



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA *PIE SUSU “Sisterpie.ID”*
DI Jakarta Utara
Clarisa Oktaviani
75170388

Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

Abstract

Clarisa Oktaviani / 75170388 / 2021 / Business Plan for the Establishment of *Sisterpie.ID* in north Jakarta / Advisor: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M. *Sisterpie.ID* Business is a culinary business that which sells food made from flour and eggs. This business concept sells snacks at affordable prices or Low Cost which emphasizes sales through the Go-Food, Grab-Food and Shopee food applications. *Sisterpie.ID* effort will be established on Jl Pademangan Gang XXXI North Jakarta can be contacted by telephone at 087883888653. The Vision of *Sisterpie.ID* makes *Sisterpie.ID* as a homemade Milk Pie which is the main choice for high taste in Jabodetabek The target market chosen by *Sisterpie.ID* is consumers or middle and upper middle class people who live around Bogor and are aged 15 - 55 years. The marketing strategy of *Sisterpie.ID* is to use promotional tools such as social media and Influencers In running a business it is necessary to pay attention to the feasibility of the business. In the BEP analysis the sales value conducted by *Sisterpie.ID* is greater than the BEP value each year. For NPV, the value is greater than 0, namely IDR 608,053,123. the Payback Period is less than 5 years, namely for 2 years 11 months 11 days. The fourth analysis above shows that *Sisterpie.ID* business is feasible.

Keywords: *Sisterpie.ID* in North Jakarta

ABSTRAK

Clarisa Oktaviani / 75170388 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha *Sisterpie.ID* di Jakarta Utara / Pembimbing : Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M. Bisnis *Sisterpie.ID* adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner yang menjual makanan berbahan dasar tepung dan telur. Konsep bisnis ini menjual makanan ringan dengan harga yang terjangkau atau Low Cost yang menekankan penjualan melalui aplikasi Go-Food ,Grab-Food dan Shopee food. Usaha *Sisterpie.ID* akan didirikan di jl pademangan gang XXXI Jakarta Utara. *Sisterpie.ID* dapat dihubungi melalui telepon di 087883888653. Visi *Sisterpie.ID* menjadikan *Sisterpie.ID* sebagai homemade Pie Susu yang menjadi pilihan utama bercita rasa tinggi se Jabodetabek. Target pasar yang di pilih *Sisterpie.ID* adalah konsumen atau masyarakat menengah atas maupun bawah yang berdomisili di sekitar Bogor dan berumur 15 – 55 tahun. Strategi pemasaran *Sisterpie.ID* yaitu menggunakan alat promosi seperti media sosial dan Influencer. Dalam menjalankan bisnis perlu memperhatikan kelayakan bisnis tersebut. Pada analisis BEP nilai penjualan yang dilakukan *Sisterpie.ID* lebih besar daripada nilai BEP setiap tahunnya. Untuk NPV nilainya lebih besar dari 0 yaitu Rp 608,053,123. Payback Period kurang dari 5 tahun yaitu selama 2 tahun 1 bulan 11 hari. Dari keempat analisis di atas menunjukkan bahwa usaha *Sisterpie.ID* layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : *Sisterpie.ID* di Jakarta Utara

© Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie. Dilarang menyalin, mengutip, atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menandatangani dan menyebarkan sumber.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menandatangani dan menyebarkan 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.



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Ibukota seperti Jakarta tidak sebanding dengan pertumbuhan penduduk di daerah tertentu. Hal ini menjadi sangat vital dan selalu dihadapi oleh masyarakat, dimulai dari sulitnya mendapatkan lapangan pekerjaan karena rendahnya kualitas sumber daya manusia merupakan faktor pendorong banyaknya pengangguran. Untuk itulah saya disini sebagai bagian dari masyarakat generasi muda mencoba untuk membuat dan berpikir inovatif untuk menciptakan peluang usaha serta mencari sumber-sumber penghasilan yang nantinya dapat membantu kehidupan saya pribadi maupun orang lain.

