RESUME

RENCANA PENDIRIAN USAHA PESANGRAIAN KOPI

"TAMBORA COFFEE" di JAKARTA

Oleh :

Nama : Denny Setyawan

NIM : 78120185

RESUME RENCANA BISNIS

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

APRIL 2017

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 Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

ABSTRAK

Denny Setyawan / 78120185 / 2017 / Rencana Pendirian Usaha Pesangraian Kopi "Tambora Coffee" / Pembimbing: Prof. Husein Umar.

Rencana usaha Tambora Coffee adalah mendirikan perusahaan pesangraian kopi dengan bentuk usaha perdagangan atau perseorangan yang menyediakan biji kopi sangrai siap pakai untuk keperluan *café* atau kedai kopi special.

Sebagai pesangrai, produk utama Tambora Coffee adalah kopi sangrai siap pakai yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Konsumen dapat memilih produk kopi dari indikasi geografis yang tunggal atau campuran. Perusahaan sejenis Tambora Coffee yang menjadi pesaing utama diantaranya : 9 Cups, Giyanti Coffee, dan The Caffeine Dispensary. Di awal pendiriannya, perusahaan ini mentargetkan pasar kedai kopi di kelapa gading, Jakarta utara karena pertumbuhan kedai kopi di Kelapa Gading pesat selama 5 tahun terakhir. Diharapkan Tambora Coffee mampu memasok permintaan biji kopi di berbagai wilayah merata di Jakarta. Strategi pemasarn yang dilakukan Tambora Coffee adalah dengan media sosial dan website serta pemasaran secara langsung (*personal selling*).

Perusahaan ini terdiri dari satu orang pemilik yaitu penulis secara pribadi, dibantu satu orang pesangrai, satu orang customer service serta dua orang office boy. Total kebutuhan dana sebesar Rp524.175.000,00 (lima ratus dua puluh empat juta seratus tujuh puluh lima ribu) dialokasikan pada kas, peralatan, perlengkapan, sewa ruko serta persediaan bahan baku

© 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 Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

ABSTRACT

Denny Setyawan / 78120185 / 2017 / Business Plan of Coffee Roasting Center "Tambora Coffee" in Jakarta / Advisor: Prof. Husein Umar,

The business plan of Tambora Coffee is starting a business of coffee roasting center. We build a single ownership business that provide fresh roasted coffee roasting business for supplying specialty coffee shop.

As a roaster, the main product of Tambora Coffee is fresh roasted coffee from all around Indonesia. The customer can chose either single origin coffee base on the geographical indication or some blended coffee from two or more local geographical indication. the main competitors of Tambora Coffee are 9 Cups, Giyanti Coffee, and The Caffeine Dispensary.

At the beginning, Tambora Coffee pick Coffee Shop Market at Kelapa gading as started point since the market growth growing rapidly this 5 years. In the end, we hope Tambora Coffee could provide fresh coffee to all state of Jakarta. Tambora Coffee's marketing strategy are promote using social media and website and also personal selling through each coffee shop.

This business only own by single person which is the writer himself and tambora Coffee recruits one roaster, one customer service, and two office boys. The amount of cash needed to start this business around Rp524.175.000. (five hundred and twenty four million one hundred and seventy five thousand rupiah)

© 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 Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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)
Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pendahuluan

Produksi kopi nasional mengalami fluktuatif dengan selisih yang signifikan. Pada tahun 2010, total produksi kopi nasional mencapai 686.921 (enam ratus delapan puluh enam ribu Sembilan ratus dua puluh satu) Ton. Produksi kopi nasional menurun di tahun 2011 menjadi 638.646 (enam ratus tiga puluh delapan ribu enam ratus empat puluh enam) Ton. Dan total produksi terus mengalami peningkatan dan penurunan sampai tahun 2015 didapatkan data total produksi sebesar 739.005 (tujuh ratus tiga puluh sembilan ribu lima) Ton. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.1, dari angka pertumbuhan kopi nasional yang fluktuatif didapatkan angka pertumbuhan produksi kopi nasional sebesar 1.47% per tahun sejak tahun 2010 sampai tahun 2015.

Bergerak pada industri pengolahan kopi merupakan industri yang memiliki deret proses yang sangat panjang dan bercabang. Buah dari tanaman kopi dapat diolah dari kulit dan daging buahnya, kulit tanduk dan kulit arinya sampai biji buah kopi itu sendiri. Pada rencana bisnis ini, penulis akan melakukan usaha pengolahan biji kopi dengan melakukan pesangraian biji kopi mentah untuk memberikan nilai tambah bagi biji kopi tersebut.

