



RENCANA BISNIS

PENGEMBANGAN USAHA RUMAH MAKAN

“DAPUR POJOK NUSANTARA”

DI KELAPA GADING

Elina / 70180222 / 2021 / Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Rumah Makan Dapur Pojok Nusantara /
Pembimbing : Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E

ABSTRACT

Dapur Pojok Nusantara will provide unique and authentic Indonesian spices, as well as provide services that will be comfortable and attractive to customers.

Dapur Pojok Nusantara serves food with Indonesian specialties from various regions and offers a comfortable atmosphere to gather with friends and family, due to the availability of supporting facilities. Kitchen Corner Nusantara also provides many variations in the menu such as rice and chili sauce. Also presented at a very affordable price.

Kitchen Corner Nusantara currently has 3 workers. 1 manager, 1 staff who takes care of marketing and also planning promotions and also 1 staff who does production/cooking and also runs business operations.

The initial capital of Dapur Pojok Nusantara is 76,757,500 which comes from the author's personal funds of Rp. 45,000,000, a loan from parents of Rp. 35,000,000 Rupiah, for a total of 80,000,000. These funds will be used for initial cash, equipment costs, equipment costs, packing costs and promotional costs.

As a proof of the financial feasibility of the Dapur Pojok Nusantara company, the author makes 3 business feasibility analyzes, namely the Payback Period which is estimated to return on investment in a period of 2 year 13 days, Net Present Value which is worth more than 0 which is 252.046.736, Profitability Index which is greater than 1, which is 4,8388, the value of sales that exceeds the amount of BEP in the next 5 years.

Dapur Pojok Nusantara has a positive impact on the surrounding community in terms of marketing, production and technology, as well as organization and human resources because the business process will benefit many parties. Dapur Pojok Nusantara has greatly limited its impact on the environment by carrying out environmentally friendly production and ensuring that its suppliers and partners are also environmentally friendly companies.

Keywords: Kitchen Corner Nusantara, Nusantara, Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk tujuan penyaluran atau untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan karya ilmiah, atau untuk keperluan lain, tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Dapur Pojok Nusantara akan menyediakan bumbu yang khas dan autentik Indonesia, juga menyediakan layanan-layanan yang akan nyaman menarik bagi pelanggan.

Dapur Pojok Nusantara menyajikan makanan dengan bumbu khas Indonesia dari berbagai daerah dan menawarkan suasana nyaman untuk berkumpul bersama teman dan keluarga, karena tersedianya fasilitas-fasilitas yang mendukung. Dapur Pojok Nusantara juga menyediakan banyak variasi dalam menu seperti nasi dan sambal. Juga dihadirkan dengan harga yang sangat terjangkau.

Dapur Pojok Nusantara saat ini memiliki 3 orang tenagar kerja. 1 orang manager, 1 *staff* yang mengurus pemasaran dan juga merencanakan promosi dan juga 1 orang *staff* yang melakukan produksi/memasak dan juga menjalankan operasional usaha.

Modal awal Dapur Pojok Nusantara adalah sebesar 76.757.500 yang bersumber dari dana pribadi penulis sebesar Rp 45.000.000, pinjaman dari orang tua sebesar Rp 35.000.000 Rupiah, yang totalnya berjumlah 80.000.000. Dana ini akan digunakan untuk uang kas awal, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya packing dan biaya promosi.

Sebagai pembuktian kelayakan keuangan dari perusahaan Dapur Pojok Nusantara, penulis membuat analisa kelayakan bisnis yaitu *Payback Period* yang diperkirakan akan balik modal pada jangka waktu 2 tahun 13 hari, *Net Present Value* yang bernilai lebih dari 0 yaitu 252.046.736, *Profitability Index* yang lebih besar dari 1 yaitu 4,8388, nilai penjualan yang melebihi jumlah BEP pada 5 tahun kedepan.

Dapur Pojok Nusantara berdampak positif bagi masyarakat sekitar dari segi pemasaran, produksi dan teknologi, serta organisasi dan SDM karena proses usahanya akan menguntungkan banyak pihak. Dapur Pojok Nusantara sudah sangat membatasi dampaknya terhadap lingkungan dengan cara melakukan produksi ramah lingkungan dan memastikan bahwa pemasok dan rekan perusahaan juga adalah perusahaan yang ramah lingkungan.

