



## RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA DISTRIBUSI PENGHARUM RUANGAN AEROSOL AUTOMATIC & SPRAY ALL FRESH

Nicolas Yubileum Agung  
Dibimbing oleh Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara  
Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971  
Nicolsyubel@gmail.com

### ABSTRAK

Nicolas Yubileum Agung / 73180115 / 2022 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Distribusi Pengharum Ruangan Aerosol otomatis dan spray All Fresh / Dosen Pembimbing Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.

All Fresh merupakan bisnis yang bergerak di bidang distribusi pengharum ruangan aerosol yang memiliki 2 varian produk yaitu pengharum ruangan otomatis dan pengharum ruangan spray. Masing-masing produk memiliki ukuran 250ml dan 500ml yang dikemas dengan menggunakan kaleng. Produk All Fresh memiliki keunikan yaitu terdapat formula khusus antibakteri dan antivirus yang dapat membersihkan udara pada ruangan. Varian rasa/wangi yang ditawarkan All Fresh juga berbeda dengan para pesaing dan jarang ditemukan di pasar seperti Bubble Gum, Green Tea, dan campuran wangi tumbuhan khas Indonesia yang salah satunya adalah tumbuhan eucalyptus.

All Fresh memiliki Visi yaitu “Memberikan solusi kepada masyarakat yang ingin menciptakan dan menghadirkan udara dengan sensasi harum yang nikmat sekaligus membunuh bakteri dan kuman sehingga terciptanya udara yang sehat dan bersih.” Misi Dari All Fresh yaitu “Menawarkan produk pengharum dan pembersih udara ruangan dengan harga terjangkau namun berkualitas. Memberikan edukasi kepada masyarakat terhadap pentingnya kesehatan udara di dalam ruangan. Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai korelasi antara pengharum ruangan dan dampak psikologi bagi penggunaannya. Membuka lapangan kerja sebesar-besarnya. Menciptakan ekosistem bisnis yang sustainable dan ramah lingkungan. Memberikan dampak positif bagi lingkungan hidup dan masyarakat sekitar. Memberikan pelatihan dan kesejahteraan kepada seluruh SDM pada perusahaan. Memperkenalkan berbagai macam wangi bunga khas Indonesia melalui setiap varian produk All Fresh.”

All Fresh menawarkan produk kepada masyarakat secara online dengan menggunakan metode Direct to Customer (D2C) melalui platform E-commerce dan platform social media lainnya. Kegiatan promosi dan periklanan juga akan dilakukan secara digital melalui fitur *E-commerce* dan *Social media*.

Sumber daya manusia yang dibutuhkan All Fresh dalam menjalankan aktivitas usahanya sejumlah 3 orang yang terdiri dari Manajer, Staf *Digital Advertising*, dan Staf *Packaging*.

Investasi awal yang dibutuhkan All Fresh sebesar Rp 119.400.000 yang akan dialokasikan ke dalam kebutuhan modal kerja dan aktiva. Untuk mengetahui perhitungan pengembalian modal dan kelayakan investasi, All Fresh menggunakan metode analisis kelayakan *investasi Payback period*, *Net Present Value (NPV)*, *Profitability Index*, dan *Break Even Point (BEP)*. Berdasarkan analisis tersebut, All Fresh mendapatkan hasil *Payback Period* kurang dari 5 tahun yaitu selama 2 tahun 8 bulan 24 hari, NPV lebih dari 0 yaitu sebesar Rp 194.722.716, *Profitability Index* lebih dari 1 yaitu sebesar 2,6, dan nilai penjualan yang lebih besar dibanding BEP.