Pie Susu merupakan salah satu cemilan ringan yang digemari oleh banyak orang, baik tua atau muda, pria atau wanita seluruh kalangan menggemari Pie Susu. Pie Susu dapat dinikmati sembari bersantai bersama teman, keluarga maupun rekan kerja di rumah maupun di kantor dan telah menjadi rutinitas yang umum. Saat ini *Sisterpie.ID* menyediakan berbagai varian rasa yang berbeda dengan Pie Susu yang sering di temukan seperti chocomaltine dan matcha dimana pemilik usaha serupa belum memikirkan rasa baru tersebut. Masyarakat Indonesia merupakan tipe masyarakat konsumtifnya tinggi yang di dominasi oleh masyarakat Indonesia yang memiliki gaya hidup konsumtif seperti dalam bidang kuliner. Bisnis kuliner dapat dikategorikan sebagai bisnis yang tidak ada matinya karena selalu ada inovasi terbaru setiap tahun ataupun setiap saat, konsumen yang didapatkan dating dari berbagai kalangan yang kerap mengunjungi tempat-tempat kuliner. Tidak heran jika berbisnis di bidang kuliner saat ini semakin diminati dan dipilih oleh para pengusaha. Seperti pengusaha yang mendirikan *Sisterpie.ID*. Berdasarkan hal tersebut penulis memilih bisnis *Sisterpie.ID* yang bergerak dalam bisnis kuliner Pie Susu.

Berdasarkan kondisi tersebut membuat penulis memiliki ide untuk membangun bisnis *Sisterpie.ID* dengan harga yang terjangkau dan lebih menekankan penjualan secara *Online* dengan menggunakan aplikasi Go-Food, Grab-Food dan Shopee Food. Maka masyarakat yang tidak memiliki waktu tetapi ingin menikmati cemilan dapat memesan Pie Susu dari *Sisterpie.ID* dengan menggunakan aplikasi Go-Food, Grab- Food dan Shopee Food.

Sisterpie.ID bertujuan mengenalkan Pie Susu kepada berbagai kalangan masyarakat dalam negeri khususnya di Ibukota seperti Jakarta. Untuk kisaran harga yang dipatok *Sisterpie.ID*, seharusnya dapat dijangkau oleh semua golongan, baik bawah, menengah, maupun atas, karena *Sisterpie.ID* menyediakan Pie Susu dengan harga yang terjangkau dan bisa di beli di Jakarta.

Visi dari *Sisterpie.ID* yaitu “Menciptakan homemade Pie Susu yang menjadi pilihan utama bercita rasa tinggi se Jabodetabek”

Misi Sisterie.ID adalah sebagai berikut:

- a. Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan menyajikan Pie Susu yang bercita rasa tinggi dan pelayanan yang terbaik.
- b. Melakukan evaluasi dan inovasi yang berkaitan dengan produk, pelayanan, jalur pemasaran dan proses internal perusahaan.
- c. Membina kerjasama yang baik dengan supplier untuk menjaga kualitas produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Insights from Jurnal 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.



Besarnya Peluang Bisnis

Besarnya peluang bisnis sangat menentukan keberlangsungan hidup suatu bisnis. Peluang bisnis yang besar akan membuat bisnis memiliki kemampuan untuk berkembang dan mencapai target yang ingin dicapai. Terdapat beberapa hal harus diperhatikan dari segi kualitas produk, perilaku konsumen dan kreativitas serta inovasi dalam produk agar dapat terlihat berbeda dari para pesaing.

Sepanjang tahun 2020, kinerja industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 1,58 persen. Meskipun masih menunjukkan kinerja yang positif dan lebih baik dari beberapa sektor industri lain yang mengalami kinerja negatif, namun pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2020 masih lebih kecil dibandingkan pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2019 dan sebelum- sebelumnya.

(<http://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan- dan-minuman/>)

Lalu, berapa pertumbuhan industri penyedia makanan dan minuman sebelum tahun 2020? Secara lengkap, tren data pertumbuhan industri penyedia makanan dan minuman setiap tahunnya, mulai 2010 – 2020, dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

Gambar 1.1

Tren data pertumbuhan industri makanan minuman 2010-2020



Sumber : <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan- dan-minuman/>

Dari Gambar 1.1 memperlihatkan grafik Data Pertumbuhan Industri penyediaan Makanan dan Minuman, ditahun 2010 Q1 pada industri makanan dan minuman berada pada dijumlah sekitar 80.000 ribu. Dan pertumbuhan makanan dan minuman per-Quartal juga mengalami pertumbuhan 6% pada tahun 2010 Q2. data, pada triwulan I 2020, sektor industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 36,4% terhadap PDB manufaktur. Pada periode yang sama, pertumbuhan sektor industri ini mencapai 3,9%. Bahkan, pertumbuhan produksi.

