



**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA  
BAKERY AND PASTRY “ALOAPELILA”  
DI JAKARTA UTARA**

Alexander Billy  
Dibimbing oleh Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara  
Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971  
billyangkawidjaja99@gmail.com

**ABSTRAK**

Alexander Billy / 76170356 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha *Bakery and Pastry* “ALOAPELILA” di Jakarta Utara / Pembimbing : Ir. Liaw Bunfa, S.E, M.M.,

ALOAPELILA merupakan bisnis yang bergerak dibidang *food and beverages* yang menawarkan produk makanan berupa berbagai jenis *pastry*/kue dan roti yang dibuat secara *handmade*.

ALOAPELILA memiliki visi untuk menjadi produsen makanan roti dan *pastry* yang dikenal baik di dalam maupun di luar negeri. Untuk mencapai visi tersebut, maka diperlukan misi yang mendukung seperti terus melakukan inovasi dan pengembangan produk, menciptakan lingkungan kerja yang baik, mengutamakan keselamatan dan keamanan karyawan, dan menjalankan usaha sesuai dengan SOP yang berlaku.

Bisnis ALOAPELILA akan didirikan di Jl. Kelapa Kopyor Raya Blok Q1 No.9, Jakarta Utara. ALOAPELILA menjalankan usahanya dengan bantuan bank BCA. Bisnis ALOAPELILA dapat dihubungi melalui nomor 082297407821.

ALOAPELILA akan menjalankan usahanya sepenuhnya secara *online* seperti pemasaran dan kontak dengan konsumen. Maka, ALOAPELILA kembali strategi pemasaran secara online dengan menerapkan promosi pada hari raya atau pada pembelian dalam jumlah tertentu.

Dalam perhitungan analisis kelayakan usaha, ALOAPELILA memiliki prospek yang positif. Hal ini dilihat dari jumlah penjualan yang berada di atas BEP. *Payback Period* berada dibawah 5 tahun dan PI sebesar 3%.

Kata kunci : *Bakery dan Pastry*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya karya ini tanpa mengutip 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.

## ABSTRACT

Alexander Billy / 76170356 / 2021 / *Business Plan for Establishing “ALOAPELILA” Bakery and Pastry Business in North Jakarta* / Advisor : Ir. Liaw Bunfa, S.E, M.M.,

*ALOAPELILA is a business engaged in food and beverages that offers food products in the form of various types of handmade pastry and breads.*

*ALOAPELILA has a vision to become well-known bakery and pastry food manufacturers at home country and abroad. To achieve this vision, a supportive mission is needed, such as continuing to innovate products, creating a good work environment, prioritizing employee safety, and running a business in accordance with SOPs.*

*ALOAPELILA will be established on Jl. Kelapa Kopyor Raya Block Q1 No.9, North Jakarta. ALOAPELILA runs with the help of BCA bank. ALOAPELILA can be contacted through the number 082297407821.*

*ALOAPELILA will runs its operation fully online such as marketing and contact with consumers. So, ALOAPELILA developed an online marketing strategy by implementing promotions on holidays or on purchases in certain quantities.*

*In calculating feasibility analysis, ALOAPELILA has a positive prospect. This can be seen from the number of sales that are above the BEP. Payback Period is under 5 years and PI is 3%.*

**Key word : Bakery and Pastry**





## I. Pendahuluan

### Konsep Bisnis

ALOPELILA merupakan bisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang memproduksi makanan berupa roti dan kue yang dibentuk menjadi berbagai karakter unik. ALOPELILA dijalankan secara *online* dengan berbagai bantuan dari media *online* terutama media sosial. Pendirian usaha ALOPELILA ini didasari oleh ketertarikan penulis terhadap produk roti dan kue terutama dalam proses pembuatannya yang unik. ALOPELILA akan didirikan di Jakarta Utara, tepatnya di Kelapa Gading.

### Visi dan Misi Perusahaan

#### a. Visi

Dalam menjalankan usahanya, ALOPELILA berpegang pada sebuah visi yaitu “menjadi produsen roti dan kue yang dikenal masyarakat luas baik di dalam maupun di luar negeri dengan keunikan dan integritas usaha yang baik.”