Kata kunci : Pengharum ruangan otomatis dan pengharum ruangan spray

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

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penjiplakan dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah.  
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

Nicolas Yubileum Agung / 73180115 / 2022 / *Business Plan of "All Fresh" Distribution Automatic and spray Aerosol Air Freshener/ Mentor Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.*

*All Fresh is a business engaged in aerosol air freshener distribution which has 2 product variants, namely automatic air freshener and spray air freshener. Each product has 250ml and 500ml sizes which are packaged in cans. All Fresh products are unique in that there are special antibacterial and antiviral formulas that can clean the air in the room. The flavor/scent variants offered by All Fresh are also different from competitors and are rarely found in the market such as Bubble Gum, Green Tea, and a mixture of typical Indonesian plant fragrances, one of which is eucalyptus.*

*All Fresh has a vision, namely "Providing solutions to people who want to create and present air with a delicious fragrant sensation while killing bacteria and germs so as to create healthy and clean air.". The mission of All Fresh is "Offering air freshener and air purifier products at affordable prices but with high quality. Provide education to the public about the importance of indoor air health. Provide education to the public about the correlation between air fresheners and the psychological impact on their users. Opening up job opportunities as much as possible. Creating a sustainable and environmentally friendly business ecosystem. Provide a positive impact on the environment and surrounding communities. Provide training and welfare to all HR in the company. Introducing various kinds of Indonesian floral fragrances through each All Fresh product variant."*

*All Fresh offers products to the public online using the Direct to Customer (D2C) method through E-commerce platforms and other social media platforms. Promotional and advertising activities will also be carried out digitally through E-commerce and Social media features.*

*The human resources needed by All Fresh in carrying out their business activities are 3 people consisting of Managers, Digital Advertising Staff, and Packaging Staff.*

*The initial investment required by All Fresh is IDR 119.400.000 which will be allocated to working capital and asset needs. To determine the calculation of return on investment and investment feasibility, All Fresh uses the analysis method of investment feasibility Payback period, Net Present Value (NPV), Profitability Index, and Break Even Point (BEP). Based on this analysis, All Fresh got the results of a Payback Period of less than 5 years, namely for 2 years 8 months and 24 days, an NPV of more than 0, which is Rp. 194.722.716, a Profitability Index of more than 1, which is 2,6, and a sales value that is greater than BEP.*

**Keywords :** Automatic air freshener and spray air freshener

### **I. Pendahuluan**

#### **Konsep Bisnis**

All Fresh merupakan suatu usaha di bidang distribusi pengharum ruangan aerosol automatic dan spray. Bekerjasama dengan produsen/supplier pengharum ruangan aerosol untuk memproduksinya sehingga All Fresh menerima barang jadi pengharum ruangan dan dapat langsung ditawarkan kepada konsumen. Pengharum ruangan All Fresh hadir untuk memenuhi permintaan pengharum ruangan aerosol kepada rumah tangga, fasilitas umum dan perkantoran dalam memberikan sensasi harum/wangi pada setiap ruangan serta dapat membunuh kuman dan bakteri pada ruangan tersebut. Semenjak pandemi covid 19 dapat menular melalui udara, masyarakat lebih peduli akan kesehatan udara di ruangan. All Fresh dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut dengan menawarkan pengharum ruangan sekaligus formula khusus antibakteri dan antivirus sehingga ruangan dapat selalu nyaman dan aman untuk digunakan.



## Visi dan Misi Perusahaan

### a. Visi

Visi dari All Fresh yaitu “Memberikan solusi kepada masyarakat yang ingin menciptakan dan menghadirkan udara dengan sensasi harum yang nikmat sekaligus membunuh bakteri dan kuman sehingga terciptanya udara yang sehat dan bersih.”

### b. Misi

1. Menawarkan produk pengharum dan pembersih udara ruangan dengan harga terjangkau namun berkualitas.
2. Memberikan edukasi kepada masyarakat terhadap pentingnya kesehatan udara di dalam ruangan.
3. Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai korelasi antara pengharum ruangan dan dampak psikologi bagi penggunanya.
4. Membuka lapangan kerja sebesar-besarnya.
5. Menciptakan ekosistem bisnis yang sustainable dan ramah lingkungan.
6. Memberikan dampak positif bagi lingkungan hidup dan masyarakat sekitar.
7. Memberikan pelatihan dan kesejahteraan kepada seluruh SDM pada perusahaan
8. Memperkenalkan berbagai macam wangi bunga khas Indonesia melalui setiap varian produk All Fresh.

