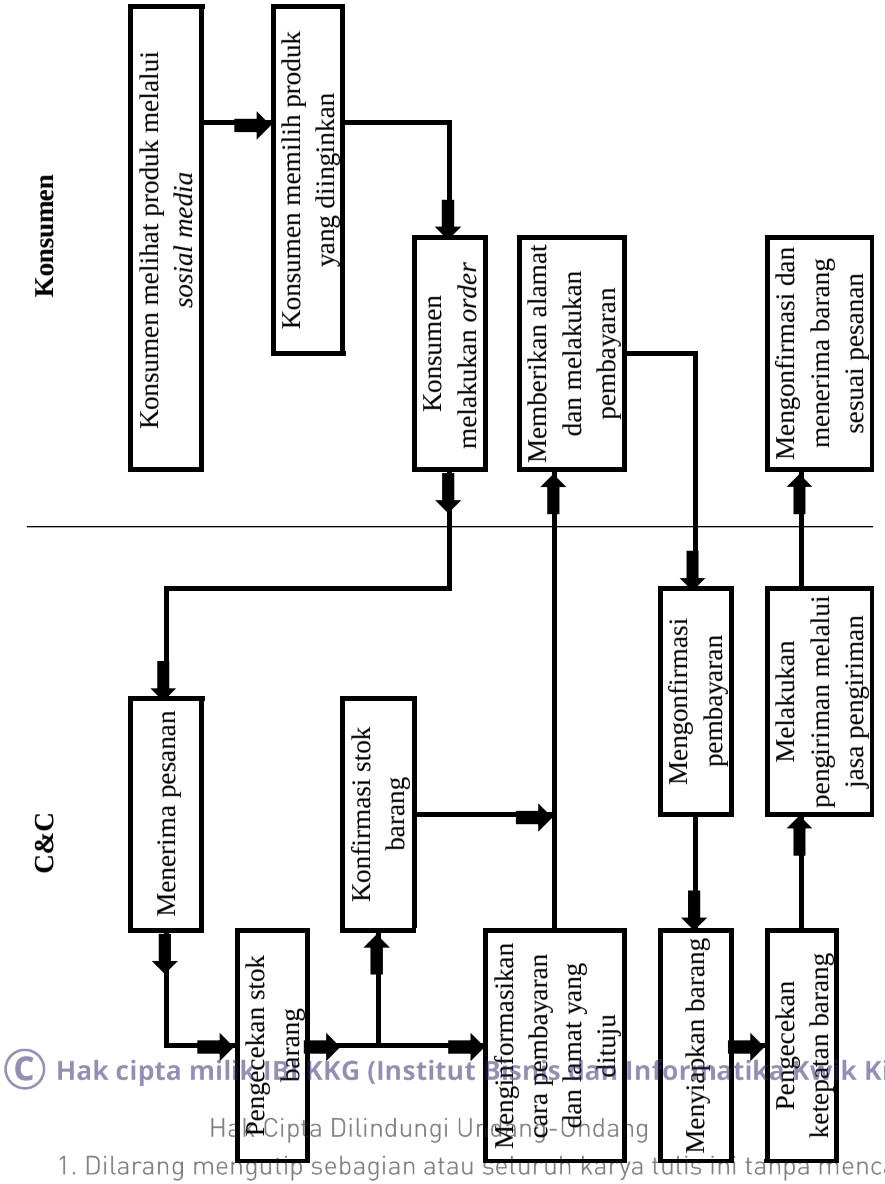
No	Bahan Baku	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
1	T-shirt polos premium hitam	1008	50,000	50,400,000
2	T-shirt polos premium putih	1008	50,000	50,400,000
3	T-shirt polos premium abu abu	720	50,000	36,000,000
4	Polo shirt polos hitam	432	55,000	23,760,000
5	Polo Shirt polos abu abu	432	55,000	23,760,000
	Total	3600		184,320,000