#### b. Misi

Untuk mewujudkan visi ALOPELILA, diperlukan misi sebagai berikut :

1. Melakukan inovasi dan pengembangan produk untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen.
2. Mengedepankan keamanan dan keselamatan karyawan serta kesejahteraan karyawan.
3. Menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik.
4. Menjalankan usaha secara konsisten dan sesuai dengan SOP yang berlaku.
5. Menciptakan lingkungan kerja yang baik dan kondusif bagi karyawan serta menjaga kesejahteraan lingkungan sekitar perusahaan.
6. Terus menjaga kualitas produk dengan melakukan pengawasan secara menyeluruh terhadap proses pengoperasian usaha.

### Peluang Bisnis

Bisnis *bakery* di Indonesia memiliki prospek yang baik. Setiap tahunnya, berdasarkan data dari kementerian pertanian, konsumsi roti setiap tahunnya mengalami peningkatan. Di tahun 2013, konsumsi roti tawar dan manis mencapai 0,85 kilogram per kapita. Di tahun 2018, jumlah konsumsi roti meningkat menjadi 3,15 kilogram per kapita. Produk kue juga mengalami peningkatan di tahun 2013 konsumsi roti mencapai 0,69 kilogram per kapita dan meningkat di tahun 2018 menjadi 1,83 kilogram per kapita. Selain dilihat dari konsumsi per tahunnya, pangsa pasar di Indonesia terutama di Jakarta juga sangat luas dengan pendapatan masyarakat yang besar dan terus meningkat dan kepadatan penduduk yang sangat pada.

### Kebutuhan Dana

Dana yang diperlukan untuk membangun usaha ALOPELILA sebesar Rp 165.538.820. Dana ini akan dialokasikan untuk kas, peralatan, perlengkapan, sewa bangunan, dan bahan baku. Dana akan diperoleh dari dana pribadi penulis.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Jl. Cipinang Permai 1, Jakarta Timur 10710  
 Telp. (021) 79900000  
 Email: info@kwikkiangie.ac.id



**II. Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional dan Manajemen**

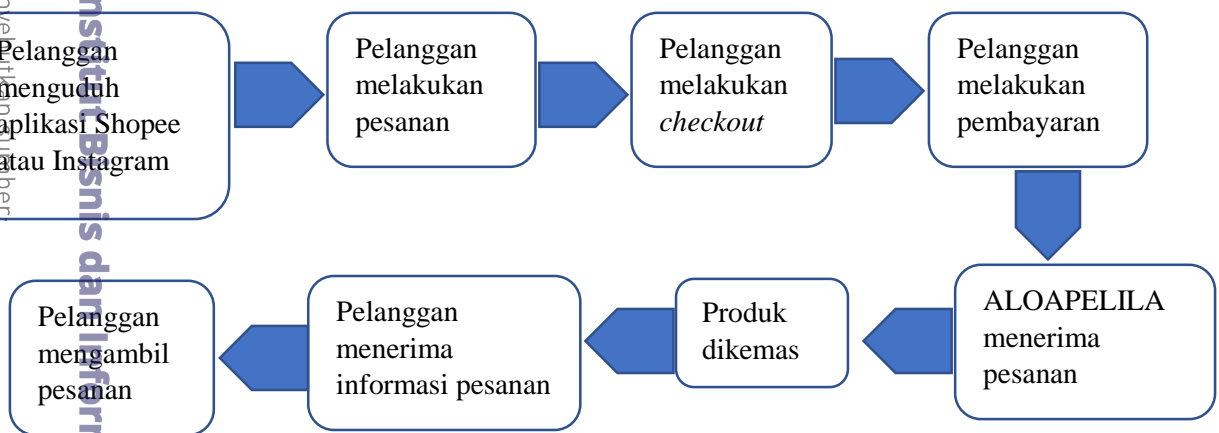
**Rencana Operasi Pendirian ALOAPELILA**

Pendirian usaha ALOAPELILA dimulai dari perencanaan bisnis hingga memulai operasi usaha memerlukan waktu 4 bulan.