Rencana Produk dan Pemasaran

Tambora Coffee merupakan usaha pesangraian biji kopi, dimana produk utamanya adalah biji yang berasal dari Aceh, Bali dan Jawa Barat. Jenis varietas biji kopi yang ditawarkan adalah 100% Arabica. Kopi jenis Arabica dipilih karena memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan varietas robusta.

Karakteristik varietas arabika pada umunya hanya mampu tumbuh di dataran tinggi dengan ketinggian antara 1000 – 2000 mdpl. Penanganan tanaman kopi arabika juga lebih sulit dibandingan merawat tanaman kopi robusta karena tanaman kopi arabika cenderung mudah diserang hama dan membutuhkan waktu berbuah lebih lama dan jumlah buah yang lebih sedikit dibandingkan dengan hasil pemanenan kopi robusta.

Meski demikian, di dalam secangkir seduhan kopi arabika mampu mengeluarkan lebih dari 100 karakter rasa kopi dengan didominasi rasa buah-buahan, aroma khas bunga dan kacang – kacangan.

Di dalam upaya melakukan promosi, terdapat berbagai macam cara yang dapat dilakukan, berikut adalah promosi yang dilakukan oleh Tambora Coffee:

1. Periklanan *(advertising)*
   a. Situs Web
      Situs TamboraCoffee.com akan menjadi sarana informasi mengenai lokasi, produk dan proses transaksi bagi pelanggan. Operasional dan pemeliharaan situs akan dilakukan secara berkala setiap harinya. Dalam situs ini juga akan menampilkan ketersediaan stok, proses pesangraian dalam bentuk foto dan video.

   b. Media Sosial
      Selain menggunakan situs web, keberadaan media sosial menjadi hal yang penting karena merupakan media yang paling mudah diakses dan dimiiki oleh sebagian besar masyarakat. Untuk menjunjang kemudahan berkomunikasi, Tambora Coffee akan mendaftarkan akun resmi pada media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter

yang seluruhnya terkoneksi dan tersinkronisasi. Media-media ini akan menampilkan promosi dan informasi mengenai produk.

c. E-mail berkala

Tambora Coffee secara rutin mengirim email yang berisi informasi tentang jasa yang baik untuk konsumen. Dalam mengirimkan *email* kepada konsumen, sesuai dengan kemajuan teknologi maka menggunakan format dengan konten yang langsung berada pada *body email* sehingga lebih mudah dan langsung dapat dibaca oleh konsumen dalam berbagai media.

2. Pemasaran Langsung

a. Personal Selling

Mengunjungi kedai-kedai kopi yang menjadi target konsumen untuk menjelaskan produk dan layanan yang tersedia. Serta pilihan modifikasi dan spesifikasi produk yang akan dipesan.

b. Pembuatan Kartu Nama

Kartu nama berfungsi sebagai sarana informasi singkat mengenai data diri perusahaan yang berisi nama usaha, nama pemilik, alamat usaha, nomor telepon, dan media komunikasi yang dapat dihubungi. Kartu nama juga dapat digunakan sebagai media promosi usaha. Biaya pembuatan kartu nama untuk satu unitnya sebesar Rp20.000,00 (dua puluh ribu rupiah). Setiap tahunnya Tambora Coffee akan menerbitkan 4 unit kartu nama.

Rencana Sumber Daya Manusia

Tambora Coffee membutuhkan tenaga kerja yang berkompeten pada bidangnya untuk membangun sistem dan mengopersikan teknologi untuk melakukan proses pesangraian dengan tingkat akurasi yang tinggi dan proses administrasi yang baik serta sanitasi lokasi operasi yang baik. Pada mulanya, Tambora Coffee membutuhkan satu orang *manager*, satu orang *roaster*, satu orang *customer service*, dan dua orang *office boy*

Rencana Keuangan

Proyeksi penjualan pada tahun 2018 adalah sebesar Rp. 602.800.000 dengan laba kotor sebesar Rp. 211.086.000. beban pajak yang dibebankan sebesar 15% dari total pendalatan bersih dikurangkan penghasilan tidak kena pajak sbeesar Rp54.000.000,00 maka besar pajak dibebankan adalah Rp941.000,00. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diperkirakan bahwa laba bersih (EAT) yang dihasilkan pada periode 2018 adalah sebesar Rp. 59.300.000,00