Proses Operasi C&C



KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Alur Produk dan Jasa C&C



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

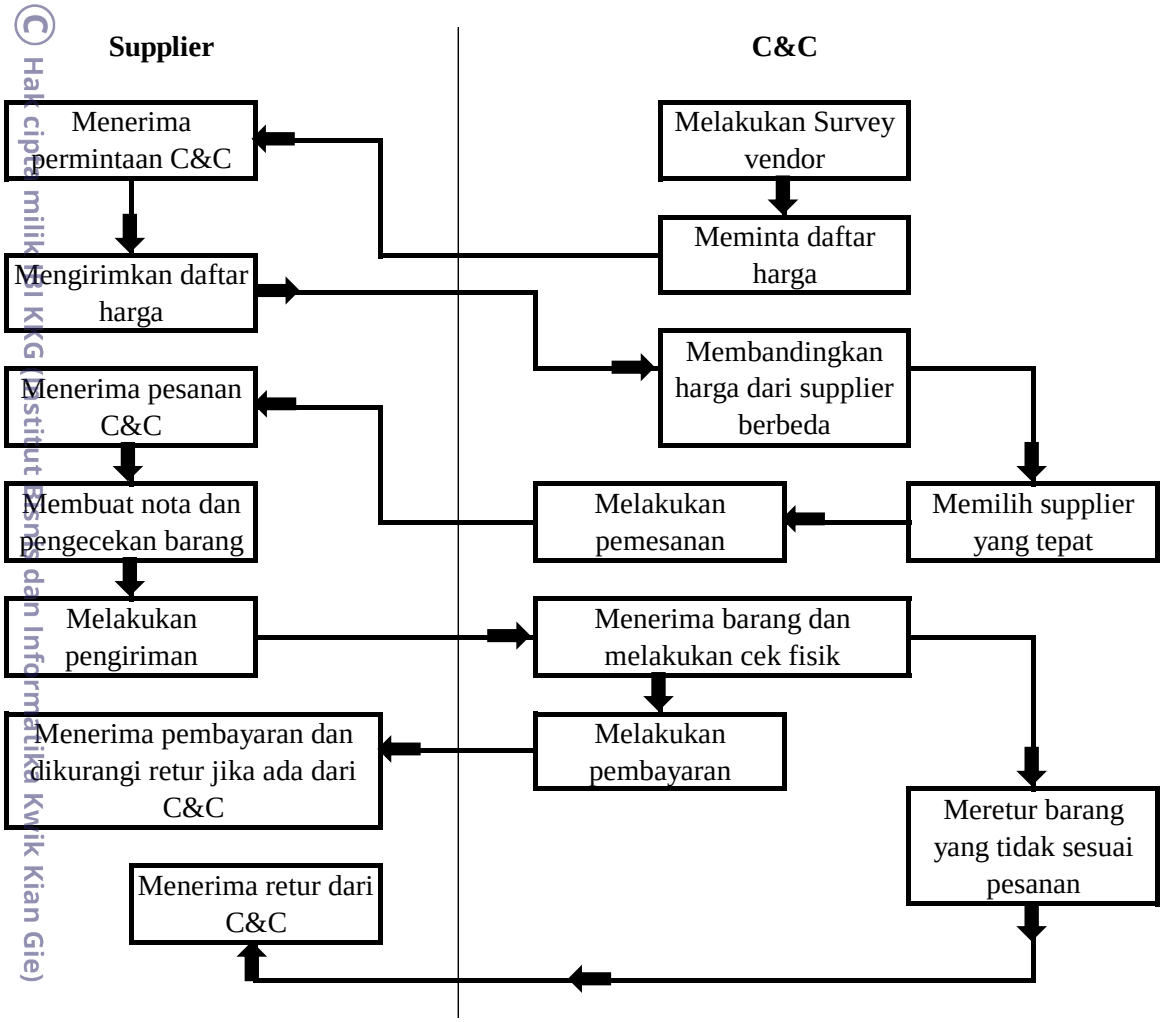
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Alur Pembelian C&C



Biaya Pemasaran C&C

Jenis Pemasaran	Kebutuhan	Harga	Total Harga
Endorsement	12 kali	Rp 400,000	Rp 4,800,000
Diskon pot. Harga	100 Customer	Rp 10,000	Rp 1,000,000
Kuota	12 bulan	Rp 40,000	Rp 480,000
Stiker C&C	500 Isi 15 21x29 cm	Rp 2,500	Rp 1,750,000
Total			Rp 8,030,000

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Biaya Tenaga Kerja C&C 1 Tahun