Dengan adanya perubahan gaya hidup konsumen yang dikarenakan adanya perkembangan teknologi yang semakin lama semakin canggih, memberikan peluang dalam membuka bisnis secara *Online* dan *delivery order*. Tidak lagi hanya pada bisnis fashion tetapi juga pada bisnis food, dimana makanan merupakan kebutuhan utama manusia. Saat ini orang lebih tertarik pada segala sesuatu yang serba instan dan cenderung tidak mau repot. Sebagai contohnya, kita dapat melakukan pembelian makanan hanya dengan memesan melalui Line, WhatsApp, atau

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



media komunikasi lainnya, yang dilengkapi dengan fasilitas layanan pesan antar. Hal ini dianggap lebih praktis, lebih menghemat waktu dan dapat menghindari kemacetan mengingat padatnya aktivitas saat ini.

Sisterpie.ID menggunakan bahan-bahan pilihan dengan menggunakan 100% susu murni tanpa campuran air, serta menawarkan varian rasa yang belum pernah ada. Hal tersebut akan semakin menarik minat masyarakat untuk membeli yang saat ini hanya bisa di akses secara *Online* melalui Shopee, Tokopedia dan Instagram untuk mengantar pesananan melalui Go-Send, Grab-Send, dan Shopee food sehingga penulis akan menargetkan melalui *Online*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 1.1

Rincian Modal *Sisterpie.ID*

Rincian Modal <i>Sisterpie.ID</i>	
KETERANGAN	HARGA (Rp)
Kas Awal	Rp. 13.500.000
Biaya Perlengkapan	Rp. 563,499
Biaya Peralatan	Rp. 2,919,000
Bahan baku	Rp. 68,346,000
Biaya Sewa per 1 Tahun	Rp. 10,000,000
Total	Rp. 95,328,499

Sumber : *Sisterpie.ID*

Total dana tersebut diperoleh dari dana hibah orang tua yang digunakan sebagai modal awal usaha *Sisterpie.ID*.

Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (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.



Rencana Produk

Pembelian produk dari *Sisterpie.ID* dengan cara delivery order. Tentunya *Sisterpie.ID* mempunyai alur proses produksi hingga produk tersebut sampai di tangan konsumen. Berikut adalah alur penjualan *Sisterpie.ID* dari input sampai output. Gambar 1.2 menjelaskan alur proses pembelian dari awal konsumen memesan sampai selesai :

Gambar 1.2

menjelaskan alur proses Delivery Order di *Sisterpie.ID*

Konsumen mendownload aplikasi Gojek, Grab, atau Shopee	Pemesanan dilakukan melalui Go-food, Grab-food, atau Shopeefood	Pembayaran dilakukan	Pesanan diantar oleh driver Gojek, Grab atau Shopee	Pesanan diterima oleh konsumen
---	--	-----------------------------	--	---------------------------------------

Dari Gambar 1.2 di atas dapat dijelaskan alur proses delivery order *Sisterpie.ID* sebagai berikut :

- a. Konsumen men-download aplikasi Gojek, Grab dan Shopee Untuk dapat melakukan delivery order konsumen pertama-tama harus mengunduh terlebih dahulu aplikasi tersebut di Play Store atau App Store.
- b. Pemesanan melalui Go-food, Grab-food dan Shopeefood Di dalam aplikasi Gojek atau Grab ada menu bernama Go-food atau Grab-food. Dimana menu ini berguna untuk bisnis kuliner yang bekerja sama dengan Gojek. Dicantumkan menu restoran secara keseluruhan.
- c. Metode Pembayaran Metode yang disediakan Gojek ada 2 yaitu dengan uang cash atau dengan saldo Go-pay ,OVO atau Shopeepay. Untuk dapat mempunyai saldo Go-pay ,OVO atau Shopeepay konsumen harus mengisi saldo melalui atm yang sudah bekerja sama dengan aplikasi Gojek ,Grab atau Shopee.
- d. Pesanan diantarkan setelah berhasil memesan pesanan akan diantarkan oleh driver. Ada biaya tambahan untuk delivery order yang akan diberikan kepada driver atas jasa delivery tersebut.