Kata kunci : Dapur Pojok Nusantara, Nusantara, *Payback Period* (PP) , *Net Present Value* (NPV) , *Profitability Index* (PI)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan 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

Jasa Kuliner di seluruh Indonesia merupakan salah satu jenis usaha yang tidak ada habisnya. Sebab seluruh orang membutuhkan jasa kuliner untuk memenuhi salah satu kebutuhan manusia yaitu Kebutuhan Primer. Bentuk usaha kuliner yang cukup potensial adalah rumah makan. Tetapi dikarenakan bisnis atau usaha kuliner ini terbilang sudah banyak yang mengelola, menjadi tantangan sendiri untuk penulis yang harus memiliki cita rasa khas yang membuat usaha kuliner menjadi berbeda dari yang lain dan membuat konsumen tertarik lalu datang kembali. Terdapat beberapa macam konsep usaha rumah makan. Seperti warung makan atau rumah makan sederhana, lesehan, prasmanan, dan sebagainya.

Jenis masakan yang dijual menjadi hal yang penting dalam memilih menjalankan usaha bisnis kuliner yang seperti apa. Banyak pelaku bisnis yang mengakui bahwa jenis makanan sangat berpengaruh untuk kelanjutan usaha. Hal penting lainnya yaitu citra masakan yang unik dan nikmat harus bisa ditawarkan karena nyawa dari sebuah usaha rumah makan adalah cita rasanya.

Konsep yang penulis tawarkan merupakan konsep rumah makan dengan rasa yang enak dan harga yang terjangkau. Keunikan dari bisnis ini adalah bumbu khas Indonesia yang beragam. Selain itu lokasi dan tempat parkir yang mudah menjadi salah satu keunggulan dari usaha kuliner. Rumah makan harus memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau publik. Bahan baku yang tersedia harus dipilih dengan seorang ahli serta memastikan bahan baku yang tersedia lebih agar stok persediaan cukup pada saat konsumen datang. Seorang chef yang memasak juga harus ahli dalam bidangnya agar masakan yang disediakan dapat dinikmati oleh penikmat yang gemar dengan cita rasa Nusantara merasa puas.

Visi dan Misi Perusahaan

Visi

- Menjadi perusahaan makanan yang terkenal profesional, halal, dan memiliki mutu produk Internasional.

- Dilengkapi dengan hak cipta, paten, merek dagang, dan hak paten lainnya untuk melindungi kepentingan perusahaan.
 - Penelitian dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Misi



- Mengembangkan dan mengenalkan produk makanan lokal yang bermutu.
- Mempermudah masyarakat dalam mendapatkan makanan yang bermutu.
- Kreatif dan Inovatif dalam pengembangan menu dan selalu memperhatikan selera masyarakat. c.

Produk yang Ditawarkan

Peluang Bisnis

Peluang untuk bisnis kuliner terbilang sangat bagus dan sangat cerah. Bisnis kuliner memang sudah ada banyak, tetapi dengan ciri khas khusus dan selalu konsisten dalam menyajikan menu Indonesia, yang pastinya tetap inovatif dalam mengembangkan menu, usaha ini akan menjanjikan dan berpotensi berkembang hingga ke ladang Internasional.

Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana awal yang dibutuhkan Dapur Pojok Nusantara sebesar Rp.76.758.500 yang digunakan untuk kas awal, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya bahan baku awal, biaya packing, dan biaya promosi. Sumber dana atau modal yang diperoleh dari Dapur Pojok Nusantara berasal dari tabungan pribadi dan pinjaman dana dari orang tua.



II. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

No	Kegiatan	Bulan dan Tahun											
		Okt-21				Nov-21				Des-21			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Melakukan pertimbangan bisnis	█	█										
2	Survei pemasok		█	█									
3	Membeli peralatan dan perlengkapan				█								
4	Membuat SOP					█							
5	Mendaftar NPWP					█							
6	Membuat SIUP						█						
7	Membuat social media dan melakukan kerjasama dengan layanan pesan antar.							█					
8	Melakukan rekrutmen dan pelatihan tenaga kerja								█	█	█		
9	Melakukan promosi										█	█	
10	Pembelian bahan baku dari pemasok											█	
11	Membuka usaha											█	█

Sumber : Dapur Pojok Nusantara, 2021

1. Di rangkai sebagai satu kesatuan yang utuh dan menyeluruh. Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Pengujiannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengujiannya 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 Dapur Pojok Nusantara



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber: Dapur Pojok Nusantara, 2021

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 Peralatan dan Perlengkapan

No	Nama Peralatan	Jumlah	Harga
1	Laptop ASUS X441	1	3.000.000
2	Wifi Indihome 5 mbps	1	300.000
3	Realme 8i 6/128Gb	1	1.800.000
4	Kulkas LG GNB185SQBB	1	2.450.000
5	Maspion Panggang Multi square grill	1	Rp157.500
6	Sendok, garpu, sumpit, mangkuk, gelas Merk Doll	3	550.000
7	Cookware Set 13	1	125.000
8	Oxone basic set	1	245.000
9	Rice Cooker Panasonic SRCEZ18DBSR	1	380.000
10	PEPPRG Set Perlengkapan Kebersihan	1	120.000
11	Dispenser Miyako	1	127.500
12	Eni meja makan meja cafe set 4kursi ukuran 40×40×45cm	4	800.000
13	Rinnai : 602-A Kompor 2 Tungku	1	350.000
14	TV Samsung LED 24 Inch	1	1.150.000
15	Sofa Minimalis Neo Aries	1	295.000

Sumber : Dapur Pojok Nusantara, 2021

©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber; Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
4. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



III.Strategi Bisnis

Rencana Pemasaran

Dapur Pojok Nusantara harus dapat membuat strategi pemasaran yang baik agar pelanggan lebih dapat mengetahui ciri khas dan keunggulan brand. Menurut Sofjan Assauri (2017:15) Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing- masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

1. Diferensiasi

Diferensiasi produk merupakan salah satu strategi perusahaan untuk membedakan produknya terhadap pesaing. Diferensiasi membedakan penawaran pasar perusahaan untuk menciptakan nilai pelanggan yang superior. Diferensiasi perlu dilakukan agar produk yang dijual memiliki keunggulan dan keefektifan dalam perbedaan antara produk yang satu dengan produk lainnya. Produk yang sudah terdiferensiasi dapat lebih mudah untuk dipasarkan sesuai dengan segmen pasar usaha tersebut. Dapur Pojok Nusantara menyediakan variasi makanan yang cocok untuk berbagai macam orang yang punya selera yang berbeda-beda. Selain menyediakan fasilitas, Dapur Pojok Nusantara juga melakukan pelatihan agar pelayanan pelanggan dapat berjalan dengan sangat baik.

b. Positioning

Positioning menurut Kotler dan Armstrong (2018:213), adalah penempatan merek produk ke dalam pikiran konsumen. Positioning bukanlah tentang aktivitas yang dilakukan perusahaan terhadap produknya akan tetapi tentang aktivitas yang perusahaan lakukan terhadap persepsi konsumen.

- a. *Positioning* menurut atribut produk, usaha memposisikan diri menurut atribut produknya.
- b. *Positioning* menurut manfaat, dimana produk diposisikan sebagai pemimpin dalam suatu manfaat tertentu.
- c. *Positioning* menurut harga/ kualitas, dimana produk diposisikan sebagai nilai (harga dan kualitas) terbaik.
- d. *Positioning* menurut penggunaan/ penerapan, yaitu usaha memposisikan produk sebagai yang terbaik untuk sejumlah penggunaan/ penerapan.
- e. *Positioning* menurut pemakai, yaitu usaha memposisikan produk sebagai yang terbaik untuk sejumlah kelompok pemakai.
- f. *Positioning* menurut pesaing, dimana produk memposisikan diri lebih baik daripada pesaing utamanya.
- g. *Positioning* menurut kategori produk, dimana produk diposisikan sebagai pemimpin dalam suatu kategori produk.



Dari konsep tersebut, Dapur Pojok Nusantara menggunakan *positioning* menurut penggunaan/penerapan. Dapur Pojok Nusantara menempatkan dirinya sebagai rumah makan keluarga yang menyediakan makanan tradisional dari berbagai daerah di Indonesia, juga memberikan fasilitas dan kenyamanan pada customer.