No	Kegiatan	Oktober 21				November 21				Desember 21				Januari 22			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan bisnis	█	█														
2	Menentukan lokasi		█	█													
3	Menentukan alur produksi			█	█												
4	Menentukan pemasok				█	█											
5	Mempersiapkan modal					█	█										
6	Membuat NPWP dan NIB						█	█									
7	Membuat SIUP							█	█								
8	Menyewa tempat usaha								█								
9	Membeli peralatan dan perlengkapan								█	█							
10	Melakukan renovasi									█	█	█					
11	Merekrut karyawan											█	█				
12	Melakukan pelatihan karyawan												█	█	█	█	
13	Memulai operasi																█

Sumber : ALOAPELILA

**Alur Proses Pemesanan Produk Secara Online**



Sumber : ALOAPELILA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya. Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Menjalankan usaha ALOAPELILA tidak lepas dari penggunaan teknologi yang mendukung operasional usaha. Peralatan dengan teknologi yang baik sangat diperlukan perusahaan terutama pada bagian produksi dan pemasaran. Beberapa peralatan inti untuk menjalankan usaha ALOAPELILA sebagai berikut :

Peralatan	Keterangan
Mixer	Mixer sangat diperlukan perusahaan untuk proses pengadukan adonan agar adonan dapat dengan cepat diolah dan di masak.
Smartphone	Proses pemasaran dan penerimaan pesanan akan menggunakan smartphone.
Oven	Oven akan sangat diperlukan untuk memanggang kue kering dan macaron.
Laptop	Proses perhitungan pendapatan dan pengeluaran usaha memerlukan aplikasi perhitungan dengan menggunakan laptop.
Steamer	Memasak produk <i>steamed bun</i> akan menggunakan steamer.

Sumber : ALOAPELILA

## Rencana Kebutuhan Peralatan dan Perlengkapan

Peralatan dinilai sebagai penunjang operasional perusahaan yang memiliki nilai penyusutan. Peralatan memiliki nilai penyusutan selama 5 tahun dengan metode yang digunakan yaitu metode penyusutan garis lurus tanpa nilai sisa. Berikut keperluan peralatan usaha ALOAPELILA :

No	Nama Peralatan	Jumlah	Harga satuan	Biaya
1	Oven listrik Bosch HBG633BS1J	1	16.736.000	16.736.000
2	Kompor gas	1	325.000	325.000
3	Mixer Bosch Universal Plus 6n11	1	7.500.000	7.500.000
4	Steamer	2	375.000	750.000
5	Kulkas Sharp low watt SJ 246 XG MR 250 Liter	1	3.450.000	3.450.000
6	Panci	3	118.000	354.000
7	Panasonic Microwave Digital low watt Nnst32hmtte	1	1.625.500	1.625.500
8	Meja	2	274.000.00	548.000
9	Meja besi	2	596.000	1.192.000
10	Kursi	5	95.000	475.000
11	AC Daikin Multi-S	1	1.879.000	1.879.000
12	Hand mixer Sharp Em-H53wh	2	439.000	878.000
13	Timbangan elektrik	1	190.300	190.300
14	Ember	1	143.000	143.000
15	Tempat sampah	1	187.000	187.000
16	Laptop	1	4.200.000	4.200.000
17	Smartphone	1	2.399.000	2.399.000
18	Wifi	1	149.500	149.500
<b>TOTAL</b>				<b>42.981.300</b>

Sumber : ACE Hardware, Shopee, Tokopedia

Perlengkapan merupakan pendukung jalannya usaha. Perlengkapan memiliki jangka waktu pemakaian yang relatif lebih pendek dibandingkan dengan peralatan. Berikut perlengkapan yang diperlukan ALOAPELILA :