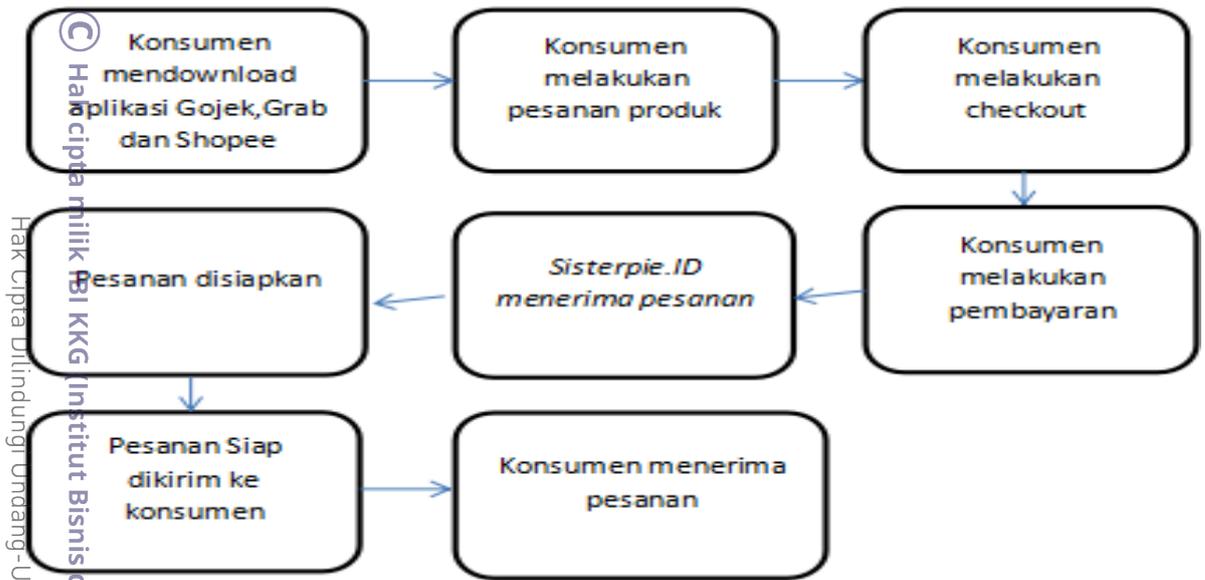
Rencana Alur Produk

Setiap perusahaan mempunyai proses dalam bisnisnya. Mulai dari produk itu diproses sampai dengan di tangan konsumen akhir. *Sisterpie.ID* merupakan bisnis kuliner yang menjual makanan berbahan dasar tepung terigu dan telur. Produk *Sisterpie.ID* diproses dengan bahan-bahan fresh dan berkualitas sehingga menghasilkan produk yang baik. Berikut adalah alur produk *Sisterpie.ID* dari konsumen , diproses, dan dikonsumsi oleh konsumen :

Gambar 1.3

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.

Alur Proses Pemesanan *Sisterpie.ID*



Sumber: *Sisterpie.ID*

Pada gambar di atas menjelaskan bagaimana proses produksi sampai produk berada ditangan konsumen, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Konsumen mendownload aplikasi Gojek, Grab dan Shopee
2. Konsumen melakukan pesanan produk
3. Konsumen melakukan checkout produk
4. Konsumen melakukan pembayaran
5. *Sisterpie.ID* menerima pesanan
6. Pesanan disiapkan
7. Pesanan siap dikirim ke konsumen
8. Konsumen menerima pesanan