Jenis Kerja Freelancer	Jumlah	Gaji / bulan	Gaji / pertahun	Total
Pemasar	1	Rp 3,000,000	Rp 36,000,000	Rp 36,000,000
Kurir	1	Rp 1,500,000	Rp 18,000,000	Rp 18,000,000
Total	2	Rp 4,500,000	Rp 54,000,000	Rp 54,000,000

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Laporan Laba Rugi C&C 5 Tahun

(Rupiah)

Keterangan	2018	2019	2020	2021	2022
Penjualan	**735,500,000**	**930,490,000**	**1,177,088,000**	**1,487,871,000**	**1,878,290,000**
Harga Pokok Produksi					
Biaya Bahan Baku	368,640,000	425,779,200	491,774,976	568,000,097	656,040,112
Biaya Air	900,000	945,000	992,250	1,041,863	1,093,956
Biaya Listrik	1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725	2,187,911
Harga Pokok Produksi	**371,340,000**	**428,614,200**	**494,751,726**	**571,125,685**	**659,321,979**
Laba Kotor	364,160,000	501,875,800	682,336,274	916,745,315	1,218,968,021
Biaya-Biaya					
Biaya Tetap					
Biaya Gaji	54,000,000	54,000,000	56,700,000	56,700,000	56,700,000
Biaya Pemasaran	8,030,000	8,431,500	8,853,075	9,295,729	9,760,515
Depresiasi Peralatan	6,680,000	6,680,000	6,680,000	6,680,000	6,680,000
Administrasi dan Umum	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
Pemeliharaan	0	2,050,000	2,050,000	2,050,000	2,050,000
Total Biaya Tetap	**68,950,000**	**71,401,500**	**74,523,075**	**74,965,729**	**75,430,515**
Perlengkapan	2,374,000	2,492,700	2,617,335	2,748,202	2,885,612
Telepon dan internet	2,400,000	2,520,000	2,646,000	2,778,300	2,917,215
Total Biaya Variabel	4,774,000	5,012,700	5,263,335	5,526,502	5,802,827
Total Biaya	73,724,000	76,414,200	79,786,410	80,492,231	81,233,342
Laba sebelum pajak	290,436,000	425,461,600	602,549,864	836,253,084	1,137,734,679
Pajak (1 % dari Omzet PP 46 Tahun 2013)	7,355,000	9,304,900	11,770,880	14,878,710	18,782,900
EAT	283,081,000	416,156,700	590,778,984	821,374,374	1,118,951,779

© Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Laporan Arus Kas C&C

(Rupiah)

Akun	Jan-17	Jan-18	Jan-19	Jan-20	Jan-21	Jan-22
Aliran Kas Masuk						
Modal Disetor	247,094,000					
Penjualan		735,500,000	930,490,000	1,177,088,000	1,487,871,000	1,878,290,000
Total Arus Kas Masuk	247,094,000	735,500,000	930,490,000	1,177,088,000	1,487,871,000	1,878,290,000
Aliran Kas Keluar						
Peralatan	33,400,000					
Kompensasi/Balas Jasa		54,000,000	54,000,000	56,700,000	56,700,000	56,700,000
Pemasaran		8,030,000	8,431,500	8,853,075	9,295,729	9,760,515
Administrasi dan Umum		240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
Pemeliharaan		0	2,050,000	2,050,000	2,050,000	2,050,000
Perlengkapan	2,374,000		2,492,700	2,617,335	2,748,202	2,885,612
Air		900,000	945,000	992,250	1,041,863	1,093,956
Listrik		1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725	2,187,911
Telepon dan internet		2,400,000	2,520,000	2,646,000	2,778,300	2,917,215
Bahan Baku		368,640,000	425,779,200	491,774,976	568,000,097	656,040,112
Pajak		7,355,000	9,304,900	11,770,880	14,878,710	18,782,900
Total Arus Kas Keluar	35,774,000	443,365,000	507,653,300	579,629,016	659,816,626	752,658,221
Arus Kas Bersih	211,320,000	292,135,000	422,836,700	597,458,984	828,054,374	1,125,631,779
Saldo Kas Awal		211,320,000	503,455,000	926,291,700	1,523,750,684	2,351,805,058
Saldo Kas Akhir	211,320,000	503,455,000	926,291,700	1,523,750,684	2,351,805,058	3,477,436,837

