



RENCANA BISNIS
PENDIRIAN USAHA DISTRIBUTOR KAMPAS REM
“ROTOR AUTOPARTS”
DI SUNTER, JAKARTA UTARA

Wahyu Lee
Dibimbing oleh Dr. Tony Sitinjak M.M
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter–Jakarta Utara
Telp: (021)65307062/Fax: 6530 6971

ABSTRAK

Wahyu Lee / 79170421 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Distributor Kampas Rem Rotor Autoparts di Sunter, Jakarta Utara / Dosen Pembimbing : Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Rotor Autoparts merupakan usaha yang bergerak di bidang komponen otomotif kendaraan roda empat yaitu sebagai distributor kampas rem untuk berbagai macam merek kendaraan. Rotor Autoparts mendistribusikan produk kampas rem kepada pengecer, toko sparepart, bengkel dan memasarkan produk di e-commerce.

Visi dari Rotor Autoparts yaitu menjadi distributor sparepart kampas rem nomor satu di Indonesia.

Target Pasar Rotor Autoparts adalah masyarakat di seluruh Indonesia yang berjenis kelamin pria/wanita berusia 17 tahun keatas dengan aktivitas mobilitas yang tinggi dan termasuk dalam kategori golongan menengah keatas, memiliki pekerjaan sebagai wirausaha/wiraswasta, karyawan kantor, maupun pelajar yang memiliki hobi di bidang otomotif dan sangat peduli terhadap keselamatan dan kenyamanan berkendara.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Rotor Autoparts untuk mempromosikan produk yaitu melalui penjualan personal, promosi penjualan, media sosial, e-commerce dan radio.

Dalam perencanaan sebuah bisnis sangat penting untuk melakukan analisis kelayakan keuangan untuk menilai bagaimana prospek bisnis tersebut. Rotor Autoparts menggunakan beberapa analisis yaitu Net Present Value yang lebih besar dari 0 yaitu, sebesar Rp 3.069.173.382, Profitability Index diatas 1 yaitu sebesar 3,83, Break-Event Point (BEP) yang nilai penjualannya selalu lebih besar dari BEP selama 5 tahun. Sedangkan Payback Period atau pengembalian modal yang diperoleh Rotor Autoparts adalah selama 1 Tahun 4 bulan 15 hari.

Kata kunci: Rotor Autoparts, kampas rem, roda empat, distributor

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.

ABSTRACT

Wahyu Lee / 79170421 / 2021 / *The Business Proposal of Rotor Autoparts Distributing Brake Pad in Sunter, North Jakarta / Supervisor: Dr.Tony Sitinjak, M.M.*

Rotor Autoparts is an automotive business specializing in four wheels specifically distributing brake pads for different kinds of vehicles. Rotor Autoparts distributes its products to retailers, spare parts stores, workshops, and e-commerce.

The vision of Rotor Autoparts is to be the number one brake pad distributor in Indonesia.

Rotor Autopart's target market are Indonesians male or female, aged 17 years or over with high mobility activities and included in the category of the upper-middle class. Most of them are entrepreneurs, office employees, and students with automotive hobbies who concerns about safety and driving comfort.

The market strategies that Rotor Autoparts applies to promote its products are through personal selling, advertising, social media, e-commerce, and radio advertising.

It is highly significant for a business to analyze the budgeting to evaluate the business prospect. Hence, Rotor Autoparts applies certain analyses. This includes Net Present Value, which is greater than 0, namely Rp 3.069.173.382, Profitability Index above 1, which is 3.83, Break-Event Point (BEP) whose sales value is always greater than the BEP for 5 years. Meanwhile, the payback period or return on capital that is obtained by Rotor Autoparts is within 1 year 4 months and 15 days.

Kata kunci: *Rotor Autoparts, brake pad, four wheel, distributor*



Hak Cipta Ditugasi Untuk
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.



I. Pendahuluan

Konsep Bisnis

Rotor Autoparts menyediakan suku cadang asli dan berdaya tahan tinggi sehingga akan memperpanjang umur penggunaan sparepart dan mobil. Sebagai distributor kampas rem Rotor Autoparts akan menjual/mendistribusikan produk-produk sparepart kami kepada bengkel-bengkel, toko-toko eceran, reseller hingga e-commerce. Penulis akan menguatkan pemasaran melalui direct marketing sehingga jangkauannya lebih luas dan tidak dibatasi oleh jam kerja karena dapat melayani konsumen selama 24 jam. Rotor Autoparts akan menjual berbagai merk sparepart kendaraan seperti Mitsubishi, Honda, Daihatsu, Isuzu, Toyota. Untuk sementara Rotor Autoparts akan fokus untuk menjual kampas rem kendaraan roda empat.

Visi dan Misi

a. Visi

Visi Rotor Autoparts adalah “Menjadi distributor sparepart kampas rem nomor satu di Indonesia”

b. Misi

Misi dari Rotor Autoparts adalah:

1. Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen
2. Memberikan kualitas produk yang dapat memuaskan pelanggan
3. Memberikan harga yang bersaing kepada konsumen
4. Mampu mendistribusikan produk Rotor Autoparts di seluruh wilayah Indonesia.
5. Membangun brand image yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia
6. Menurunkan angka kecelakaan kendaraan roda empat

Peluang Bisnis

Terdapat sebanyak 42.000 toko yang tidak resmi yang terdiri dari bengkel kendaraan roda empat, retailer sparepart, dan dealer sparepart dengan banyaknya jumlah bengkel yang ada di Indonesia dapat menjadi peluang yang menjajikan dan cerah bagi Rotor Autoparts yang mendistribusikan kampas rem untuk kendaraan roda empat kepada bengkel-bengkel, retailer dan dealer sparepart tersebut. Peluang ini didukung dengan adanya keperluan pergantian sparepart kampas rem untuk mobil bertransmisi matic yang melakukan pergantian sparepart kampas rem setiap 30.000-40.000 km.

Kebutuhan Dana

Dana awal yang dibutuhkan untuk membuka bisnis yaitu sebesar Rp 1.080.774.150. Kebutuhan dana diperoleh dari tabungan penulis selaku direktur dan orang tua penulis selaku komisaris direktur.



II. Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

Rencana Operasi Pembukaan Rotor Autoparts

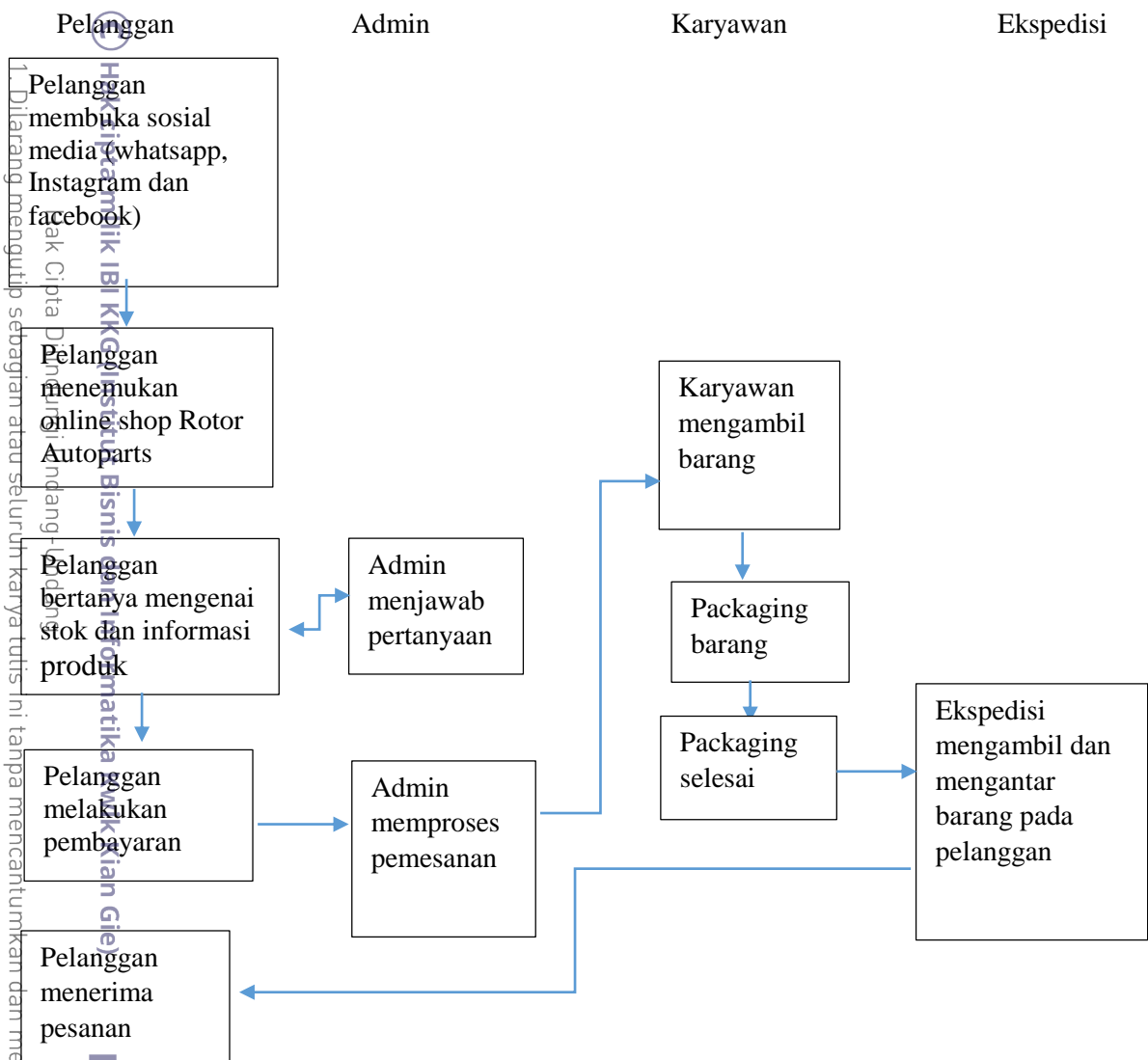
Keterangan	2021																2022								
	Ags				Sep				Okt				Nov				Des				Jan				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Melakukan survei pasar	■	■																							
Membuat rencana bisnis		■	■																						
Mencari pemasok				■	■																				
Melakukan perekrutan karyawan					■	■																			
Pengajuan Nama PT						■																			
Membuat akta pendirian PT di notaris							■																		
Pengajuan Izin Pendirian Badan Hukum								■																	
Pengajuan SIUP dan NIB									■																
Pendaftaran PT										■															
Pengajuan BPJS ketenagakerjaan											■														
Membuat NPWP dan VAT (Nomor Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak)												■													
Mendaftarkan merek dagang											■	■	■	■	■										
Membeli produk kampas rem dari pemasok																				■	■				
Membeli perlengkapan dan peralatan																				■	■				
Pembuatan online shop																					■	■			
Melakukan promosi																					■	■			
Pembukaan																								■	