## Peluang Bisnis

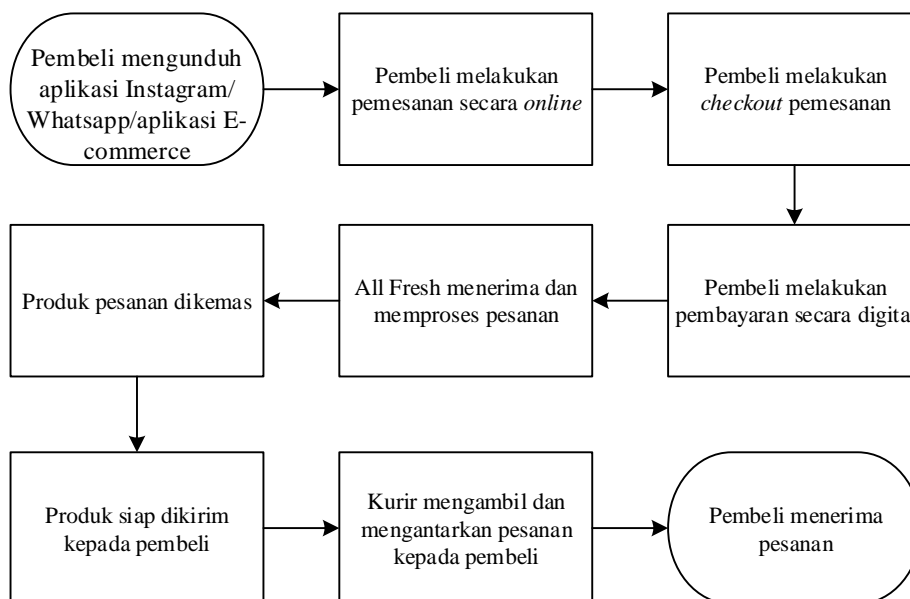
Sejak pandemi covid 19, masyarakat Indonesia semakin peduli akan masalah kesehatannya. Salah satunya adalah dengan menjaga kesehatan udara di sekitar ruangan maupun tempat tertentu. All Fresh menawarkan pengharum ruangan dengan tambahan formula khusus antibakteri dan antivirus yang dapat memberikan sensasi wangi dan membersihkan udara di dalam ruangan sehingga ruangan dapat terbebas dari berbagai macam bakteri dan virus.

## Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana untuk bisnis pengharum ruangan aerosol automatic & spray ini sebesar Rp. 119.400.000. Sumber dana berasal dari uang pribadi pendiri dan pinjaman orang tua pendiri.

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

### Rencana alur pemesanan produk All Fresh



Sumber: All Fresh

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:

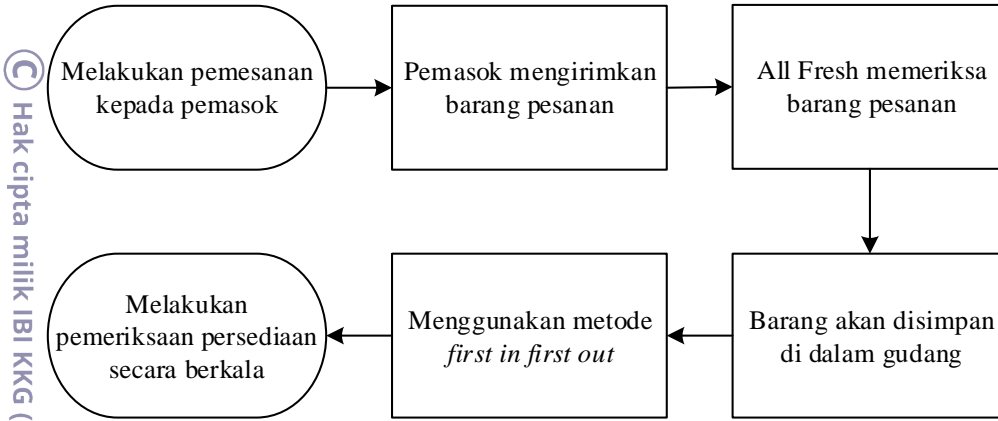
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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.