No	Perlengkapan	Jumlah	Harga Satuan	Total Harga
1	Cetakan kue	6	9.000	54.000
2	Talenan	2	39.900	79.800
3	Rolling pin	2	17.500	35.000
4	Loyang	5	24.000	120.000
5	Baking paper 10 m	60	44.900	2.694.000
6	Gas	12	140.000	1.680.000
7	Saringan	2	14.000	28.000
8	Gelas ukur	4	9.000	36.000
9	Tupperware set 17 pcs	1	89.000	89.000
10	Mangkuk	4	12.000	48.000
11	Piping bag silikon	8	25.000	200.000
12	Spuit kue Wilton set 24 pcs	1	38.000	38.000
13	Whisk	3	17.500	52.500
14	Spatula	3	27.000	81.000
15	Plastik sampah 50x60 cm 100 pcs	5	28.000	140.000
16	Sapu	2	75.000	150.000
17	Pel	2	125.000	250.000
18	Kain lap	5	12.000	60.000
19	Sabun cuci piring	12	26.000	312.000
20	Spons cuci piring	8	5.000	40.000
21	Karbol	8	29.000	232.000
22	Stampel	6	64.000	384.000
23	Paper bag	10.000	600	6.000.000
24	Box food grade	12.000	750	9.000.000
25	Pisau	2	33.000	66.000
<b>Total</b>				<b>21.869.300</b>

Sumber : Srikandi, Lottemart

### Rencana Kebutuhan Bahan Baku

Bahan baku yang diperlukan usaha ALOAPELILA berupa bahan baku untuk membuat roti dan kue seperti tepung, gula, telur, dan lainnya. Bahan baku ini akan di beli melalui pemasok yang telah di tentukan. Berikut kebutuhan bahan baku ALOAPELILA :

Hak Cipta Ditanggung 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.



No	Bahan Baku	Jumlah	Harga Satuan	Biaya
1	Tepung terigu Komachi 1 kg	8	Rp22.000	Rp176.000
2	Tepung terigu protein sedang (Segitiga biru) 1 kg	10	Rp12.000	Rp120.000
3	Tepung almond 250 gram	10	Rp24.000	Rp240.000
4	Gula pasir 1 kg Gulaku	8	Rp16.000	Rp128.000
5	Gula halus 1 kg	8	Rp18.000	Rp144.000
6	Garam 250 gram	1	Rp6.000	Rp6.000
7	Telur 1 kg	10	Rp24.000	Rp240.000
8	Perasa vanilla Toffieco 100 ml	2	Rp23.000	Rp46.000
9	Pewarna gel Chefmaster 20 gram	8	Rp24.000	Rp192.000
10	Unsalterd butter Hollman 500 gram	6	Rp36.000	Rp216.000
11	Susu cair Ultra Milk 1 liter	8	Rp17.000	Rp136.000
12	Ragi fermipan 50 gram	2	Rp11.000	Rp22.000
13	Pewarna bubuk KOEPOE 8 gram	8	Rp2.500	Rp20.000
14	Heavy cream RICH 907 gram	2	Rp45.000	Rp90.000
15	Minyak sayur Tropical 500 ml	1	Rp8.000	Rp8.000
16	Bubuk perasa Goldenfil 50 gram	4	Rp23.000	Rp92.000
17	Chocolate coumpound 1 kg	2	Rp26.000	Rp52.000
Total				Rp 1.928.000

Sumber: Srikandi, Lottemart

### III. Strategi Bisnis

#### Target Pasar

##### 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi pasar berdasarkan letak geografis berada di Jakarta Utara yaitu di Kelapa Gading. Jakarta merupakan daerah pusat Indonesia dengan kepadatan penduduk yang padat menjadikan Jakarta sebagai lokasi usaha yang ideal.

##### 2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografi membahas mengenai ciri masyarakat dari segi sosial. Demografi yang cocok untuk usaha ALOAPELILA adalah laki-laki dan perempuan dengan jangkauan usia 10-35 tahun dan ekonomi menengah keatas.

##### 3. Segmentasi Psikologis

Menentukan segmentasi psikologis dapat menggunakan analisis VALS. Berdasarkan analisis VALS, target pasar yang baik untuk ALOAPELILA adalah *self-expression* dan *experiencers*. Maksud dari kedua poin ini adalah konsumen yang ingin mengekspresikan diri dan mendapat pengalaman baru ketika membeli sebuah produk.