Sumber: Rotor Autoparts

1. Ditaring 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.



Alur Proses Pembelian Kampas Rem Rotor Autoparts Melalui Media Sosial

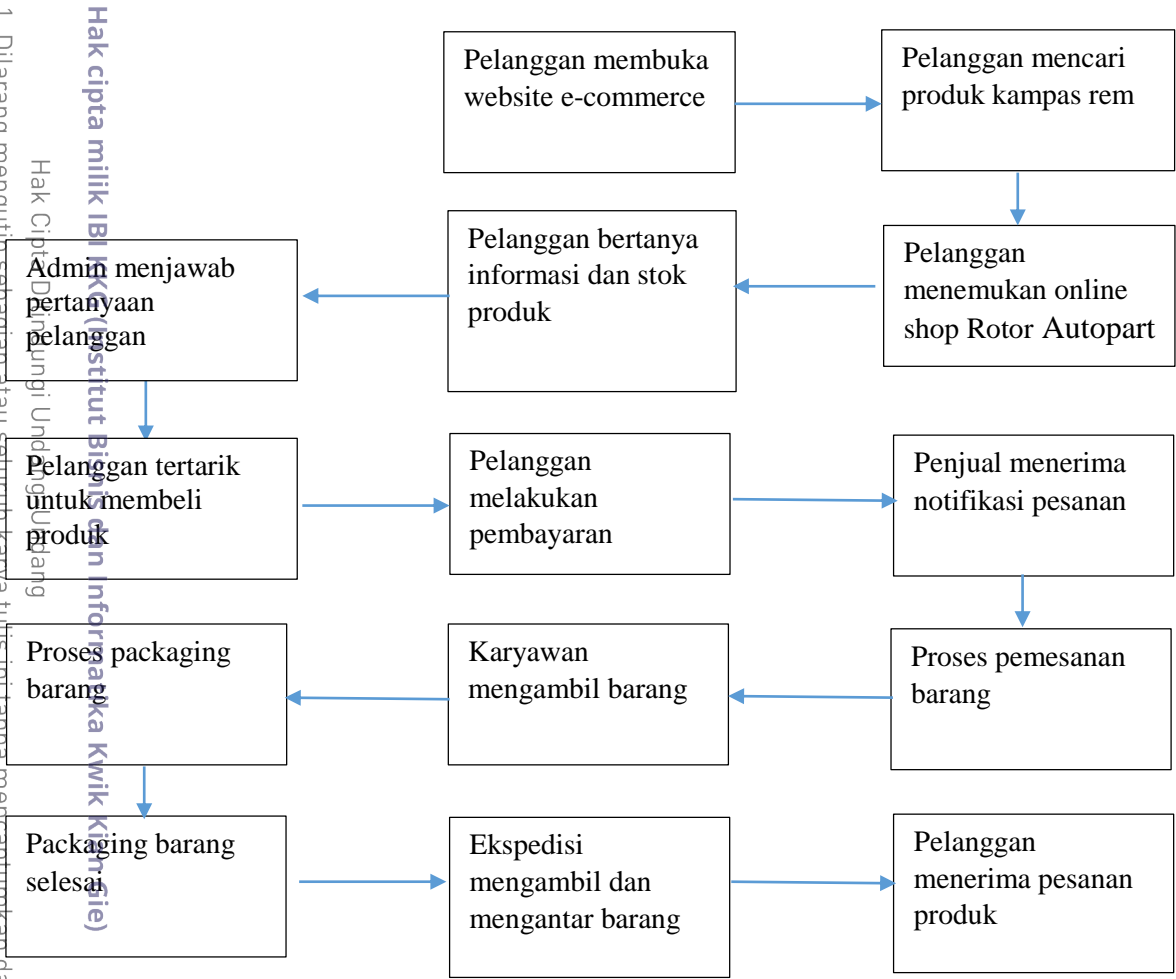


Sumber: Rotor Autoparts

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.



Alur Proses Pembelian Kampas Rem Rotor Autoparts Melalui E-Commerce

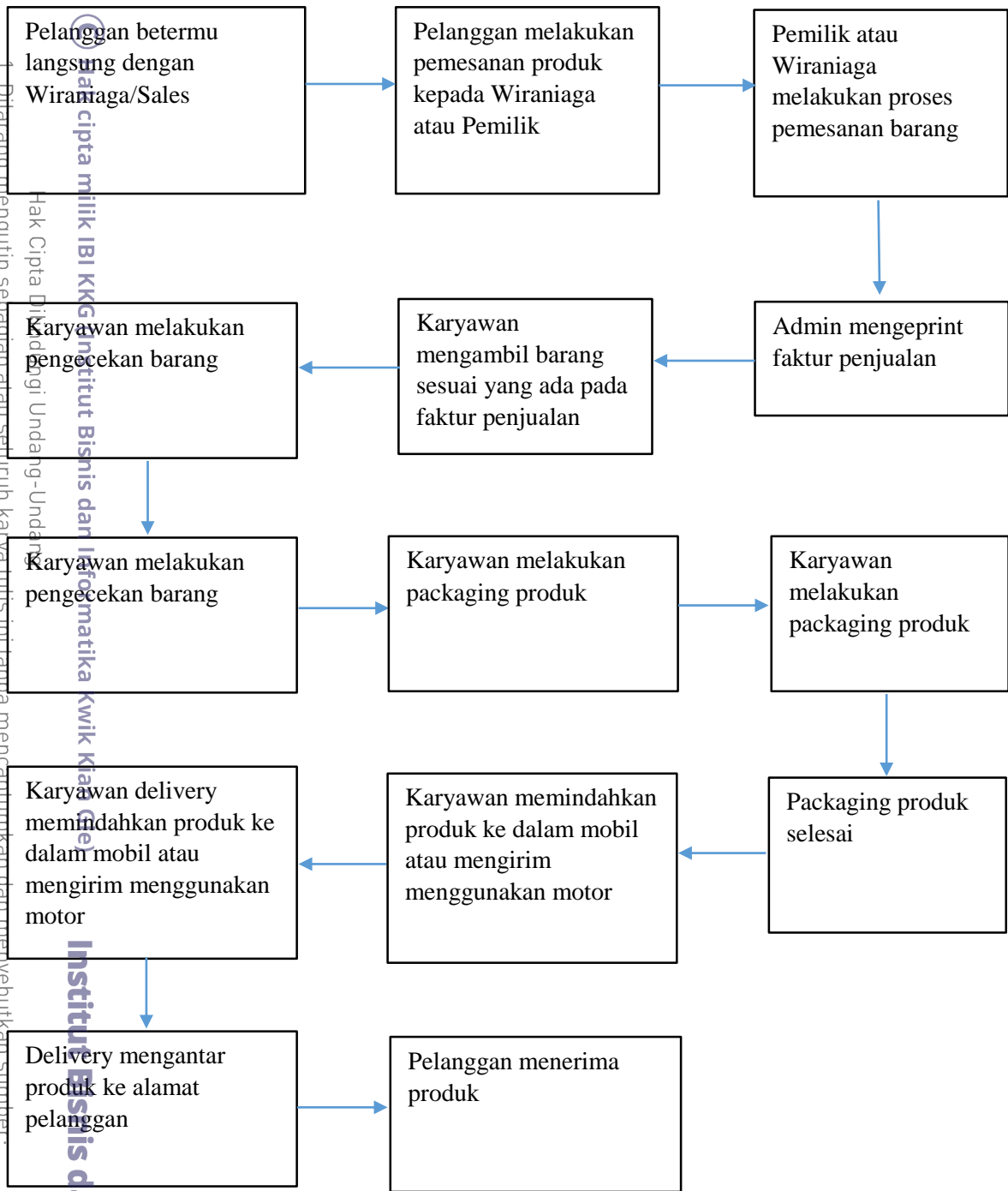


Sumber: Rotor Autoparts

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.



