**“RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA MINIMARKET 69 MART DI BANYUASIN, SUMATERA SELATAN”**

**Kurniawan Adi Nugroho**

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Kurniawankong9788@gmail.com

**Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M.**

Pembimbing

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

**ABSTRAK**

*69 Mart* merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang ritel modern dan konsep bisnis yang digunakan yaitu berkonsepkan minimarket. *69 Mart* menjual berbagai macam kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh tiap rumah tangga. *69 Mart* terletak di Jl. Palembang-Betung Km.30 Sembawa, Banyuasin, Sumatera Selatan. *69 Mart* memiliki visi “Menjadi ritel modern yang unggul di Indonesia”. *69 Mart* juga memiliki misi untuk menciptakan loyalitas pelanggan pada *69 Mart*, kemudian memberikan harga yang bersaing dengan kompetitor serta menciptakan kepuasan pada pelanggan. Produk yang ditawarkan oleh *69 Mart* yaitu seperti beras, minyak, minuman, makanan ringan, susu formula, bumbu dapur, popok bayi dan dewasa, kosmetik, sabun, sampo, alat tulis, obat-obatan, pecah belah, serta pakaian dalam. *69 Mart* memiliki keunggulan kompetitif dalam persaingan minimarket yaitu memiliki keunggulan pada pelayanan, harga yang kompetitif, serta kelengkapan produk. Sehingga keunggulan yang dimiliki oleh *69 Mart* menjadi faktor kekuatan dalam bersaing dengan kompetitor dalam industry minimarket. Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek *69 Mart*. Dalam hal ini *69 Mart* memiliki *positioning* yaitu “Pilihan Wong Kito Galo” untuk memperkuat *positioning* serta *brand awareness 69 Mart*. Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional bisnis *69 Mart*. Saat ini direncanakan karyawan berjumlah tiga belas orang. Investasi awal yang dibutuhkan *69 Mart* sebesar Rp. 849.851.900,00 yang digunakan untuk cadangan kas, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa ruko, serta biaya renovasi. Investasi awal ini merupakan hibah dari orang tua. Hasil analisis investasi menunjukkan bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV memperoleh nilai sebesar 2.159.981.414,52, untuk PI diperoleh nilai sebesar 2,541 lebih besar dari 1. Sedangkan untuk *payback period* diperoleh 1 tahun 9 bulan 12 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan investasi ini adalah bisnis *69 Mart* layak untuk dijalankan. *69 Mart* memiliki beberapa risiko yang mungkin akan terjadi di masa yang akan datang. Maka dari itu manajemen *69 Mart* telah menyiapkan beberapa pengendalian risiko agar usaha ini dapat mengatasi semua risiko yang akan terjadi di masa yang akan datang.

**ABSTRACT**

Kurniawan Adi Nugroho / 75150292 / 2019 / *Business Plan for the Establishment of the "69 Mart" Minimarket Business in South Sumatra* / *Advisor*: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

*69 Mart is a business that is engaged in modern retail and business concepts that are used, namely the concept of minimarkets. 69 Mart sells various kinds of basic necessities needed by each household. 69 Mart is located on Jl. Palembang-Betung Km.30 Sembawa, Banyuasin, South Sumatra.*

*69 Mart has a vision of "Being a superior modern retailer in Indonesia". 69 Mart also has a mission to create customer loyalty at 69 Mart, then provide prices that compete with competitors and create customer satisfaction.*

*The products offered by 69 Mart are like rice, oil, drinks, snacks, formula milk, kitchen spices, baby and adult diapers, cosmetics, soap, shampoo, stationery, medicines, glassware, and underwear.*

*69 Mart has a competitive advantage in minimarket competition, namely having excellence in service, competitive prices, and complete products. So that the superiority of 69 Mart is a strength factor in competing with competitors in the minimarket industry.*

*Like other businesses, a marketing strategy is needed to increase public awareness of the 69 Mart brand. In this case 69 Mart has a positioning that is "Wong Kito Galo's Choice" to strengthen positioning and brand awareness of 69 Marts.*

*Human resources are needed to support the business operations of 69 Mart. Currently there are thirteen people planned.*

*The initial investment needed for 69 Mart is Rp. 849,851,900.00 used for cash reserves, equipment costs, equipment costs, shop rental costs, and renovation costs. This initial investment is a grant from parents.*