### Rencana alur pembelian barang kepada pemasok



Sumber: All Fresh

### Rencana Kebutuhan Teknologi

Peran teknologi dalam dunia bisnis saat ini membantu pebisnis dalam melakukan kegiatan-kegiatan bisnisnya mulai dari proses produksi, distribusi, dan kegiatan operasional lainnya. Kemajuan teknologi juga membantu suatu bisnis dalam melakukan pemasaran dan pencatatan keuangan. All Fresh menggunakan laptop dan handphone sebagai peralatan utama dalam menjalankan kegiatan usahanya. Berikut rincian kebutuhan teknologi software/aplikasi yang digunakan All Fresh:

Software/aplikasi	Kegunaan
Microsoft excel	Untuk melakukan pencatatan keuangan
Adobe Photoshop	Untuk mengedit photo/poster sosial media
Adobe Premier	Untuk mengedit video social media
Instagram ads	Untuk melakukan iklan digital
Facebook ads	Untuk melakukan iklan digital
Tiktok Ads	Untuk melakukan iklan digital
ecommerce (shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Lazada) dan Whatsapp	Sebagai platform untuk melakukan penjualan secara online.

Sumber: All Fresh

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
© Hak cipta milik 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Rencana Kebutuhan Peralatan dan Perlengkapan

Dalam kegiatan usahanya, All Fresh memerlukan peralatan untuk menunjang kegiatan usaha seperti marketing, advertising, packing, dan kegiatan lainnya. Biaya peralatan All Fresh akan mengalami depresiasi setiap tahunnya dengan menggunakan metode garis lurus hingga tidak ada nilai sisa pada tahun ke lima.

No	Nama Peralatan	Jumlah	Harga satuan	Total
1	Laptop Asus Vivobook	1	4.700.000	4.700.000
2	Handphone Xiaomi	1	1.500.000	1.500.000
3	Meja Panjang	1	300.000	300.000
4	Kursi Panjang	2	100.000	200.000
5	Meja kerja	2	200.000	400.000
6	Kursi kerja	2	150.000	300.000
7	AC 1/2 PK	1	1.500.000	1.500.000
8	Printer	1	1.000.000	1.000.000
10	Rak besi gudang	5	500.000	2.500.000
<b>Total</b>				<b>12.400.000</b>

Sumber: All Fresh

Perlengkapan merupakan alat penunjang untuk menghasilkan suatu produk All Fresh. Perlengkapan memiliki jangka waktu penggunaan yang lebih singkat dibanding peralatan dan merupakan biaya variabel bagi All Fresh.

No	Nama perlengkapan	Jumlah	Satuan	Harga satuan	Total biaya
1	Lakban bening	20	Pcs	5.000	100.000
2	Kardus(8x8x23cm)	18031	pcs	500	9.015.500
3	Bubble wrap	1000	meter	5.000	5.000.000
4	Kertas A4 70gram	4	pack	35.000	140.000
5	Tinta Printer	2	pack	500.000	1.000.000
6	Alat tulis	4	pack	25.000	100.000
7	Gunting	2	pcs	5.000	10.000
8	Tissue 900gram	20	pack	30.000	600.000
9	Sabun cuci tangan	20	liter	7.000	140.000
10	Hand sanitizer	20	liter	40.000	800.000
<b>Total</b>					<b>16.905.500</b>

Sumber: All Fresh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



### III. Strategi Bisnis

#### Pemasaran

#### Segmentasi

##### 1. Segmentasi Demografi

Segmentasi Demografi membagi pasar dengan keterkaitan antara kebutuhan dan keinginan konsumen yang dibagi ke dalam variabel-variabel antara lain umur, jenis kelamin, tingkat pendapatan, ukuran keluarga, pekerjaan, Pendidikan, agama, dan lainnya.