Alur Proses Pembelian Produk Kampas Rem Rotor Autoparts Melalui Offline

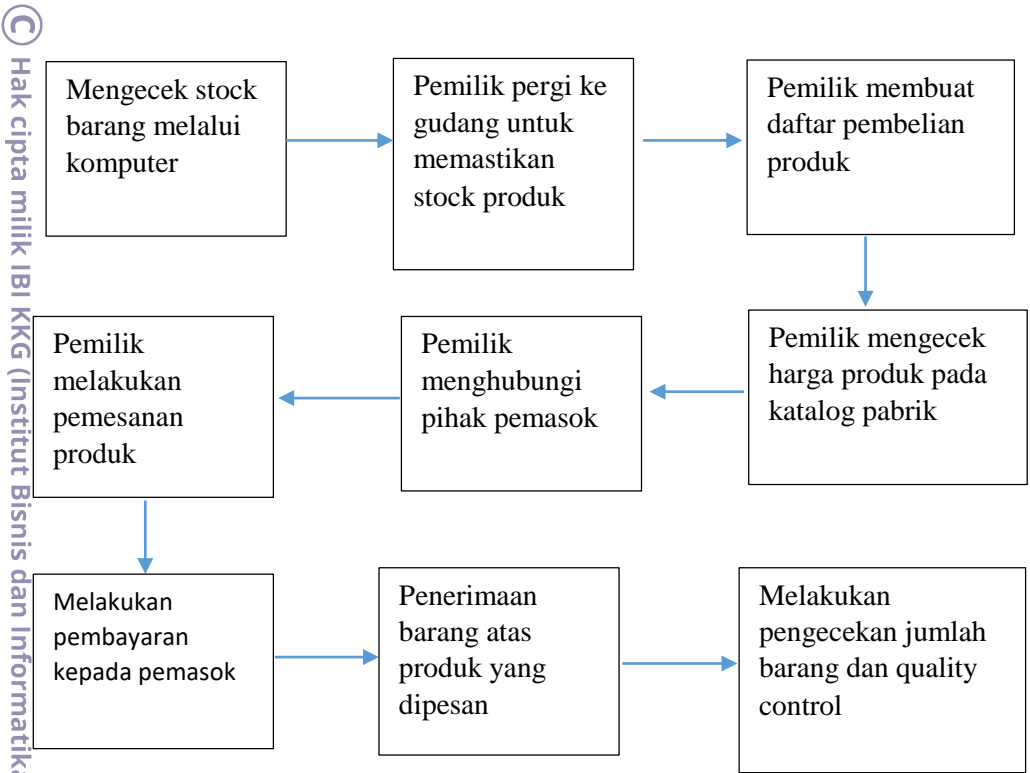


Sumber: Rotor Autoparts

1. Ditaring 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.



Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Baku Rotor Autoparts



Sumber: Rotor Autoparts

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.



Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Setiap kegiatan bisnis memerlukan teknologi dan peralatan agar dapat memudahkan aktivitas dan dapat meningkatkan produktivitas pekerjaan. Berikut ini adalah teknologi dan peralatan yang dibutuhkan oleh Rotor Autoparts:

1. **Komputer**
Komputer diperlukan untuk menunjang kegiatan berbisnis yaitu membuat akun online shop pada e-commerce dan media sosial, memposting foto produk pada e-commerce dan media sosial, membuat daftar harga produk, mengecek pembelian dan penjualan perusahaan.
2. **Internet**
Internet diperlukan untuk memperoleh dan menyebarkan informasi, berinteraksi dengan pelanggan tanpa jarak dan waktu, mengakses situs website untuk pemasaran pada e-commerce dan sosial media, memudahkan transaksi melalui pembayaran online.
3. **Smartphone**
Smartphone merupakan gadget berukuran kecil yang dapat dibawa kemana saja. Dengan adanya smartphone berguna untuk foto produk, sebagai alat komunikasi, mengakses website e-commerce, membuat konten produk pada media sosial.
4. **Printer**
Printer dapat memudahkan kegiatan bisnis dan diperlukan untuk mencetak faktur penjualan, daftar gaji, dan produk.
5. **Mobil**
Rotor Autoparts Menggunakan kendaraan roda empat untuk mengirim produk-produk kampas rem untuk dalam dan luar kota rem ke bengkel-bengkel, retailer, dan tempat pengiriman paket.
6. **Motor**
Motor digunakan oleh driver motor untuk mengirim produk-produk kampas rem di dalam kota.
7. **Mesin Strapping**
Mesin strapping digunakan oleh Rotor Autoparts untuk mengepak packing produk kampas rem

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Rencana Kebutuhan Peralatan dan Perlengkapan

Biaya Peralatan

Peralatan digunakan untuk membantu kegiatan operasional dan peralatan memiliki jangka waktu penggunaan yang lebih lama dibandingkan perlengkapan. Peralatan yang digunakan untuk membantu bisnis mendapatkan keuntungan. Berikut adalah biaya peralatan yang digunakan oleh Rotor Autoparts.

Nama Peralatan	Jumlah	Biaya	Total
Komputer	8	Rp 4.700.000	Rp 37.600.000
Mesin strapping	2	Rp 6.500.000	Rp 13.000.000
Mobil granmax bekas manual th 2015	2	Rp 85.000.000	Rp 170.000.000
Motor revo fit matic 2021	3	Rp 15.000.000	Rp 45.000.000
Mesin printer Epson L3310	4	Rp 2.100.000	Rp 8.400.000
Telepon	2	Rp 185.000	Rp 370.000
Ac Midea ½ pk	4	Rp 2.700.000	Rp 10.800.000
Meja	7	Rp 650.000	Rp 4.550.000
Kursi kantor hidrolik-GY70049	7	Rp 350.000	Rp 2.450.000
Calulator citizen	5	Rp 37.000	Rp 185.000
Filling cabinet (Lemari Arsip Sapporo)	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
Total			Rp 294.355.000

Sumber: Shopee, Tokopedia, dan lain-lain

Biaya Perlengkapan

Perlengkapan adalah barang-barang yang dimiliki perusahaan yang bersifat habis dipakai ataupun bisa dipakai berulang-ulang yang bentuknya relatif kecil dan pada umumnya bertujuan untuk melengkapi kebutuhan bisnis perusahaan. Berikut adalah biaya perlengkapan Rotor Autoparts.