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

Penggunaan teknologi digunakan untuk membantu mempermudah pekerjaan sehingga berjalan lebih efisien. Pada era globalisasi ini bisnis memiliki hubungan yang sangat erat dengan penggunaan teknologi. Penggunaan teknologi dengan tepat dalam menjalankan suatu bisnis dapat meningkatkan efektivitas serta efisiensi dengan sangat signifikan, selain untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan teknologi juga berguna sebagai hal pendukung dalam kegiatan bisnis sehari-hari seperti Oven, Kulkas dan Mixer digunakan untuk mempermudah kegiatan operasional *Sisterpie.ID*. Berikut adalah teknologi yang dipakai di *Sisterpie.ID* :

Tabel 1.2
Daftar Peralatan *Sisterpie.ID*

No	Nama Peralatan
1	Oven Gas
2	Mixer
3	Kulkas

Tabel 1.3
Daftar Perlengkapan *Sisterpie.ID*

No	Nama Perlengkapan
1	kuas
2	sumpit dan sendok
3	nampan
4	saringan
5	parutan keju
6	Timbangan
7	baskom stainless
8	Cetakan pie susu

STRATEGI BISNIS

Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Sisterpie.ID menganggap pelanggan sebagai teman. Ketika mereka merasa nyaman dan puas dengan pelayanan *Sisterpie.ID*, mereka biasanya cenderung lebih rileks untuk memberi tahu lebih banyak apa harapan mereka. Selain itu *Sisterpie.ID* berusaha membuat diferensiasi dalam hal kualitas produk yang terbaik dan memuaskan serta penyajian makanan seperti pemilihan bahan baku yang berkualitas.

2. Positioning

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.



Setelah melakukan segmentasi dan target, selanjutnya adalah positioning. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:232), positioning adalah penempatan merek produk ke dalam pikiran konsumen. Sisterpie.ID memposisikan diri sebagai dengan harga yang terjangkau yang dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.

3. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:313), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk produk atau jasa. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang diperoleh konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa.

4. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:365), distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis

Gambar 1.4

Saluran Distribusi *Sisterpie.ID*



Sumber: *Sisterpie.ID*.

STRATEGI PROMOSI

1. Sosial Media

Pada zaman serba teknologi ini, sosial media adalah media promosi yang cocok digunakan karena sebagian besar masyarakat menggunakan gadget dan internet.

Dengan menggunakan gadget dan internet masyarakat dapat mencari informasi sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan. Media sosial yang digunakan oleh

Sisterpie.ID adalah Instagram . Kelebihan menggunakan media sosial ini adalah tidak ada biaya sama sekali untuk memiliki aplikasi tersebut. Instagram dapat diunduh melalui Play Store ataupun App Store.

2. *Word of Mouth*

Word of mouth adalah komunikasi dari orang ke orang antara sumber pesan penerima pesan dimana penerima pesan menerima pesan dengan suka rela mengenai suatu produk, pelayanan atau merek. Menurut *Word Of Mouth Marketing Association (WOMMA)*, *Word*

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.

Instansi Bisnis dan Informatika KWIK KIAN GIE



of Mouth ini mempunyai tujuan bahwa untuk mengenalkan *Sisterpie.ID* kepada masyarakat luas kita juga mampu menerangkan apa saja keunggulan yang dimiliki oleh *Sisterpie.ID* sehingga hal-hal positif yang terdengar mengenai *Sisterpie.ID* dapat langsung disebarkan kepada pelanggan lain yang telah mempunyai kesan baik mengenai *Sisterpie.ID*. Dalam *word of mouth* porsi terbesar yang dilakukan adalah dengan tujuan menjalin hubungan yang baik terhadap *costumers* dan membangun hubungan secara tidak langsung agar pelanggan mau membeli kembali.

Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja

Sisterpie.ID membutuhkan tenaga kerja yang berkompeten pada bidangnya.