*The results of the investment analysis show that the BEP of sales value is higher than the costs incurred. For NPV obtained a value of 2.159.981.414,52, for PI obtained a value of 2.541 greater than 1. While for the payback period obtained 1 year 9 months 12 days with a maximum limit of 5 years. The conclusion of this investment feasibility analysis is that the 69 Mart business is feasible to run.*

*69 Mart has several risks that may occur in the future. Therefore 69 Mart management has prepared several risk controls so that this business can overcome all risks that will occur in the future.*

**Keywords: bisnis minimarket, ritel modern, kebutuhan rumah tangga**

**PENDAHULUAN**

**Konsep Bisnis**

*69 Mart* merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang ritel modern dan konsep bisnis yang digunakan yaitu berkonsepkan minimarket. Konsep minimarket dipilih karena berbagai macam faktor kepraktisan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Belanja di minimarket tidak sulit mencari parkir, dekat dengan tempat tinggal, antrean pendek dan dapat menghindari kemacetan yang ada. Kemudian ada juga faktor lain seperti pelanggan yang mau berbelanja di minimarket dengan alasan harga yang tertera merupakan harga tetap, dimana pembeli tidak perlu lagi untuk menawar harga barang saat akan membeli produk sepeti yang ada di pasar tradisional. Penulis pun memiliki impian untuk bisnis ini yaitu *69 Mart* menjadi pemain ritel modern terbesar di Indonesia dan dikenal oleh masyarakat luas.

**Visi dan Misi Perusahaan**

Visi: Menjadi ritel modern yang unggul di Indonesia.

Misi:

* + - 1. Menciptakan loyalitas pelanggan pada *69 Mart*
      2. Memberikan harga yang bersaing dengan kompetitor
      3. Menciptakan kepuasan kepada pelanggan

**Peluang Bisnis**

Peluang pasar yang ada dalam industri ritel modern dapat dikatakan memiliki potensi yang besar, karena setiap manusia membutuhkan berbagai macam kebutuhan pokok yang akan dikonsumsi setiap harinya. Maka dari itu peluang bisnis ritem modern ini amat besar apalagi dengan konsep yang digunakan yaitu minimarket. Karena dengan konsep minimarket yang semuanya serba sistem yang tekomputerisasi akan memudahkan dalam penjualan maupun promosi. Minimarket memiliki keunggulan di mana lokasi minimarket yang berada di tengah-tengah daerah padat penduduk, dibandingkan apabila konsumen harus ke pasar tradisional atau supermarket untuk berbelanja. Dengan melihat pertumbuhan penduduk di Indonesia, khususnya daerah Banyuasin-Sumatera Selatan yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun penulis memiliki keyakinan akan potensi dibutuhkannya minimarket semakin besar dari tahun ke tahun. Maka dari itu beberapa faktor tersebut menguatkan keyakinan penulis akan potensi bisnis ritel modern ini akan berkembang pesat seiring berjalannya waktu.

Menurut data yang disajikan (Banyuasinkab.bps.go.id, 2018)dapat dikatakan dengan jumlah penduduk Kabupaten Banyuasin sebesar 833.625 jiwa tentu bukan sebuah angka yang kecil untuk jumlah penduduk yang ada di suatu kabupaten. Melihat jumlah penduduk yang ada ini makin menguatkan penulis akan dibutuhkannya minimarket khususnya di Kabupaten Banyuasin. Penulis pun melihat peluang bisnis ritel modern yang sangat besar dengan jumlah penduduk yang ada, mereka semua merupakan target pasar dari minimarket, sebab minimarket menargetkan semua rentang usia serta semua jenis kelamin, sehingga peluang akan dibutuhkannya minimarket amat besar. Penulis pun yakin peluang bisnis ritel modern ini akan meningkat tiap tahunnya, dengan didukung oleh perubahan gaya hidup masyarakat dewasa ini yang lebih memilih berbelanja di minimarket dibandingkan dengan pasar tradisional tentunya. Mereka yang memilih berbelanja di minimarket karena fasilitas yang ada lebih baik seperti keadaan ruangan ber-AC (*Air Conditioner*) dan juga kondisi lantai yang bersih dan rapi dibandingkan dengan kondisi pasar tradisional yang sudah lusuh serta tidak terawat dimana hal ini akan mengurangi aspek kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Hal-hal ini tentunya menjadi pertimbangan bagi masyarakat yang ingin menemukan kenyamanan dalam berbelanja, dan *69 Mart* melihat ini sebagai peluang yang dapat dimanfaatkan.