Nama Perlengkapan	Qty	Harga	Jumlah
Pulpen	3 pack	Rp 16.500	Rp 49.500
Cap perusahaan	4	Rp 65.000	Rp 260.000
Tali strapping	15 mm X 750 m 4 pcs	Rp 70.000	Rp 280.000
Stabilo	7	Rp 32.000	Rp 224.000
Steples	10	Rp 7.000	Rp 70.000
Isi steples	10	Rp 1.000	Rp 10.000
Amplop	4	Rp 17.100	Rp 68.400
Buku tulis	6	Rp 37.500	Rp 225.000
Penjepit kertas	50	Rp 37.000	Rp 1.850.000
Kartu nama	200 pcs	Rp 25.000	Rp 50.000
Kotak sampah	2	Rp 90.000	Rp 180.000
Lakban	15	Rp 6.150	Rp 92.250
Spidol	10	Rp 6.000	Rp 60.000
Box sparepart	5.000	Rp 3.500	Rp 17.500.000
Total			Rp 20.919.150

Sumber: Rotor Autoparts

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



III. Strategi Bisnis

Segmentasi pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:222), segmentasi pasar adalah membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin memerlukan strategi pemasaran terpisah atau campuran. Segmentasi pasar dibagi menjadi empat kelompok yaitu:

Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membagi pasar menjadi berbagai unit geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan sekitar. Segmentasi geografis Rotor Autoparts adalah masyarakat di seluruh wilayah Indonesia. Karena Rotor Autoparts akan menjual produknya melalui offline dan online seperti *e-commerce*, dan sosial media sehingga jangkauannya luas.

Segmentasi demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variable seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan agama, ras, generasi, kebangsaan, dan kelas sosial. Berdasarkan segmentasi demografis tersebut maka Rotor Autoparts melakukan pembagian segmentasi demografis. Berikut ini adalah segmentasi demografis tersebut.

(1) Umur

Fokus segmentasi Rotor Autoparts mulai dari umur 17 tahun keatas yang sudah mapan secara ekonomi dan memiliki mobil sehingga mereka memerlukan sparepart untuk merawat kendaraannya.

(2) Jenis kelamin

Produk Rotor Autoparts dapat digunakan oleh pria dan wanita.

(3) Pendapatan

Rotor Autoparts menetapkan segmentasi kepada konsumen yang memiliki pendapatan 5 juta keatas yang merupakan golongan menengah ke atas.

(4) Pekerjaan

Rotor Autoparts memfokuskan segmentasi kepada orang yang memiliki pekerjaan sebagai wirasaha/wiraswasta, karyawan, maupun pelajar.

Segmentasi psikografis

Segmentasi psikologis membagi pasar menjadi berbagai kelompok berdasarkan kelas sosial, ketertarikan, psikologis/kepribadian, gaya hidup, atau nilai.

(1) Gaya hidup

Rotor Autoparts memfokuskan segmentasi psikografis kepada konsumen yang menggunakan kendaraan roda empat untuk mendukung kegiatan mobilitasnya yang tinggi.

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

Copyright © 2020 by Kwik Kian Gie School of Business. All rights reserved. This document is the property of Kwik Kian Gie School of Business and is intended for personal use only. It is not to be distributed, reproduced, or stored in a retrieval system without the prior written permission of Kwik Kian Gie School of Business.



(2) Ketertarikan

Rotor Autoparts memfokuskan segmentasi kepada konsumen yang memiliki hobi untuk memodifikasi mobil dan para komunitas mobil yang suka berkendara.

(3) Kelas sosial

Rotor Autoparts memfokuskan segmentasi pada masyarakat yang merupakan kelas sosial menengah keatas.

Segmentasi perilaku

Segmentasi perilaku membagi beberapa kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan dan respon terhadap sebuah produk. Segmentasi perilaku konsumen yang dituju oleh Rotor Autoparts adalah konsumen yang peduli terhadap keselamatan dan kenyamanan berkendara, kualitas produk, dan harga yang terjangkau.

Target Pasar

Target Pasar Rotor Autoparts adalah masyarakat di seluruh Indonesia yang berjenis kelamin pria/wanita berusia 17 tahun keatas dengan aktivitas mobilitas yang tinggi dan termasuk dalam kategori golongan menengah keatas, memiliki pekerjaan sebagai wirausaha/wiraswasta, karyawan kantor, maupun pelajar yang memiliki hobi di bidang otomotif dan sangat peduli terhadap keselamatan dan kenyamanan berkendara.

Diferensiasi

Dalam hal diferensiasi produk Rotor Autoparts menjual produk kampas rem dengan packaging yang terkesan mewah, menjelaskan mengenai bahan baku kampas rem, dan menjelaskan seluruh kelebihan kampas rem yang didapat dengan harga yang lebih terjangkau dan memberikan kualitas serta pelayanan terbaik bagi pelanggan. Rotor Autoparts juga akan memberikan tambahan diskon jika konsumen membeli dalam jumlah yang banyak. Kelebihan lainnya dari kampas rem Rotor adalah pemberian jaminan kualitas kampas rem/ garansi selama 4 bulan karena belum ada kompetitor yang menjual kampas rem aftermarket dengan jaminan garansi sparepart. Rotor Autoparts juga akan menyediakan pemesanan melalui aplikasi Rotor Autoparts, social media dan e-commerce sehingga konsumen dapat mengetahui informasi mengenai produk yang ditawarkan dan dapat dengan mudah memesan produk kampas rem.

Positioning

Rotor Autoparts juga akan membawa brand tag line yaitu “*Quality for safety driving*” yang memberikan kesan bahwa Rotor Autoparts memberikan kualitas produk terbaik untuk keselamatan pengendara.

Penetapan harga

Penetapan harga Rotor Autoparts menggunakan strategi cost based pricing untuk produk yang dijual yaitu, penetapan harga berdasarkan biaya-biaya produksi dan menambahkan laba yang diinginkan untuk harga jual produk.