Sisterpie.ID memperkerjakan beberapa tenaga kerja yang sesuai dengan tugas dan keahliannya masing-masing agar proses usaha berjalan dengan efektif dan sesuai dengan rencana. Berikut adalah rencana kebutuhan tenaga kerja dari *Sisterpie.ID* :

Tabel 1.4

Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja *Sisterpie.ID*

Jabatan	Jumlah
Manajer	1
Juru masak	1
Admin online shope	1
Total	3

Sumber : *Sisterpie.ID*

Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan

Gaji karyawan yang akan diberikan kepada karyawan *Sisterpie.ID* akan mengikuti peraturan daerah tersebut. Sedangkan untuk THR akan diberikan satu tahun sekali dengan jumlah sebesar satu bulan gaji. Berikut adalah rincian gaji dan THR karyawan yang bekerja di *Sisterpie.ID* :

Tabel 1.5

Rincian Gaji dan THR Karyawan *Sisterpie.ID*

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 2. 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



Rencana Kompensasi Karyawan Tahun 2022						
JABATAN	JUMLAH PERSONEL	Gaji Pokok/Orang	JUMLAH GAJI/BULAN	JUMLAH GAJI/Tahun	THR/Tahun	Jumlah Kompensasi 1 Tahun
manajer	1	5,000,000	5,000,000	60,000,000	5,000,000	65,000,000
jujur masak	1	4,500,000	4,500,000	54,000,000	4,500,000	58,500,000
Admin Online Shope	1	4,400,000	4,400,000	52,800,000	4,400,000	57,200,000
Total						180,700,000

Sumber : *Sisterpie.ID*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks

David, Fred R, Tahun 2012. Manajemen Strategis Konsep. Tj.Salemba 4. Buku 1. Edisi 12. Hal 146.

David, Fred R. (2013), Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, 14th Edition, United States: Pearson.

David, Fred R, Forest R. David (2017), Strategic Management, A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Edisi 16, Pearson Education.

Heizer Jay dan Barry Render, Chuck Munsion (2017), Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management, Edisi 12, Global Edition, Pearson Education.

Hisrich, R.D., Peters, M.P., PD & Shepherd, D.A. (2010), Entrepreneurship: Eighth Edition, Singapore: McGraw-Hil.

Kotler Philip dan Kevin Lane Keller (2012), Marketing Management, Edisi 14 e, Global Edition, Pearson Education.

Kotler Philip dan Gary Amstron (2014), Principles Of Marketing, Edisi 15, Global Edition, Pearson Education.



Shimp, Terence A dan J. Craig Andrews (2013), *Integrated Marketing Communication: Advertising, Promotion, and other aspects*, Edisi 9, International Edition, South Western : Cengage Learning.

Undang-Undang

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 77/M-DAG/PER/12/2013 tentang penerbitan surat ijin usaha perdagangan dan tanda daftar perusahaan

Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, Bab I pasal 1 ayat 30. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004, tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional.

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

Sumber Internet

AETRA (2019), *Penyesuaian Tarif Otomatis Air Minum*, Diakses April 2019, https://www.aetra.co.id/upload/Brosur-Tarif_2019.pdf

Bank Central Asia (2016), *Beberapa Jenis Kartu Tahapan BCA dengan Biaya Administrasi yang disesuaikan dengan Fasilitas Masing-masing*, Diakses April 2019, <https://www.bca.co.id/id/Individu/Produk/Simpanan/tahapan>

Bank Indonesia (2018), *Laporan Inflasi*, Diakses April 2019, <https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>

Grafik Pertumbuhan Industri Kreatif di Indonesia. <https://apjii.or.id/survei2017>

Grafik Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2000 – 2016. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>

Grafik Pertumbuhan Pendapatan Perkapita Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/25/berapa-pdb-perkapita-indonesia>

<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/07/04/220309126/mei.2017.rata-rata.suku.bunga.kredit.11.83.persen>. Diakses Mei 2019.

<http://ekbis.sindonews.com/read/1130865/34/industri-mamin-nasional-butuh-vitamin-hadapi-mea-1471022209>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180828/12/832411/prospek-industri-kuliner-di-indonesia-makin-moncer>

<http://www.radarbogor.id/2018/10/29/industri-kreatif-bergairah-kota-bogor-disesaki-150-kedai-kopi/>

<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/07/04/220309126/mei.2017.rata-rata.suku.bunga.kredit.11.83.persen>. Diakses pada Mei 2019

Indihome (2019), *Paket Internet dan Telepon*, Diakses April 2019. <https://indihome.co.id>

Listrik (2019), *Tarif Dasar Listrik PLN Maret 2019*, Diakses April 2019, <https://listrik.org/pln/tarif-dasar-listrik-pln/>

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.