Rencana Promosi

Strategi promosi yang baik akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya, karena dengan promosi yang baik, kesadaran pelanggan akan brand akan meningkat. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:424). Promosi adalah campuran spesifik alat promosi yang perusahaan gunakan untuk menyampaikan nilai secara persuasif dan juga membangun hubungan dengan konsumen. Berikutnya berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi (bauran komunikasi) antara lain:

1. Advertising

Advertising bisa berbentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis. Dapur Pojok Nusantara menggunakan kekuatan social media dan poster yang dipasang disekitar tempat tempat yang kiranya strategis untuk dilihat keluarga.

2. Sales Promotion

Sales Promotion merupakan insentif jangka pendek yang dilakukan oleh pihak penjual agar pelanggan segera melakukan pembelian produk. Dapur Pojok Nusantara memasarkan produk dengan cara memanjang poster di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian. Dapur Pojok Nusantara juga mengikuti banyak event makanan secara online yang bertujuan meningkatkan awereness terhadap brand ini.

3. Personal Selling

Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik. Dapur Pojok Nusantara melakukan *Personal Selling* dengan cara melatih pekerjajanya untuk melakukan upselling saat melakukan transaksi.

4. Public Relation

Membangun hubungan yang baik dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Dapur Pojok Nusantara menerapkan pelayanan yang baik. Dapur Pojok Nusantara melatih agar karyawannya melakukan pendekatan yang baik dan tidak berlebihan kepada pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.



Rencana Organisasi

Dapur Pojok Nusantara sudah memiliki tenaga kerja kompeten yang dipilih melalui proses seleksi dan dipastikan dapat menjalankan perkerjaannya dengan baik. Dapur Pojok Nusantara akan memiliki tenaga kerja yang kompeten dan ditempatkan sesuai dengan kekuatannya masing-masing agar Dapur Pojok Nusantara dapat beroperasi secara maksimal. Dapur Pojok Nusantara saat ini memiliki 3 orang tenagar kerja. 1 orang manager, 1 *staff* yang mengurus pemasaran dan juga merencanakan promosi dan juga 1 orang *staff* yang melakukan produksi/memasak dan juga menjalankan operasional usaha.

Analisis Keuangan

Berdasarkan perhitungan Payback Period (PP), Bisnis Dapur Pojok Nusantara akan mencapai titik balik modal dalam jangka waktu yang cukup singkat yaitu 2 tahun 13 hari. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Dapur Pojok Nusantara layak untuk dijalankan karena titik balik modal tidak mencapai 5 tahun. Berdasarkan perhitungan Net Present Value (NPV), Bisnis Dapur Pojok Nusantara mendapat nilai Rp. 405.497.203 yang berarti usaha Dapur Pojok Nusantara layak untuk dijalankan karena nilai NPV yang lebih dari 0. Berdasarkan perhitungan Profitability Index (PI), Bisnis Dapur Pojok Nusantara mendapatkan nilai PI sebesar 12,89 yang menunjukkan bahwa usaha Dapur Pojok Nusantara layak untuk diinvestasikan karena nilai PI yang lebih besar dari 1. Break Even Point (BEP) pada bisnis Dapur Pojok Nusantara menunjukkan usaha yang layak dijalankan karena hasil penjualan Dapur Pojok Nusantara yang lebih besar daripada nilai BEP selama 5 tahun terakhir.

Pengendalian Resiko

Resiko usaha dapat diartikan sebagai suatu hal hambatan dan merugikan yang bisa saja terjadi kapan saja ketika membangun usaha. Dapur Pojok Nusantara juga tidak dapat menghindari dari resiko usaha. Berikut adalah resiko usaha yang mungkin terjadi bagi Dapur Pojok Nusantara :

- Harga bahan baku yang terus berubah, sedangkan Dapur Pojok Nusantara harus membeli bahan baku dalam jangka waktu yang singkat.
- Makanan luar Indonesia yang mulai mendunia. Hal ini berbahaya bagi Dapur Pojok Nusantara yang konsisten dalam menjual produk dalam negeri.
- Munculnya banyak usaha baru sejenis dan juga inovasi dari kompetitor.
- Tren yang terus berkembang, sehingga Dapur Pojok Nusantara harus terus berinovasi untuk mengikutinya.