Penjualan personal (*personal selling*)

personal selling atau penjualan pribadi, dan ini adalah cara yang efektif dan efisien untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan melalui interaksi langsung. Pemilik Rotor Autoparts dan sales terjun langsung ke lapangan untuk menawarkan produk kampas rem kepada toko-toko pengecer dalam maupun luar kota, dan komunitas kendaraan roda empat,

reseller, dan bengkel-bengkel. Kegiatan promosi dengan menggunakan personal selling dapat memotivasi dan membujuk pelanggan untuk membeli produk dengan cara menjelaskan secara rinci mengenai produk dan dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga dapat mengembangkan hubungan personal yang lebih baik.

Promosi penjualan (*sales promotion*)

Sales promotion yang dimaksud disini adalah promosi penjualan perdagangan (*trade sales promotion/trade promotion*) yang menyasar kepada grosir, reseller dan pengecer. Rotor Autoparts akan menetapkan trade promotion berupa pemberian diskon yang menarik untuk para pengecer, reseller dan bengkel-bengkel yang membeli produk dengan jumlah banyak.

Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Rotor Autoparts akan melakukan promosi melalui media sosial, e-mail, katalog. Kegiatan promosi Rotor Autoparts juga akan memanfaatkan berbagai jenis media sosial. Pada jaman yang modern ini setiap orang pastinya sudah memiliki akun media sosial untuk berhubungan satu sama lain tanpa batas jarak dan waktu. Media sosial tidak hanya digunakan untuk kegiatan komunikasi, blog, forum atau aktivitas yang lain. Namun, situs jejaring sosial juga dapat digunakan untuk kegiatan yang bersifat komersial, bisnis, dan dapat menghasilkan keuntungan di dalamnya. Dalam rangka melakukan promosi Rotor Autoparts akan memanfaatkan berbagai jenis media sosial untuk melakukan promosi agar pelanggan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Media sosial yang digunakan Rotor Autoparts adalah Facebook, Whatsapp, dan Instagram sehingga pelanggan dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai produk dan memudahkan mereka untuk menyebarkan dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Marketplace

Platform e-commerce memudahkan pelanggan untuk mencari produk yang diinginkannya dan memberikan kemudahan dalam metode pembayaran dan pengiriman. Rotor Autoparts memanfaatkan promosi penjualan melalui platform e-commerce, seperti Tokopedia, BukaLapak dan Shopee dan memberikan potongan ongkos kirim dan diskon jika pelanggan membeli dalam jumlah banyak.

Periklanan (*advertising*)

Iklan digunakan untuk memperkenalkan produk, perusahaan dan manfaat mengenai produk yang ditawarkan. Periklanan merupakan salah satu bentuk promosi yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan. Jenis periklanan yang digunakan Rotor Autoparts adalah pada radio, Shopee ads, Top ads, Facebook ads, Instagram ads.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Rotor Autoparts akan menggunakan 23 orang tenaga kerja yang terdiri dari seorang Direktur, 6 orang Sales, 2 orang Administrasi, 2 orang Pembukuan, 5 orang Driver, dan 5 orang Staff Packing dan 2 orang Admin Online Shop.

Rencana Kompensasi Tenaga Kerja Rotor Autoparts

Dengan skill yang dimiliki oleh jabatan direktur seperti kemampuan memotivasi SDM, melakukan riset pasar, mengatur keuangan perusahaan, membantu pemasaran produk dan membangun relasi dengan pelanggan sehingga jabatan direktur akan diberikan gaji pokok sebesar Rp 6.000.000 per bulan tanpa tunjangan apapun, jabatan sales dan marketing luar kota yang memiliki keahlian untuk riset produk yang sedang laku di pasaran dan kemampuan marketing sehingga dapat meningkatkan penjualan kampas rem sehingga akan diberikan gaji pokok sebesar Rp 5.000.000 per bulan, beserta tunjangan uang makan sebesar Rp 1500.000 dan tunjangan transportasi sebesar Rp





4000.000 per bulan. Tunjangan BPJS kesehatan dan ketenagakerjaan akan dibayar oleh perusahaan sebesar Rp 444.500 per bulan. Sedangkan jabatan sales dan marketing dalam kota akan mendapatkan gaji pokok sebesar Rp 5.000.000, beserta tunjangan uang makan sebesar Rp 1500.000 dan tunjangan transportasi sebesar Rp 3.000.000 per bulan. Tunjangan BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan dibayar oleh perusahaan sebesar Rp 444.500 per bulan. Pada posisi pembukuan dan administrasi dengan pendidikan minimal Sarjana yang memiliki skill pencatatan administrasi dan pembukuan dengan keahlian pencatatan pembukuan yang detail dan teliti maka akan diberikan gaji pokok sebesar Rp 5.000.000 dan tunjangan uang makan sebesar Rp 1500.000 dan tunjangan transportasi sebesar Rp 600.000 per bulan. Tunjangan BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan dibayar oleh perusahaan sebesar Rp 444.500 per bulan. Pada posisi staff packing dengan kemampuan fisik yang kuat dan memiliki skill packaging yang cepat dan rapih akan diberikan gaji pokok sebesar Rp 4.700.000 dan tunjangan uang makan sebesar Rp 1.500.000 serta transportasi sebesar Rp 600.000 per bulan. Tunjangan BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan dibayar oleh perusahaan sebesar Rp 417.930. Posisi admin olshop yang memiliki skill copywriting dan berpengalaman untuk melakukan pemasaran yang handal akan diberikan gaji pokok sebesar Rp 5.000.000 dan tunjangan uang makan sebesar Rp 1500.000 dan tunjangan transportasi sebesar Rp 600.000 per bulan. Tunjangan BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan dibayar oleh perusahaan sebesar Rp 444.500 per bulan. Sedangkan untuk driver motor yang memiliki skill mengemudi yang handal dan memiliki time management yang baik akan diberikan gaji pokok sebesar Rp 4.700.000, beserta tunjangan uang makan sebesar Rp 1500.000, dan tunjangan transportasi sebesar Rp 700.000 per bulan. Driver mobil yang memiliki skill mengemudi yang baik akan diberikan gaji pokok Rp 4.700.000, beserta tunjangan uang makan sebesar Rp 1500.000, dan tunjangan transportasi sebesar Rp 800.000. Posisi driver juga akan mendapatkan BPJS seperti jabatan lainnya. Berikut ini adalah rincian kompensasi dari Tahun 2022 hingga 2026 yang akan mengalami kenaikan 6% setiap tahunnya.