Dana sebesar Rp. 524.175.000 akan dialokasikan untuk kas sebesar Rp50.000.000,00. Peralatan sebesar Rp151.000.000,00. Untuk perlengkapan sebsar Rp 28.800.000,00. Biaya sewa ruko selama 9 bulan dibebankan sebanyak Rp95.000.000,00 dan untuk mempersiapkan bahan baku dibutuhkan dana sebesar Rp199.375.000,00

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 Gie

Kesimpulan

Setelah melakukan berbagai macam perhitungan keuangan, yakni proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, proyeksi neraca serta berbagai perhitungan untuk menilai kelayakan usaha yang telah disajikan, maka kelayakan Tambora Coffee dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Melalui analisis titik impas, Tambora Coffee mampu menjual produk di atas posisi impas, maka proyek ini layak untuk dijalankan.
2. Melalui analisis nilai sekarang bersih, hasil perhitungan menunjukkan angka positif yaitu Rp460.965.698,75 (empat ratus enam puluh juta sembilan ratus enam puluh lima ribu enam ratus sembilan puluh delapan rupiah tujuh puluh lima sen) dengan tingkat diskonto 16,5%, maka proyek ini layak untuk dijalankan.
3. Melalui analisis tingkat pengembalian internal diperoleh indeks sebesar 50,0% dengan tingkat diskonto 16,5%, maka proyek ini layak untuk dijalankan.
4. Periode pengembalian investasi selama 3 tahun 2 bulan dengan periode penelitian jangka waktu 5 tahun maka proyek ini layak untuk dijalankan.
5. Melalui analisis indeks profitabilitas diperoleh indeks sebesar 141,75%, maka proyek ini layak untuk dijalankan

Berdasarkan metode analisis kelayakan usaha tersebut, dapat disimpulkan bahwa Usaha Tambora Coffee memenuhi segala aspek dari analisis kelayakan usaha. Oleh karena itu, Usaha ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan

Ucapan Terima Kasih

Selama penyusunan rencana bisnis ini, terdapat banyak pihak yang telah membantu penulis dalam memberikan dukungan secara moril berupa pengarahan, bimbingan, masukkan dan motivasi, serta dukungan secara materiil. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Husein Umar selaku dosen pembimbing atas ide, pikiran, kritik serta saran yang sangat membantu penulis dalam penyelesaian pembuatan karya akhir ini dan atas bantuannya di kala penulis menghadapi masalah.
2. Yang Mulia Bhiksu Bhadraruci dan Yang Mulia Bhikunni Santini Theri atas bekal spiritual dan bimbingan mawas diri di tengah proses perancangan karya akhir ini serta Cetiya Dharma Graha Candra Naya, Wisma Kusalayani, dan Komunitas Kadam Choeling Indonesia tempat penulis mematangkan emosi mental dan emosi spiritual.
3. Halim Tjong dan Noni selaku kedua orang tua penulis yang selama ini memberikan bekal pendidikan yang ditempuh penulis sampai saat ini serta Tanya Cahyaningsih, S.S., Wennie Cahyaningsih, S.Ikom., dan Fanya Cahyaningsih calon sarjana ekonomi sebagai saudara kandung penulis atas dukungan dan doanya.
4. Seluruh Guru, Dosen, dan tenaga pendidik pendidikan formal dan non-formal yang berkontribusi pada proses pendidikan dan pembelajaran penulis sejak pendidikan dasar sampai saat ini dan seterusnya.
5. Sahabat penulis: Edy, S.T., M.Kom., Oscar Faldi, S.AB., Stella Vania Octora, S.E., Patricia Wahyu Luis,S.E., Clara Monica, S.AB., Ricky Wijaya, S.AB., dan Fadhel Zarmen, S.AB., atas dukungan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis
6. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu atas kerjasamanya selama proses perkuliahan berlangsung.
7. Tempat pesangraian: 9 Cups, Giyanti Coffee Roastery dan The Caffeine Dispensary atas kerjasamanya meluangkan waktu untuk proses wawancara bersama penulis

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 IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

Aaker, David A. (2013), *Manajemen Pemasaran Strategis*, edisi 8, Terjemahan oleh David Wijaya, Herwita Titi Sekartaji, dan Hirson Kurnia, Jakarta: Salemba Empat

Asnawi, Said K. dan Chandra Wijaya (2010), *Pengantar Valuasi*, Jakarta: Salemba Empat.