Antisipasi Risiko Usaha

Untuk dapat mengurangi dampak dari risiko usaha, Dapur Pojok Nusantara harus dapat melakukan hal berikut:

- a. Menjalin hubungan baik dengan pemasok sehingga penyesuaian harga bahan baku bisa lebih baik.
- b. Mempromosikan makanan Indonesia dengan cara yang lebih inovatif dan dapat menjangkau masyarakat luas.
- c. Lebih kreatif dalam mengembangkan kualitas restoran dalam hal suasana dan makanan sehingga bisa unggul dari brand lain.
- d. Tim Dapur Pojok Nusantara harus dapat mengikuti perkembangan trend dan menerapkannya dalam jalannya usaha. Dapur Pojok Nusantara akan melakukan research mengenai tren yang sedang atau akan berlaku dan menjalankannya lebih cepat dari pada brand kompetitornya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 :

Assauri, D. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

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

Dessler, Gary (2017), Human Resource Management, Edisi 15, Global Edition, England.

Heizer, Jay, Barry Render, & Chuck Munson (2017), Operations Management, Edisi 12, Global Edition, England: Pearson Education.

Mitchell Franklin (2019) , Principles of Accounting, Volume 1: Financial Accounting , Global Edition , United States: Pearson Education.

Kotler, Philip, Gary Armstrong (2018), Principles of Marketing. Edisi 17. Global Edition, Italy: Pearson Education.

Kotler, Philip and Keller. (2018). Marketing Management. Edisi Ke-15, Global Edition. United States: Pearson Education

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). Principles of Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, Edisi 10, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Management, Edisi 14, United States: Pearson Education.





Website :

Ageng Prabandaru (2019) , Menghitung Pajak Penghasilan Perusahaan dengan Omzet Rp4,8M – Rp50M , KlikPajak , diakses juni 2021 , <https://klikpajak.id/blog/berita-pajak/menghitungpajak-penghasilan-perusahaan-omzet-48m-50m/>

CNN Indonesia (2021) Anies Resmi Naikkan UMP DKI Jakarta, diakses 8 Juni 2022, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211227121007-92-739056/anies-resminaikkan-ump-dki-jakarta-2022-jadi-rp464-juta>

Peradhita Natali (2020), Pengertian Promotion Mix Beserta Contoh-Contohnya, diakses 4 Mei 2022, <https://www.logique.co.id/blog/2020/11/09/promotion-mix/>

Zincoid (2020), Inilah Pengertian Dan Panduan Lengkap Mengenai SIUP, diakses 8 Mei 2022, <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2020/12/10/siup-adalah/>

Kementerian Keuangan , Syarat Pendaftaran Nomor Pokok Wajib Pajak , Kementerian Keuangan , diakses 10 Juni 2022 , <https://pajak.go.id/id/syarat-pendaftaran-nomor-pokok-wajibpajak-1>

Nasional Kontan (2020) Simak, ini pengertian dan kriteria UMKM, diakses 28 Mei 2022, <https://nasional.kontan.co.id/news/simak-ini-pengertian-dan-kriteria-umkm-1>

Shafira Chairunnisa (2021) Inilah Daftar Harga Listrik Per KWh Terbaru 2021, Resmi Dari Kementerian ESDM, diakses 16 Mei 2022, <https://www.99.co/blog/indonesia/daftarharga-listrik-per-kwh/>



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

**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

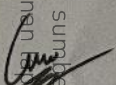
Telah terima dari

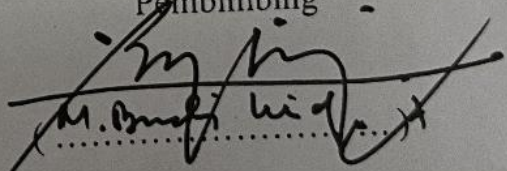
Nama Mahasiswa/I : ELFina Lim

NIIM : 70180222 Tanggal Sidang : 20 Oktober 2022

Judul Karya Akhir : Rencana bisnis Pengembangan Usaha rumah makan
"Dapur Pojok Nusantara"

Jakarta, 9 / 11 20 22

Mahasiswa/I

(...ELFina Lim.....)

Pembimbing

(M. Bani hid)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
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 IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.