Kelayakan Keuangan

Kelayakan Investasi dilakukan oleh penulis untuk menentukan apakah rencana usaha Rotor Autoparts layak dijalankan atau tidak. Rotor Autoparts dinyatakan layak untuk dijalankan karena memperoleh *Net Present Value* (NPV) lebih besar dari 0 yaitu, sebesar Rp 3.069.173.382. Nilai *Profitability Index* (PI) yang diperoleh Rotor Autoparts yaitu sebesar 3,83 yang berarti lebih besar daripada 1 sehingga dinyatakan layak. Rotor Autoparts akan menerima *Payback Period* (PP) atas initial investment yaitu selama 1 Tahun 4 Bulan 15 Hari.

Dalam melakukan analisis kelayakan usaha Rotor Autoparts menggunakan *Break Even Point* (BEP). Pada tahun 2022 Rotor Autoparts memerlukan BEP sebesar Rp 7.479.048.917 untuk titik impas / break even. Pada tahun 2023 Rotor Autoparts memerlukan BEP sebesar Rp 7.636.014.092 untuk mencapai break even. Pada tahun 2024 Rotor Autoparts memerlukan BEP sebesar Rp 7.609.554.174 untuk mencapai break even. Pada tahun 2025 Rotor Autoparts memerlukan BEP sebesar Rp 7.631.90.761 untuk mencapai break even. Pada tahun 2026 Rotor Autoparts memerlukan Rp 7.693.395.314

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.



Analisis Resiko Usaha

Risiko usaha merupakan sebuah tindakan yang dihubungkan dengan suatu kemungkinan munculnya kerugian yang tak terduga dan memang tidak diharapkan terjadi. Kemungkinan munculnya risiko pada bisnis memang bisa muncul dari berbagai faktor seperti manajemen, sistem perusahaan serta strategi yang kurang baik. Dalam suatu usaha atau bisnis tentu terdapat risiko – risiko yang muncul pada saat kita membuka usaha, dalam mengambil suatu keputusan pun juga memiliki suatu risiko, Berikut risiko mungkin dapat terjadi saat menjalankan usaha Rotor Autoparts:

1. Adanya regulasi pemerintah yang mengatur kegiatan usaha.
2. Pemasok tidak mampu memenuhi pemesanan Rotor Autoparts.
3. Loyalitas tenaga kerja yang rendah terhadap perusahaan sehingga tenaga kerja dapat meninggalkan perusahaan dan pergi ke perusahaan lain.
4. Tenaga kerja melakukan tindakan korupsi.
5. Target penjualan sparepart kampas rem tidak tercapai.
6. Merek Rotor Autoparts belum dikenal oleh masyarakat

Antisipasi Resiko Usaha

Dalam berbisnis tentu memiliki risiko usaha namun perusahaan juga tentu memiliki rencana untuk antisipasi risiko usaha, berikut antisipasi risiko usaha yang dilakukan Rotor Autoparts:

1. Untuk mengatasi regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah, maka Rotor Autoparts akan mengikuti seluruh aturan yang berlaku agar kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Untuk mengantisipasi risiko pemasok yang tidak dapat memenuhi pesanan Rotor Autoparts maka Rotor Autoparts akan menyediakan opsi pemasok lainnya yang dapat memenuhi permintaan pesanan kampas rem.
3. Untuk mengantisipasi loyalitas tenaga kerja yang rendah terhadap perusahaan maka perusahaan akan membangun dan menjalin hubungan yang baik dengan cara mengadakan gathering setiap tahun dan melakukan buka puasa bersama setiap bulan Ramadhan.
4. Untuk mengatasi tindak korupsi tenaga kerja Rotor Autoparts menetapkan sistem pembayaran hanya melalui transfer rekening perusahaan sehingga tenaga kerja tidak dapat melakukan tindakan korupsi dan melakukan audit keuangan perusahaan secara rutin.
5. Untuk mengantisipasi target penjualan sparepart yang tidak tercapai maka pemilik usaha memotivasi tenaga kerja sales dan memberikan bonus kepada sales sehingga target dapat tercapai.
6. Untuk mengatasi merek Rotor Autoparts yang belum dikenal masyarakat maka Rotor Autoparts akan menguatkan strategi pemasaran dan promosi produk.

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



DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

Brigham, Eugene F., Joel F. Huston (2018), *Fundamentals Of Financial Management*, Edisi 15, USA: Cengage.

Dessler, Gary (2015), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 14, Terjemahan Oleh Diana Angelica. Jakarta: Salemba Empat

David, Fred R. dan Forest R. David (2015), *Strategic Management Concepts and Cases*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Dauderis, Henry dan David Annand (2018), *Introduction To Financial Accounting*, Revision C, Canada: Lyryx.

Heizer, Jay et al (2017), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Husnan, Suad dan Suwarsono Muhammad (2014), *Studi Kelayakan Proyek Bisnis*, Edisi 5, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2018), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Terjemahan Oleh Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip, Gary Armstrong, & Marc Oliver Opresnik (2018), *Principles Of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, Harlow: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, England: Pearson Education.

Robbins, Stephen P. (2017), *Organizational Behavior*, Edisi 17, Global Edition, United States: Pearson Education.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.



Siciliano, G. (2015). Finance For Nonfinancial Managers (p. 28). New York: McGraw-Hill Education

Undang-Undang:

Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan. Lembaga Negara RI Tahun 2003, Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang Nomor 36/ M-DAG / PER / 9 / 2007 Tentang Surat Izin Usaha Perdagangan. Lembaga Negara RI Tahun 2007, Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Lembaga Negara RI Tahun 2007, Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaga Negara RI Tahun 2008, Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2016. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak, Lembaga Negara RI Tahun 2016, Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2016. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaga Negara RI Tahun 2016, Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2019. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2019 Tentang Percepatan Program Kendaraan Bermobil Listrik Berbasis Baterai Untuk Transportasi Jalan. Lembaga Negara RI Tahun 2019, Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2019. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 66 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Umum Distribusi Barang. Lembaga Negara RI Tahun 2019, Sekretariat Negara. Jakarta

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 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.