##### 4. Segmentasi Perilaku

Dilihat dari perilakunya, target konsumen yang baik adalah konsumen dengan ketertarikan dengan produk yang unik.





## Strategi Pemasaran

### 1. Diferensiasi

Diferensiasi merupakan suatu pembeda usaha dengan usaha lainnya. Letak diferensiasi ALOAPELILA terletak pada bentuk produknya yang berbeda dengan produk pesaing.

### 2. *Positioning*

Perusahaan akan memposisikan diri dalam benak masyarakat sebagai perusahaan yang memproduksi produk dengan bentuk yang unik dan lucu.

### 3. Penetapan Harga

ALOAPELILA menetapkan harga produknya dengan strategi harga tinggi karena perusahaan dengan spesifikasi produk yang sama dengan ALOAPELILA masih jarang dan produk yang dibuat ALOAPELILA cukup sulit sehingga terdapat keterbatasan dalam memproduksi produk ALOAPELILA.

### 4. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan media yang digunakan perusahaan untuk mencapai target pasarnya. Dikarenakan ALOAPELILA menjalankan usahanya sepenuhnya secara *online*, maka saluran distribusi utama ALOAPELILA adalah media sosial dan media seperti Gojek dan Grab.

## Strategi Promosi

*Advertising* atau periklanan yang dilakukan ALOAPELILA menggunakan media sosial baik dengan bantuan pihak luar perusahaan seperti *food blogger* ataupun menggunakan iklan berbayar seperti Instagram ads atau google ads.

*Personal selling* merupakan strategi promosi yang dilakukan langsung dari pihak perusahaan kepada konsumen yang dilakukan dengan interaksi langsung. *Personal selling* dilakukan perusahaan pada saat konsumen meghubung perusahaan yang kemudian akan dilaani oleh pihak pemasaran secara langsung.

*Sales promotion* menjadi salah satu strategi promosi yang dinilai cukup efektif untuk menarik konsumen terutama dikarenakan harga produk yang ditawarkan perusahaan cukup tinggi. Strategi potongan harga ini akan dilakukan perusahaan pada hari raya atau saat konsumen membeli produk dalam jumlah tertentu.

## Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ALOAPELILA adalah 4 orang dengan 1 orang sebagai manajer, 2 orang di bagian produksi, dan 1 orang di bagian pemasaran. Jadwal kerja yang ditetapkan untuk seluruh tenaga kerja aitu pada hari Senin-Kamis dari pukul 07.00-11.00. Pukul 11.00-12.00 digunakan untuk waktu istirahat dan dilanjutkan dari pukul 12.00-14.00. Pada hari Jumat dan Sabtu dimulai dari pukul 07.00-10.00 lalu istirahat pukul 10.00-11.00 dan dilanjutkan pukul 11.00-13.00. Total jam kerja perminggu adalah 40 jam.

## Kompensasi dan Balas Jasa Sumber Daya Manusia

Kompensasi dari perusahaan ke karyawan berupa gaji yang diberikan setiap bulan kepada karyawan beserta tunjangan hari raya yang diberikan sebesar 25% dari gaji pokok. Gaji yang diberikan kepada manajer adalah sebesar Rp 5.000.000 dan tunjangan hari raya sebesar Rp 1.250.000. Gaji yang diberikan untuk bagian produksi dan pemsemasaran sebesar Rp 4.500.000 dan tunjangan hari raya yang diberikan sebesar Rp 1.125.000

## Analisis Keuangan

ALOAPELILA menggunakan analisis kelayakan investasi *payback period*, *net present value*, *profitability index*, dan *break event point*. Berdasarkan perhitungan *payback period*, waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal awal perusahaan adalah selama 10 bulan 15 hari. Berdasarkan





analisis *payback period*, ALOAPELILA layak untuk dijalankan dikarenakan *payback period* < 5 tahun. Perhitungan *net present value* ALOAPELILA menunjukkan bahwa NPV ALOAPELILA sebesar Rp 758.698.384 yang menandakan jika investasi usaha ALOAPELILA akan memberikan keuntungan. *Profitability index* ALOAPELILA sebesar 3,58 yang menandakan kelayakan usaha dengan batas kelayakan  $PI > 1$ .