All Fresh menetapkan target pasar pada usia produktif yaitu 15-60 tahun yang sudah memiliki status menikah (rumah tangga), perkantoran (B2B), dan masyarakat yang masih aktif dalam bekerja dan mendapatkan penghasilan.

##### 2. Segmentasi Psikografi

Segmentasi psikografi membagi pasar dengan melihat faktor psikologis masyarakat seperti minat/kepribadian, gaya hidup, dan kelas sosial yang mereka butuhkan dan inginkan terhadap produk/jasa yang ditawarkan. All Fresh menawarkan produk pengharum ruangan aerosol kepada masyarakat kelas bawah hingga atas dan masyarakat yang memiliki gaya hidup sehat serta peduli akan kualitas udara pada ruangan/tempat tertentu.

#### Positioning

Strategi positioning merupakan strategi untuk membentuk citra perusahaan sehingga produk/jasa yang ditawarkan dapat memperoleh tempat khusus dalam benak konsumen dan menjadikan hal tersebut sebagai keunggulan kompetitif dari pesaing. Positioning All Fresh terletak pada keunikan produk dan harga yang terjangkau. All Fresh memberikan nilai lebih berupa tambahan formula khusus antivirus dan bakteri pada pengharum ruangnya namun ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau dari para pesaing.

#### Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut dari penjualan produknya. All Fresh menggunakan metode penetapan harga berdasarkan harga pesaing (Competitor-Based Pricing) untuk menentukan harga produk pengharum ruangnya. Penetapan harga berdasarkan persaingan (Competitor-Based Pricing) merupakan penetapan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama.

#### Digital Advertising

Periklanan adalah salah satu metode promosi yang efisien dan sering dilakukan berbagai perusahaan dikarenakan jangkauan yang luas dan dapat mencapai berbagai kalangan masyarakat. Saat ini digital advertising menjadi salah satu pilihan terbaik dalam melakukan promosi produk/jasa. All Fresh akan menggunakan sosial media sebagai media promosi seperti facebook ads, Instagram ads, dan tiktok ads. Pengguna media sosial di Indonesia mencapai 61,8% dari total populasi pada Januari 2021 sehingga iklan di sosial media dapat menjadi sarana promosi yang baik bagi All Fresh.

#### Manajemen Sumber Daya Manusia

Rencana jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan All Fresh dalam menjalankan usahanya adalah sebanyak 3 orang, yang terdiri dari 1 manager, 1 staf digital advertising (freelance), dan staf packaging & admin. Tenaga kerja tersebut bekerja selama 5 hari dalam seminggu dan kegiatan akan dilakukan 8 jam setiap harinya. Kegiatan usaha All Fresh dimulai pukul 08.00 setiap harinya, kemudian istirahat selama 1 jam pukul 12.00, lalu dilanjutkan kembali sampai pukul 17.00.

Hakipteritik dan Informatika (Informatika 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.





## Gaji Pokok dan Tunjangan Hari Raya (THR)

Kompensasi dan balas jasa karyawan merupakan balas jasa yang diberikan perusahaan kepada para tenaga kerja atas waktu dan tenaga yang sudah dikeluarkan oleh para tenaga kerja di dalam aktivitas usaha. Perusahaan wajib untuk memberikan kompensasi dan balas jasa karyawan dengan memberikan gaji dan Tunjangan Hari Raya (THR). Kenaikan gaji per tahun diproyeksikan akan meningkat sebesar 3% dari tahun sebelumnya.

### Keuangan

Analisis kelayakan investasi yang digunakan untuk menganalisis usaha All Fresh adalah analisis Payback Period, Net Present Value, dan Profitability Index. Berdasarkan hasil analisis Payback Period, All Fresh dapat mengembalikan modal awal selama 2 tahun 8 bulan 24 hari. All Fresh mendapatkan hasil analisis Net Present value (NPV) positif sebesar Rp 194.772.716. Hasil analisis Profitability Index, All Fresh mendapatkan angka profitability index sebesar 2.6.