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBIKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Proyeksi Neraca C&C Selama 5 Tahun

(Rupiah)

Akun	Jan-17	2018	2019	2020	2021	2022
Aktiva						
Aktiva Lancar						
Kas	15,000,000	503,455,000	926,291,700	1,523,750,684	2,351,805,058	3,477,436,837
Bahan Baku	184,320,000					
Pelengkapan	2,374,000					
Jumlah Aktiva Lancar	201,694,000	503,455,000	926,291,700	1,523,750,684	2,351,805,058	3,477,436,837
Aktiva Tetap						
Peralatan	33,400,000	33,400,000	33,400,000	33,400,000	33,400,000	33,400,000
Akumulasi Penyusutan Peralatan		6,680,000	13,360,000	20,040,000	26,720,000	33,400,000
Nilai buku peralatan setelah penyusutan	**33,400,000**	**26,720,000**	**20,040,000**	**13,360,000**	**6,680,000**	**0**
Total Aktiva Tetap	33,400,000	26,720,000	20,040,000	13,360,000	6,680,000	0
Total Aktiva	235,094,000	530,175,000	946,331,700	1,537,110,684	2,358,485,058	3,477,436,837
PASSIVA						
Hutang lancar						
Total Hutang lancar						
Hutang Jangka Panjang						
Ekuitas						
Modal sendiri	235,094,000	235,094,000	518,175,000	934,331,700	1,525,110,684	2,346,485,058
Laba Tahun Berjalan	0	283,081,000	416,156,700	590,778,984	821,374,374	1,118,951,779
Total Passiva	235,094,000	518,175,000	934,331,700	1,525,110,684	2,346,485,058	3,465,436,837

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak Cipta Milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BEP C&C

(Rupiah)

Tahun	Fixed Cost	Total Variable Cost	Sales	Break Even Point	1-(Total Variable Cost/Sales)
2018	68,950,000	376,114,000	735,500,000	141,109,350.39	0.488628144
2019	71,401,500	433,626,900	930,490,000	133,715,668.83	0.533980054
2020	74,523,075	500,015,061	1,177,088,000	129,558,002.18	0.575210128
2021	74,965,729	576,652,187	1,487,871,000	122,406,750.77	0.612431329
2022	75,430,515	665,124,806	1,878,290,000	116,785,729.35	0.645888119

NCF C&C 5 Tahun

Keterangan	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
EAT	283,081,000	416,156,700	590,778,984	821,374,374	1,118,951,779
Penyusutan Peralata	6,680,000	6,680,000	6,680,000	6,680,000	6,680,000
NET Cash Flow	**289,761,000**	**409,476,700**	**584,098,984**	**814,694,374**	**1,112,271,779**

NPV dari C&C

Tahun	NCF	(1/(1+i))^n	PV of NCF
2018	289,761,000	0.898149811	260248787.5
2019	409,476,700	0.806673084	330313832.3
2020	584,098,984	0.724513278	423187469.6
2021	814,694,374	0.650721464	530139115.9
2022	1,112,271,779	0.58444536	650062080.5
		PV of NCF	2193951286
		Initial Investment	247,094,000
		NPV	1,946,857,286

IRR C&C

Tahun	NCF	(1/(1+i))^n DF 11,34%	PV of NCF	(1/(1+i))^n DF	PV of NCF
2018	289,761,000	0.898149811	260248787.5	0.769230769	222893076.9
2019	409,476,700	0.806673084	330313832.3	0.591715976	242293905.3
2020	584,098,984	0.724513278	423187469.6	0.455166136	265862077.4
2021	814,694,374	0.650721464	530139115.9	0.350127797	285247146.2
2022	1,112,271,779	0.58444536	650062080.5	0.269329074	299567128.7
		PV of NCF	2193951286	PV of NCF	1315863335
		Initial Investments	Rp247,094,000.00	Initial Investment	247,094,000
		NPV	Rp1,946,857,285.77	NPV	1,068,769,335
		IRR=	52.71%		

Payback period C&C

Tahun	Net Cash Flow	Initial
Apr 2017		247,094,000
2018	289,761,000	-42,667,000
2019	409,476,700	-452,143,700
2020	584,098,984	-1,036,242,684
2021	814,694,374	-1,850,937,058
2022	1,112,271,779	

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian