



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 BISNIS**  
**PENDIRIAN USAHA RITEL**  
**“BATIK KARYA ABADI”**  
**DI JAKARTA TIMUR**

Ferdinand Prajna Budhi

Dibimbing oleh Drs. Brastoro, M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

[72180071@student.kwikkiangie.ac.id](mailto:72180071@student.kwikkiangie.ac.id) , [ferdinand.prajna1712@gmail.com](mailto:ferdinand.prajna1712@gmail.com)

**ABSTRAK**

Ferdinand Prajna Budhi / 72180071 / 2022 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Ritel “Batik Karya Abadi” di Jakarta Timur / Dosen Pembimbing: Drs. Brastoro, M.M.

Batik Karya Abadi adalah sebuah usaha ritel yang bergerak di bidang fashion yang memiliki bermacam-macam pakaian dan aksesoris berbahan dasar kain batik yang dipasarkan lewat media sosial *Instagram*, *Facebook*, dan *Tokopedia*. Batik Karya Abadi terletak di Jalan Mayjen Sutoyo, Pusat Grosir Cililitan, Kota Jakarta Timur.

Batik Karya Abadi memiliki Visi yaitu “Menjadi merk pakaian batik yang dikenal oleh masyarakat luas sebagai penyedia produk batik yang berkualitas baik dan berbanding lurus dengan harga yang ditawarkan.”

Pendirian usaha ini melihat potensi pasar yang ada, antara lain: adanya peningkatan pertumbuhan masyarakat Indonesia, peramalan permintaan yang tumbuh, dan tren industri *fashion* yang ditunjukkan pada statistik penjualan oleh badan pusat statistik.

Produk yang ditawarkan oleh Batik Karya Abadi adalah pakaian pria dan wanita berbahan dasar batik serta varian aksesoris seperti tas dan dompet yang berbahan dasar batik juga.

Batik Karya Abadi memiliki kekuatan dibanding pesaing yaitu: kelengkapan variasi produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, kualitas produk yang terjamin karena menggunakan bahan baku sesuai standar dan lolos uji kualitas, harga yang kompetitif dan bersaing, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap pelanggan selalu maksimal.

Investasi awal yang dibutuhkan Batik Karya Abadi sebesar Rp269.419.350. Investasi awal ini berasal dari tabungan pemilik usaha dan sebagian dari pemberian orang tua.

Batik Karya Abadi memiliki sumber daya manusia berjumlah 3 orang. Anggaran biaya stok awal yang dibutuhkan oleh Batik Karya Abadi sebesar Rp 154.323.350.

Batik Karya Abadi telah memiliki antisipasi resiko usaha yang baik dan juga bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan dalam operasinya.

Analisis kelayakan bisnis yang digunakan oleh Batik Karya Abadi adalah *payback period* dengan imbal balik selama 3 tahun 0 bulan 7 hari, *net present value* dengan hasil yang positif sebesar Rp252.184.679, *Profitability Index* sebesar 1,94, dan *Break Even Point* yang selalu positif setiap tahun selama 5 tahun.

Kata kunci: *Fashion*, Batik Karya Abadi, Batik, Usaha Pakaian



## ABSTRACT

*Ferdinand Prajna Budhi / 72180071 / 2022 / Business Plan for the Establishment of a Retail Business "Batik Karya Abadi" in East Jakarta / Supervisor: Drs. Brastoro, M.M.*

*Batik Karya Abadi is a retail business engaged in fashion that has a variety of clothes and accessories made from batik cloth which are marketed through Instagram, Facebook, and Tokopedia social media. Batik Karya Abadi is located on Jalan Mayjen Sutoyo, Cililitan Wholesale Center, East Jakarta City.*

*Batik Karya Abadi has a vision, namely "To become a batik clothing brand that is known by the wider community as a provider of good quality batik products and is directly proportional to the price offered."*

*The establishment of this business considers the existing market potential, including: an increase in the growth of the Indonesian people, forecasting growing demand, and trends in the fashion industry as shown in sales statistics by the Central Statistics Agency.*

*The products offered by Batik Karya Abadi are men's and women's clothing made from batik as well as a variety of accessories such as bags and wallets made from batik as well.*

*Batik Karya Abadi has strengths compared to competitors, namely: complete variety of products that can meet consumer needs, guaranteed product quality because it uses raw materials according to standards and passes quality tests, competitive and competitive prices, and the quality of service provided to each customer is always maximum.*

*The initial investment required for Batik Karya Abadi is IDR 269,419,350. This initial investment comes from the savings of the business owner and partly from the parents' gifts.*

*Batik Karya Abadi has 3 human resources. The initial stock cost budget required by Batik Karya Abadi is Rp. 154.323.350.*

*Batik Karya Abadi has a good business risk anticipation and is also responsible for society and the environment in its operations.*

*The business feasibility analysis used by Batik Karya Abadi is a payback period with a return of 3 years 0 months 7 days, a net present value with a positive result of IDR 252,184,679, a Profitability Index of 1.94, and a Break Even Point which is always positive every year. year for 5 years.*

*Keywords: Fashion, Batik Karya Abadi, Batik, Clothing Business*

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.



## I. Pendahuluan

### Konsep Bisnis

Bidang usaha yang digeluti oleh Batik Karya Abadi adalah usaha ritel yang menjual produk-produk berbahan dasar kain batik dari berbagai macam daerah di Indonesia. Batik Karya Abadi menjual berbagai jenis produk berbahan dasar kain batik yang modern seperti pakaian, dompet, dan tas.

Batik Karya Abadi berlokasi di Jl. Mayjen Sutoyo, Pusat Grosir Cililitan (PGC), Kota Jakarta Timur. Lokasi tersebut merupakan toko *offline* sekaligus tempat penyimpanan produk Batik Karya Abadi

### Visi dan Misi Perusahaan

#### a. Visi

Visi Batik Karya Abadi adalah menjadi merk pakaian batik yang dikenal oleh masyarakat luas sebagai penyedia produk batik yang berkualitas baik dan berbanding lurus dengan harga yang ditawarkan. Batik Karya Abadi juga menyediakan berbagai variasi batik dengan rentang harga yang luas sehingga dapat memperluas target pasar.

#### b. Misi

Misi Batik Karya Abadi yaitu:

- Memenuhi kebutuhan para konsumen akan produk dan pakaian batik berkualitas baik.
- Berinovasi untuk menciptakan produk batik yang trendy dan digemari oleh berbagai kalangan baik tua ataupun muda.
- Memberikan pelayanan yang baik dan terpercaya kepada para konsumen tanpa membeda-bedakan sehingga memberikan nilai yang lebih untuk konsumen.
- Melestarikan warisan budaya asli Indonesia dengan menggunakan motif batik yang khas dari berbagai daerah di Indonesia dalam produksi produknya.
- Mampu bersaing di pasar dan meraih pangsa pasar produk dan pakaian batik yang signifikan di Indonesia.

### Peluang Bisnis

Peningkatan jumlah penduduk di Jakarta dari tahun 2021 yaitu 10.729.100 jiwa menuju 10.810.100 jiwa di tahun 2022 yakni bertambah sebanyak 81.000 jiwa. Dengan adanya peningkatan penduduk yang akan terjadi, menandakan bahwa tingkat kebutuhan dan permintaan masyarakat atas pakaian akan bertambah sehingga hal ini menjadi peluang yang besar untuk penulis dapat membuat rencana usaha di kota Jakarta dan sekitarnya.

Data rata-rata kontribusi provinsi terhadap penjualan batik tahun 2021 yang dikeluarkan oleh Tokopedia menyatakan bahwa provinsi DKI Jakarta mendapatkan persentasi yang tinggi dalam penjualan batik di tahun 2021, yaitu sebesar 32% dan terpaut 2% dari provinsi Jawa Tengah yang menjadi provinsi dengan penjualan batik terbanyak di Indonesia. Penulis melihat adanya peluang dalam membuka usaha Batik Karya Abadi di Jakarta karena besarnya minat pembelian di daerah tersebut dibandingkan daerah sekitarnya.

### Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana Batik Karya Abadi dalam 1 tahun awal adalah sebesar Rp 269.419.350 dan yang menjadi sumber pendanaan awal adalah berasal dari modal pribadi.



## II. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

### Rencana Alur Produk

Rencana alur produk pada Batik Karya Abadi secara bertahap yaitu dimulai dari konsumen menghampiri toko dan menanyakan tentang produk batik yang dicari atau diinginkan, lalu pihak Batik Karya Abadi menjelaskan tentang informasi setiap produk kepada konsumen dan menetapkan harga produk tersebut, pembeli dapat menawar harga tersebut sehingga dapat mencapai kesepakatan, kemudian produk tersebut dikemas dan pihak Batik Karya Abadi memberikan jaminan kepuasan, lalu konsumen melakukan pembayaran atas produk tersebut dan menerimanya.

### Rencana Alur Pembelian Produk

Bahan baku merupakan salah satu sumber daya utama dalam suatu usaha. Proses pembelian bahan baku Batik Karya Abadi dilakukan dengan menghubungi sales melalui telepon dan Whatsapp. Proses pemesanan bahan baku akan diproses langsung oleh pemasok dengan estimasi kedatangan 1 hingga 2 hari kerja setelah pemesanan. Pihak pemasok akan mengirim bahan baku ke alamat yang dituju menggunakan jasa logistik yang biayanya ditanggung oleh pemasok. Setelah bahan baku sampai, dilakukan pengecekan jumlah dan kualitas bahan baku agar tetap memenuhi standar Batik Karya Abadi. Kemudian, bahan baku akan dikirim ke pihak konveksi untuk dilakukan proses produksi agar menjadi barang jadi. Lalu, produk jadi akan dikirim kembali untuk dilakukan pengecekan kualitas sebelum dijual kepada konsumen akhir.

### Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan

Peralatan yang digunakan toko Batik Karya Abadi sama dengan toko ritel pada umumnya. Tidak ada peralatan khusus atau khas untuk melakukan kegiatan bisnis. Teknologi yang akan digunakan akan difokuskan pada pengolahan stok produk dan kegiatan promosi serta pemasaran. Daftar teknologi dan peralatan yang digunakan Batik Karya Abadi sebagai berikut :

- a. Laptop
- b. Internet
- c. Mesin Pencetak Label
- d. Smartphone
- e. Meja Kasir dan Kursi
- f. Etalase dan Rak
- g. Banner

## III. Strategi Bisnis

### Pemasaran

#### 1. Diferensiasi

Usaha Batik Karya Abadi dapat dibedakan dari usaha pesaing lainnya, yaitu dari segi kualitas produk yang tinggi di mana bahan baku kain batik yang digunakan merupakan bahan berkualitas yang telah terstandarisasi dan tidak mudah rusak ataupun pudar warna. Batik Karya Abadi telah memilih supplier textile yang terpercaya dan reputasi yang baik sehingga kualitas yang didapatkan akan terjamin. Perbedaan lainnya dapat dilihat dari variasi produk yang beragam, Batik Karya Abadi tidak hanya menjual pakaian batik untuk pria dan wanita, namun juga menjual aksesoris-aksesoris berbahan dasar batik seperti tas dan dompet sehingga hal tersebut dapat memperluas target pasar.

Batik Karya Abadi juga memberikan jaminan kepuasan kepada pelanggan yakni dapat menukarkan produk yang telah dibeli dengan produk lainnya dengan harga yang sama dengan syarat maksimal

penukaran 3x24 jam sejak tanggal pembelian dan produk yang ingin ditukar masih dalam kondisi yang utuh seperti kelengkapan tag dan juga kemasan. Kemudian, Batik Karya Abadi juga dapat menerima pesanan khusus seperti ukuran pakaian dan juga kuantitas produk yang diinginkan. Konsumen dapat berkonsultasi langsung jika ingin melakukan pesanan khusus terkait ukuran, motif yang diinginkan, dan juga kuantitas produk yang dapat disesuaikan dengan keinginan para konsumen. Kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen juga menjadi salah satu diferensiasi Batik Karya Abadi terhadap para kompetitor lainnya.

## 2. Positioning

*Positioning* adalah cara perusahaan mengkomunikasikan nilai kepada pelanggan, dimana melalui *positioning* perusahaan, maka pelanggan dapat dengan mudah menghubungkan antara kebutuhan atau keinginan mereka dengan produk. Batik Karya Abadi merupakan toko ritel pakaian dan aksesoris berbahan dasar kain batik yang mengutamakan kualitas dan variasi pilihan produk yang beragam agar dapat memenuhi kebutuhan para pelanggannya. Batik Karya Abadi memposisikan toko di benak konsumen sebagai “toko batik yang menawarkan produk berkualitas dengan harga yang kompetitif sehingga terjangkau oleh semua kalangan”. Slogan yang digunakan yakni “Kualitas adalah kunci”. Alasan Batik Karya Abadi menggunakan slogan tersebut karena Batik Karya Abadi mengutamakan kualitas produk dan juga kualitas pelayanan terhadap konsumen dengan tujuan agar konsumen merasa puas dan citra usaha Batik Karya Abadi menjadi baik di mata masyarakat.