*Break event poin* ALOAPELILA untuk produk *steamed bun* sebanyak 5.272 unit dan dalam rupiah sebesar Rp 94.896.000. Penjualan dalam unit untuk produk kue kering adalah 7.029 unit dan dalam rupiah sebesar Rp 196.812.000. Untuk produk macaron sebanyak 7.029 unit dan dalam rupiah sebesar Rp 49.203.000. Dari angka tersebut, perusahaan ALOAPELILA harus menargetkan penjualan per tahunnya diatas dari jumlah perhitungan BEP ini untuk mendapatkan keuntungan.

### Pengendalian Risiko

Untuk mengatasi risiko yang berhubungan dengan bahan baku, perusahaan perlu terus menghitung persediaan bahan bakunya dan Menyusun bahan baku sesuai dengan kadarluarsanya agar tidak ada bahan baku yang rusak. Perusahaan juga perlu menentukan pemasok alternatif agar bila sewaktu-waktu pemasok utama mengalami permasalahan, perusahaan dapat membeli kebutuhan bahan bakunya ke pemasok alternatif.

Risiko ketenagakerjaan dapat di atasi dengan pengawasan secara menyeluruh terhadap pengoperasian usaha. Perusahaan juga perlu memilik tenaga kerja yang baik pada saat proses seleksi karyawan serta memberikan pelatihan agar karyawan dapat bekerja denga baik.

Regulasi yang dikeluarkan pemerintah dapat memberikan dampak negatif terhadap jalannya usaha. Untuk meminimalisir risiko akibat regulasi pemerintah, perusahaan perlu selalu sigap terhadap peraturan yang dikeluarkan pemerintah sehingga perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan regulasi yang dikeluarkan pemerintah.

Pesaing memberikan berbagai risiko terhadap jalannya perusahaan. Untuk menanggulangi risiko pesaing, perusahaan harus dapat menempatkan dirinya dalam pasar dengan mengedepankan keunggulan dan diferensiasi perusaan.

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

- Astuti, Miguna Nurhafifah Matondang (2020), *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media*, Edisi 1, Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Herjanto, Eddy (2017), *Manajemen Operasi*, Edisi 3, DKI Jakarta: Grasindo.
- Idris, Muhammad (2021), "Rincian UMR Jakarta dan Daerah Sekitarnya", Kompas.com, diakses 15 Juli 2021, <https://money.kompas.com/read/2021/03/29/164702726/rincian-umr-jakarta-2021-dan-daerah-sekitarnya>
- Kotler, Philip (2016), *Marketing Manajement*, Edisi 15, USA: Pearson Global Edition.
- Musthafa (2017), *Manajemen Keuangan*, Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.
- Panoli, Krishna P (2021), "Industri Roti di Tengah Pandemi", Kompas.id, diakses 9 April 2021, <https://www.kompas.id/baca/metro/2021/02/11/industri-roti-di-tengah-pandemi>
- Panoli, Krishna P (2021), "Pandemi Covid-19 dan Potensi Industri Roti", Kompas.id, diakses 8 April 2021, <https://www.kompas.id/baca/metro/2021/01/31/pandemi-covid-19-dan-potensi-industri-roti>
- Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Lembaran Negara RI Tahun 2003, No 39. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaran Negara RI Tahun 2008, No 93. Sekretariat Negara. Jakarta
- Rival, Veithzal (2018), *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik*, Edisi 3, DKI Jakarta: Rajawali Pers.
- Robbins, Stephen P, Timothy A. Judge (2017), *Perilaku Oeganisasi*, Edisi 16, DKI Jakarta: Salemba Empat.
- Sulasih, Sardjana, Orba Manullang (2021), *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi 1, Medan: Kita Menulis
- Yam, Jim Hoy (2020), *Manajemen Strategi Konsep dan Implementasi*, Edisi 2, Makassar: Nas Media Pustaka.