### Pengendalian Resiko

Untuk mengatasi masalah manajemen sumber daya manusia, All Fresh membuat perjanjian dan kontrak kepada tenaga kerja di awal, sehingga dapat meminimalisir resiko tenaga kerja yang mengundurkan diri secara tiba-tiba. All Fresh juga memberikan manual book dan prosedur operasi standar kepada tenaga kerja sehingga dapat meminimalisir kesalahan (human error) yang dapat terjadi dalam kegiatan usaha

Untuk mengatasi masalah pelayanan, All Fresh memberikan nilai lebih kepada konsumen seperti pelayanan baik, pengiriman cepat, dan retur barang yang mudah sehingga para konsumen mendapatkan kenyamanan pada saat transaksi. All Fresh juga memberikan potongan harga spesial setiap bulannya. Hal itu dilakukan All Fresh untuk dapat bersaing dengan para pesaing.

Untuk mengatasi masalah regulasi pemerintah, All Fresh terus memperhatikan regulasi dan peraturan pemerintah mengenai UMKM, baik berdampak positif atau negatif terhadap kegiatan usaha. Meskipun demikian All Fresh selalu mematuhi aturan tersebut dengan menjalankan strategi yang sesuai dengan aturan pemerintah dan kegiatan usaha dapat berjalan dengan normal.

Untuk mengatasi masalah pemasok, All Fresh kedepannya akan mencari pemasok-pemasok baru untuk bekerjasama dalam membuat suatu produk yang inovatif. Selain itu, apabila All Fresh memiliki pemasok lebih dari satu, maka kegiatan usaha All Fresh akan semakin aman. Jika salah satu pemasok mengalami masalah, maka kegiatan usaha All Fresh masih tetap berjalan. Untuk kesalahan produksi dan distribusi, pemasok akan bertanggungjawab dengan memberikan retur terhadap produk yang tidak sesuai/cacat.

Untuk mengatasi masalah bencana alam dan pandemi yang tidak terduga, All Fresh akan menyediakan cadangan kas sehingga apabila bencana dan pandemi terjadi, kegiatan operasional All Fresh masih dapat berjalan dengan cadangan kas yang disediakan.

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 teks :

1. David, F. R., & David, F. R. (2017a). *Strategic Management* (16th ed.). Pearson.
- David, F. R., & David, F. R. (2017b). *Strategic Management* (16th ed.). Pearson.
- David, F. R., & David, F. R. (2017c). *Strategic Management* (16th ed.). Pearson.
- Dessler, G. (2016). *Human Resource Management* (14th ed.). Pearson.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2019a). *Principles of Managerial Finance* (14th ed.). Pearson.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2019b). *Principles of Managerial Finance* (14th ed.). Pearson.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2019c). *Principles of Managerial Finance* (14th ed.). Pearson.
- Hanggraeni, D. (2012a). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Hanggraeni, D. (2012b). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Hanggraeni, D. (2012c). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2016). *Operations Management* (12th ed.). Pearson.
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2014a). *Studi Kelayakan Proyek Bisnis* (5th ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2014b). *Studi Kelayakan Proyek Bisnis* (5th ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2014c). *Studi Kelayakan Proyek Bisnis* (5th ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17e ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

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

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





**Sumber Website:**

**Indeks kualitas udara (AQI).** (2021). <https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta>

**Google Trends.** (2021). Google.Co.Id. <https://trends.google.co.id/trends/?geo=ID>

**Prakoso, J. P.** (2020). *Gubernur BI Prediksi 5 Tahun Lagi Ekonomi Bisa 6 Persen.*

**Ekonomi.Bisnis.Com.** <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201111/9/1316440/gubernur-bi-prediksi-5-tahun-lagi-ekonomi-bisa-6-persen>

**Data Inflasi.** (2021). Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>