## 3. Penetapan Harga

Harga merupakan jumlah dari keseluruhan nilai yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa. Secara umum, ada tiga strategi penetapan harga yang dapat digunakan, yaitu sebagai berikut :

- Customer Value-Based Pricing*
- Cost – Based Pricing*
- Competition – Based Pricing*

Batik Karya Abadi memadukan metode penetapan harga *cost-based pricing* dengan *competition-based pricing*, dimana menetapkan harga berdasarkan perhitungan biaya serta juga membandingkan dengan harga pesaing.

## Promosi

### 1. Advertising

*Advertising* merupakan presentasi serta promosi mengenai ide, produk, dan jasa yang disampaikan lewat televisi, surat, majalah, radio, bioskop, maupun dalam bentuk poster yang ditempatkan pada lokasi yang strategis (promosi berbayar). Pada era digital ini, iklan juga banyak dilakukan secara *online* di media sosial maupun situs-situs internet.

Batik Karya Abadi akan menggunakan *Instagram Ads* dan *Facebook Ads* dengan menasar target pasar yang sudah ditentukan sebelumnya untuk setiap bulannya. Dengan memanfaatkan kedua sarana tersebut, diharapkan dapat memberikan informasi relevan terkait produk yang dijual oleh Batik Karya Abadi sehingga bisa menumbuhkan citra usaha Batik Karya Abadi yang baik terhadap masyarakat dan meningkatkan penjualan produk.

### 2. Sales Promotion

*Sales promotion* atau promosi penjualan berguna untuk merangsang peningkatan jumlah pelanggan dan juga penjualan. Tujuan dari sales promotion sendiri adalah mendapatkan respon atau tanggapan secara cepat dari para pembeli (*quick buying response*) dimana mempengaruhi pelanggan untuk mencoba produk baru, memangsang pembelian tanpa rencana atau *impulse buying*, dan meningkatkan daya saing lewat promosi. *Sales promotion* yang akan dilakukan yaitu pemberian harga khusus untuk pembelian kemeja batik secara berpasangan pria dan wanita dan juga pembelian produk dengan kuantitas yang besar. Selain itu, bebas biaya kirim juga ditawarkan kepada para konsumen yang melakukan pembelian melalui e-commerce sehingga menarik minat pembelian para konsumen.





### 3. Personal Selling

Personal selling menekankan promosi pada presentasi atau percakapan secara langsung dengan calon pembeli untuk membangun hubungan baik dan merangsang penjualan. Batik Karya Abadi menggunakan teknik promosi *personal selling* untuk melayani konsumen agar dapat membangun hubungan baik dengan konsumen sehingga menjadi pelanggan di toko Batik Karya Abadi. Konsumen Batik Karya Abadi dapat berkonsultasi untuk menyesuaikan produk yang dibutuhkan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Contohnya, jika konsumen menginginkan pakaian batik yang formal untuk dapat menghadiri acara-acara penting maka Batik Karya Abadi menawarkan produk dengan kualitas bahan yang tinggi seperti bahan *semi sutra* yang lembut, tebal, dan tahan lama. Namun jika konsumen menginginkan pakaian batik yang dapat dipakai sehari-hari maka akan ditawarkan produk yang menggunakan bahan *cotton* yang nyaman dan tidak panas dalam pemakaian. Selain itu, dengan *personal selling* Batik Karya Abadi akan menciptakan loyalitas pelanggan lewat pelayanan yang diberikan sebelum, sesaat, dan sesudah pembelian atau *after sales service*.

### 4. Public Relationship

*Public relation* merupakan cara perusahaan menciptakan citra yang baik dan membangun hubungan dengan publik. *Public relation* akan memberikan informasi-informasi mengenai perusahaan dan produknya terhadap khalayak publik. Dalam hal ini, Batik Karya Abadi bekerja sama dengan *selebgram* atau *influencer* lainnya untuk mendapatkan *traffic* yang tinggi dan ulasan produk dari mereka untuk memberi informasi dan meningkatkan kepercayaan akan produk Batik Karya Abadi. Selain itu, Batik Karya Abadi menggunakan media sosial *Instagram* dan *Tiktok* untuk kegiatan mempromosikan citra usaha kepada masyarakat.

### 5. Direct Marketing

*Direct Marketing* merupakan teknik promosi yang berfokus untuk membangun hubungan langsung dengan pelanggan dengan tujuan memperoleh tanggapan langsung serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan para pelanggan lewat komunikasi langsung dengan pelanggan secara non personal. *Direct marketing* memiliki enam area, meliputi: *direct mail*, *direct selling*, *direct response*, *mail order*, *telemarketing*, dan *internet marketing*.

Dalam menerapkan teknik ini, Batik Karya Abadi menggunakan *Direct Selling* dan *Internet Marketing*. Hal tersebut karena Batik Karya Abadi melakukan penjualan baik secara *offline* dengan toko fisik dan juga *online* melalui beberapa *e-commerce*.

### Rencana Organisasi

Dalam melaksanakan usahanya, Batik Karya Abadi memerlukan tenaga kerja sebanyak dua orang dikarenakan bisnis ini masih tergolong usaha *start up* yang mana skalanya masih tergolong kecil. Selain itu, Batik Karya Abadi juga merencanakan kebutuhan tenaga kerja dengan seefisien mungkin. Tenaga kerja dibagi atas Manajer Umum dan Staff Operasional.

### Keuangan

Usaha Batik Karya Abadi layak dijalankan karena telah dianalisis kelayakannya menggunakan *payback period*, *net present value*, *profitability index*, dan *break even point analysis*. Jika dilihat dilihat dari *payback period* maka usaha ini mampu menghasilkan imbal balik dengan waktu 3 tahun 0 bulan 7 hari, yang mana dibawah 5 tahun. Dilihat dari *net present value*, maka menghasilkan arus kas positif dengan Rp252.184.679 yang mana lebih besar dari nilai investasi awal. Dilihat dari *profitability index*, maka usaha ini mampu mengasilkan *profit* sebesar 1,94 kali dari investasi awal. Dilihat dari *break even point*, maka Batik Karya Abadi setiap tahunnya mampu menghasilkan penjualan yang lebih dari tingkat *break even point*.

### Pengendalian Risiko Usaha

Berikut merupakan rencana toko Batik Karya Abadi untuk mengantisipasi risiko usaha:

1. Nama toko Batik Karya Abadi yang belum dikenal oleh masyarakat.  
Dalam mengatasi resiko ini baru maka Batik Karya Abadi akan menjalankan strategi seperti:



- a. Melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Facebook, dan E-commerce*.
- b. Melakukan *digital marketing*.
- c. *Mengendorse* para *influencers* media sosial agar mendapatkan *brand awareness* dari para pengikutnya.
- d. Memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggan sehingga mendapatkan ulasan yang positif dan loyalitas pelanggan.

Munculnya pesaing baru dan menambah persaingan terhadap kompetitor.

Dalam mengantisipasi resiko ini, maka Batik Karya Abadi memaksimalkan strategi promosi seperti yang telah dijelaskan yaitu *endorsement, giveaway, iklan berbayar, pembuatan konten yang kreatif dan edukatif* dan menggunakan pemasaran langsung sehingga lebih fokus melayani konsumen secara *personal*, yang mana hal ini akan menciptakan loyalitas pelanggan.

Berkembangnya teknologi informasi di masyarakat

Batik Karya Abadi akan fokus pada bagian pemasaran di media sosial yang mana secara profesional mengelola akun-akun media sosial serta memaksimalkan penggunaan *search engine optimization*, dan metode-metode lainnya seperti iklan berbayar dengan *copywriting* yang kreatif serta memberikan *landing page* yang tepat sehingga lebih efektif dalam mencapai *closing* atau meningkatkan penjualan.

Kualitas Sumber Daya

Dalam mengatasi masalah sumber daya manusia, pemilik akan memastikan SDM telah mengikuti pelatihan dan memiliki output yang baik berupa kinerja maksimal. Selain itu, pemilik akan melakukan berbagai pengawasan setiap harinya, serta melakukan pengendalian melalui evaluasi secara berkala setiap seminggu sekali, rapat karyawan secara rutin, serta tanggung jawab dalam ruang kritik dan saran dari para pelanggan. Tidak hanya menuntut kinerja karyawan, Batik Karya Abadi juga akan memberikan sistem balas jasa yang sesuai serta menerapkan sistem kekeluargaan yang bertanggung jawab untuk meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

#### IV Daftar Pustaka

##### Sumber Buku Teks:

- David, Fred R., Forest R. David (2017), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 16, Boston: Pearson Education.
- Dessler, Gary (2020), *Human Resource Management*, Edisi 16, Harlow: Pearson Education Limited.
- Heizer, Jay, Barry Render, & Chuck Munson (2017), *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, London: Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17. Global Edition, Italy: Pearson Education.
- Marshall, G. W., Johnston, M. W. (2018), *Marketing Management*, Edisi 3. New York: McGraw-Hill Education
- Pietersz, Jemmy J., et al. (2021), *Perpajakan (Teori dan Praktik)*, Edisi 1, Bandung: Widina Media Utama.
- Rangkuti, F. (2017), *Customer care excellence: meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelayanan prima plus analisis kasus jasa raharja*. Edisi 1, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi 1). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Zutter, C. J. & Smart, S. B. (2021), *Principle of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, United Kingdom: Pearson Education Limited.