Website:

Bagja (2016), Avanza Langsung Dipepet Honda BR-V, OtomotifNet, diakses 3 April 2021, <https://otomotifnet.gridoto.com/read/231124146/-avanza-langsung-dipepet-honda-br-v#!%2Fmotor%2F>

Bayu, Dimas Jarot (2021), 10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020, databoks, diakses 25 April 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>

CNN Indonesia (2021), Sri Mulyani Buka Suara soal Wacana Tax Amnesty Jilid II, CNN Indonesia, diakses 15 April 2021, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210524172927-532-646370/sri-mulyani-buka-suara-soal-wacana-tax-amnesty-jilid-ii>

Dewi, Kartika Herlina (2021), BPS catat pertumbuhan ekonomi Indonesia minus 0,74% pada kuartal I-2021, Kontan, diakses 15 April 2021, <https://nasional.kontan.co.id/news/bps-catat-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-minus-074-pada-kuartal-i-2021>

Daihatsu 2020, Lagi Cari Kampas Rem Mobil? Ini 5 Rekomendasi Merek Terbaik, diakses 26 April 2021 <https://m.daihatsu.co.id/tips-and-event/tips-sahabat/detail-content/lagi-cari-kampas-rem-mobil-ini-5-rekomendasi-merek-terbaik/>

Gaikindo (2015), Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia, Gaikindo, diakses 25 Februari 2021, <https://www.gaikindo.or.id/ada-13-juta-orang-saat-ini-bekerja-di-industri-otomotif/>

Gaikindo (2019), 10 Model Mobil Terlaris 2019: Avanza, Brio, Xpander Terdepan, Gaikindo, diakses 3 April 2021, <https://www.gaikindo.or.id/10-model-mobil-terlaris-2019-avanza-brio-xpander-terdepan/>

Hidayat, Khomarul (2021), Kerja sama BUMN dengan Konsorsium LG siap bangun industri baterai di Indonesia, Kontan, diakses 10 April 2021, <https://nasional.kontan.co.id/news/kerja-sama-bumn-dengan-konsorsium-lg-siap-bangun-industri-baterai-di-indonesia>

Hak cipta milik IBIKKG (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.



Indonesia Baik (2021), 5 Provinsi Tetap Naikkan UMP 2021, Indonesia baik, diakses 21 Juni 2021

<http://indonesiabaik.id/infografis/5-provinsi-tetap-naikkan-ump-2021>

Ipotnews (2021), Ini Target Inflasi Pemerintah Tahun 2022, 2023 dan 2024, Indopremier, diakses 22 Juni 2021,

[https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Ini Target Inflasi Pemerintah Tahun 2022 2023 dan 2024%20A0&news_id=130048&group_news=IPOTNEWS&news_date=&taging_subtype=PG002&name=&search=y_general&q=,&halaman=1](https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Ini%20Target%20Inflasi%20Pemerintah%20Tahun%202022%202023%20dan%202024%20A0&news_id=130048&group_news=IPOTNEWS&news_date=&taging_subtype=PG002&name=&search=y_general&q=,&halaman=1)

Jayani, Dwi Hadya (2019), Inilah Prediksi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020-2024, databoks, diakses 22 Juni 2021,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/01/inilah-prediksi-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2020-2024>

Kurniawan, Rivan (2019), Prospek Industri Otomotif Indonesia Tahun 2019, Rivan Kurniawan, diakses 23 Februari 2021,

<https://rivankurniawan.com/2019/01/20/prospek-industri-otomotif-indonesia-tahun-2019/>

Kemenperin (2019), Industri Komponen Topang Daya Saing Sektor Otomotif, diakses 10 April 2021,

<https://kemenperin.go.id/artikel/20956/Industri-Komponen-Topang-Daya-Saing-Sektor-Otomotif-Nasional>

Kama (2018), Inilah Tren E-Commerce 2018 di Indonesia, nextren, diakses 16 April 2021,

<https://nextren.grid.id/read/0124363/inilah-tren-e-commerce-2018-di-indonesia-menurut-toko-online-ini?page=all>

Kominfo (2020), Kebijakan Pemerintah Dukung UMKM Untuk Menggerakkan Ekonomi, Kominfo, diakses 25 April 2021,

<https://www.kominfo.go.id/content/detail/30581/kebijakan-pemerintah-dukung-umkm-untuk-menggerakkan-ekonomi/0/berita>

Muhardi, Herdi (2018), 20 Mobil Terlaris Sepanjang 2017, Liputan6, diakses 3 April 2021

<https://www.liputan6.com/otomotif/read/3229125/20-mobil-terlaris-sepanjang-2017>

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



Motorplus (2015), Perbedaan Kampas Rem Asbestos dan Non Asbestos, Motorplus, diakses 18 April 2021,

<https://www.motorplus-online.com/read/251206337/perbedaan-kampas-rem-asbestos-dan-non-asbestos>

Munir Saiful (2018), Pengembangan Mobil Listrik Didorong Jadi Bagian Revolusi Industri 4.0, SINDONEWS, diakses 18 April 2021,

<https://ekbis.sindonews.com/berita/1296674/34/pengembangan-mobil-listrik-didorong-jadi-bagian-revolusi-industri-40>

Maarif Nurcholis (2020), Ada Perubahan Tren Konsumen Saat Belanja Online, Penjual Siap Adaptasi, detikFinance, diakses 17 April 2021,

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5210951/ada-perubahan-tren-konsumen-saat-belanja-online-penjual-siap-adaptasi>

Nayazari, Ghulam Muhammad (2019), Rapor Jualan Mobil 2018, Capai Rp 1.1 Juta Unit, Kumparan, diakses 27 Februari 2021,

<https://kumparan.com/kumparanoto/rapor-jualan-mobil-2018-capai-rp-1-1-juta-unit-1547868402209278988/full>

Priyanto, Wawan (2018), Salip Toyota Avanza, Mitsubishi Xpander Jadi Mobil Terlaris, Tempo, diakses 3 April 2021,

<https://otomotif.tempo.co/read/1069416/salip-toyota-avanza-mitsubishi-xpander-jadi-mobil-terlaris>

Rahadiansyah, Rangga (2020), 20 Mobil Terlaris Sepanjang 2020, detikoto, diakses 3 April 2021,

<https://oto.detik.com/mobil/d-5309152/20-mobil-terlaris-sepanjang-2020>

Utomo Prasetyo (2021), Potensi Kebangkitan Industri Otomotif Indonesia, Investabook, diakses 7 April 2021,

<https://investabook.com/potensi-kebangkitan-industri-otomotif-indonesia/#>

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.



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

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.