Cristina, Ellen., M.Fuad., Sugiarto., Edy Sukarno. (2002), *Anggaran Perusahaan, Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

David, Fred R. (2013), *Strategic Management, Concepts and Cases*, Edinburgh: Pearson Education.

Fuad,M., Christine., Nurlela., Sugiarto., Paulus., (2009), *Pengantar Bisnis*, Bogor: Grafika Mardi Yuana.

Goldberg, Mike., Eric Palladini. (2010), *Managing Risk and Creating Value with Microfinance*, Washington: The World Bank

Heizer, Jay dan Barry Render (2011), *Operation Management*, Buku 2, Edisi 10, Boston: Pearson Education.

Husnan, Suad., Suwarsono M. (2014), *Studi Kelayakan Proyek Bisnis, Edisi 5*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Kasmir. (2013), *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2013), *Principles of Marketing*, Edisi 15e, Global Edition, New Jersey: Pearson.

Kotler, Philip., Kevin Keller. (2000) *Marketing Management, 14th ed*, New Jersey: Pearson Education.

Moldvaer, Anette. (2014) *Coffee Obsession*, Great Britain: Dorling Kindersley Limited.

Rustan, Surianto. (2009), *Mendesain Logo*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Saiman, Leonardus. (2009), *Kewirausahaan, Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, Jakarta: Salemba Empat.

Saliman, Abdul. (2011), *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan, Teori dan Contoh Kasus*, Jakarta: Prenada Media Group

Noe, Raymond A. (2013), Employee Training & development, 6th ed, United States : Mc Graw-Hill

Daftar Jurnal

Nalurita, Sari., Ratna Winandi, Siti Jaroh. 2014, '*Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia' Jurnal Agribisnis Indonesia, Vol2*, no,1, hal 63-74, diakses 20 Juni 2016, Http://www.journal.ipb.ac.id/index.php/jagbi/issue/view/1270/showtoc

Daftar Artikel

Direktorat Jendral Industri Argo dan Kimia. 2009, *'Roadmap Industri Pengolahan Kopi'*

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2015, *'Pengembangan Industri Prioritas Argo'*,

Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2014, *'Statistik Perkebunan Indonesia, Kopi'*

Daftar Situs Dalam Jaringan

Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. 2013, diakses 15 Maret 2016 http://www/aeki-aice.org/age/konsumsi-kopi-domestik/id

Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. 2013, diakses 15 Maret 2016 http://www/aeki-aice.org/page/sejarah/id

Home Styler, 2016, diakses 1 November 2016, http://www.homestyler.com/designer

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 Gie

Komunitas Keuangan LSM. 2013, diakses 25 Juni 2016 http://keuanganlsm.com/penyusutan-depresiasi-menurut-perpajakan/

Kontan. 2016, diakses 15 Oktober 2016, http://pusatdata.kontan.co.id/bungadeposito/

Otten Coffe. 2016, diakses 27 maret 2016, https://ottencoffee.co.id/manual-semi-automatic/la-marzocco-linea-mini-1-group

PAM Jaya. 2016, diakses 9 Oktober 2016, http://www.pamjaya.co.id/pages/info-pelanggan/tarif-air-minum

PLN. 2016, diakses 9 oktober 2016, http://www.pln.co.id/2011/03/tarif-tenaga-listrik/

Rumah. 2016, diakses 23 april 2016, http://www.rumah.com/listing-properti/disewa-disewakan-ruko-dikomplek-robinson-jembatan-3-pjp-080805-oleh-hasan

Dartar Undang-undang

Republik Indonesia. 2003. *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia. Jakarta.

Republik Indonesia. 2009. *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 96/PMK.03/2009 Tentang Jenis- Jenis Harta Yang Termasuk Dalam Kelompok Harta Berwujud Bukan Bangunan Untuk Keperluan Penyusutan*. Menteri Keuangan Republik Indonesia. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.* Menteri Hukum dan hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Jakarta

Republik Indonesia. *Peraturan Direktorat Jendral Pajak Nomor PER-38/PJ/2013*. Direktur Jendral Pajak. Jakarta

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 Gie