##### Sumber Jurnal:



Suhendri, A., & Sopian. (2016). Analisis Break Even Point (BEP) pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk Cabang Payaraman, Ogan Ilir. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, dan Akuntansi*, Vol.1 No.1, 85–95.  
[https://www.academia.edu/37975836/Analisis\\_Break\\_Even\\_Point\\_BEP\\_pada\\_PT.\\_Sumber\\_Alfaria\\_Trijaya\\_Tbk\\_Cabang\\_Payaraman\\_Ogan\\_Iilir](https://www.academia.edu/37975836/Analisis_Break_Even_Point_BEP_pada_PT._Sumber_Alfaria_Trijaya_Tbk_Cabang_Payaraman_Ogan_Iilir)

**Sumber Website:**

Badan Pusat Statistik (2020), *Tinjauan Big Data Terhadap Dampak Covid-19 2020*, diakses 17 November 2021 <https://www.bps.go.id/publication/2020/06/01/effd7bb05be2884fa460f160/tinjauan-big-data-terhadap-dampak-covid-19-2020.html>

Badan Pusat Statistik (2021), *Ekonomi Indonesia Triwulan III 2021 Tumbuh 3,51 Persen (y-on-y)*, diakses 28 November 2021

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1814/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2021-tumbuh-3-51-persen--y-on-y-.html>

Badan Pusat Statistik (2021), *Statistik E-Commerce 2021*, diakses 17 November 2021

<https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>

Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, (2021) *Dynamic table*, diakses 26 Oktober 2021

<https://jakarta.bps.go.id>

Bi.go.id (2022), *target inflasi*, diakses pada 15 Desember 2021

<https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/target-inflasi.aspx>

Haryono, E. (2021), *BI Proyeksikan Pertumbuhan Ekonomi 4,7-5,5% Tahun 2022*, diakses 23 November 2021,

[https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2331221.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2331221.aspx)

Ojk.go.id (2008), *Batasan Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar menurut Undang-Undang No.20/2008*, diakses pada 1 November 2021 <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>

Kemenkeu.go.id (2021), *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan 2021*, diakses 20 November 2021 <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>

Money.Kompas (2021), *Cek daftar* diakses pada 10 Desember 2021

<https://money.kompas.com/read/2021/11/17/103203626/cek-daftar-kenaikan-ump-jakarta-dari-tahun-ke-tahun?page=all>

BCA (2021), *Tahapan Gold*. Diambil 20 Desember 2022, dari

<https://www.bca.co.id/en/Individu/produk/simpanan/Tahapan-Gold>

Pendirianptcv (2022), diakses pada 23 Desember 2021

<https://pendirianptcv.com/biaya-cara-siup-surat-izin-usaha-perdagangan/urusiup-surat-izin-usaha-perdagangan/>

Bi.go.id (2021), *target inflasi*, diakses pada 15 Desember 2021

[https://www.bi.go.id/seki/tabel/TABEL1\\_30.pdf](https://www.bi.go.id/seki/tabel/TABEL1_30.pdf)

**Sumber Undang-Undang:**

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.

Republik Indonesia. 2007. *Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*, Lembaran Negara RI Tahun 2021, No. 246. Sekretariat Negara. Jakarta.

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

Hak Cipta © 2022 Kwik Kian Gie School of Business. All rights reserved.





Republik Indonesia. 1984. *Undang-Undang No. 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian*, Lembaran Negara RI Tahun 2021, No. 22. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Lembaga Negara RI Tahun 2003, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2018. *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak*. Lembaga Negara RI Tahun 2018, 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 milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

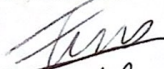
Nama Mahasiswa / I : Ferdinand Prayna Budhi

N I M : 72180071 Tanggal Sidang : 23 September 2022

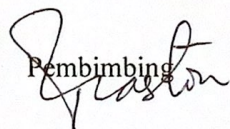
Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Pendirian Usaha Ritel "Batik Karya Abadi"  
Di Jakarta Timur.

Jakarta, 6 / 10 20 22

Mahasiswa/I

  
( Ferdinand Prayna B.... )

Pembimbing

  
( Drs. Brastoro M.M.... )