**Kebutuhan Dana**

Modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha *69 Mart* adalah **Rp 849,851,900.00**. *69 Mart* akan memulai usahanya dengan modal yang berasal dari tabungan pribadi pemilik dan juga hibah dari orangtua pemilik dan berharap di kemudian hari bisa memperluas usaha ini agar dapat lebih berkembang.

**RENCANA PRODUK, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN**

**Alur Operasi dalam Proses Penjualan (*Output*)**

1. Pelanggan datang langsung ke *69 Mart* untuk memilih produk yang akan mereka beli
2. Pelanggan memilih produk yang sudah di *display* pada rak gondola dan memasukkanya ke dalam keranjang belanja yang tersedia
3. Setelah selesai memilih produk yang akan dibeli, pelanggan mengantri pada kasir yang tersedia
4. Pelanggan melakukan pembayaran pada kasir yang ada baik menggunakan *cash* maupun *debit card*
5. Setelah melakukan pembayaran, barang akan dikemas dan diserahkan ke pelanggan

**Alur Operasi dalam Proses Pembelian (*Input)***

1. Distributor melakukan kunjungan ke 69 Mart untuk menawarkan produk yang mereka jual
2. kepada 69 Mart dan bagian order dari 69 Mart melakukan pemesanan barang
3. Distributor mengirimkan pesanan barang dan diterima oleh bagian gudang 69 Mart
4. Setelah barang diterima, barang yang ada dilakukan proses input ke software dalam departemen pembelian barang oleh staff gudang 69 Mart
5. Setelah barang melalui proses input pembelian, barang akan di distribusikan dari gudang ke toko oleh staff yang ada
6. Setelah barang tiba di toko, akan dilakukan proses display dengan konsep FIFO (First in first out) dan menempel harga produk pada rak gondola dimana produk diletakkan.

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

1. *Wifi* (TP-LINK TD-28970 *Wifi Router*)
2. *Laptop* dan monitor(Asus core i3 A455L *& LG 22”* Monitor *LED 22MT48AF-PT*)
3. Air Conditioner (AC) *Daikin* High Inverter 1PK
4. Printer *Epson* U220D
5. Printer *Epson* L120
6. *Samsung* Galaxy J6
7. *Cashdrawer Securebox*
8. *Barcode Scanner*
9. Rak Gondola
10. Meja Kasir
11. Komputer
12. *Showcase RSA Display*
13. Kipas angin
14. Etalase kaca
15. *Filling Cabinet*
16. Genset Diesel *Iwata* 1360 Kw
17. Toyota Avanza 2017
18. Honda Revo 2018

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

*Segmentation*, *targeting*, dan *Positioning*

1. Segmentasi Geografis: Segmentasi *69 Mart* berada di Sumatera Selatan dengan fokus utama pada kawasan Sembawa, Kabupaten Banyuasin. Kawasan Sembawa, Kabupaten Banyuasin dipilih karena merupakan daerah dengan potensi target pasar yang sangat besar, hal ini bisa dilihat dari jumlah penduduk sebesar 833.625 jiwa menurut data yang disajikan (Banyuasinkab.bps.go.id, 2018).
2. Segmentasi Demografis: Dalam segmentasi demografis ini *69 Mart* menyasar seluruh kelompok umur, jenis kelamin, serta seluruh tingkat pendapatan
3. Segmentasi Psikografis: *69 Mart* menyasar semua kelas sosial, gaya hidup serta kepribadian.

Target: *69 Mart* menargetkan semua rentang usia dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan tanpa ada perbedaan ras, suku, budaya, pendidikan, serta agama yang berdomisili di Negara Indonesia khususnya wilayah Sembawa, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan.

*Positioning*: *69 Mart* juga mempunyai slogan yaitu “Pilihan Wong Kito Galo”

Promosi:

1. Media sosial

Dengan melihat perkembangan teknologi yang ada, serta tingkat penggunaan media sosial masyarakat yang marak, maka penulis melihat cara promosi menggunakan media sosial akan ampuh untuk sampai pada target pasar yang dituju. Dengan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram.* Penulis berharap cara promosi ini dapat menjangkau taget pasar yang dituju, dengan fitur-fitur yang ada di media sosial, dimana dapat menampilkan foto-foto serta dengan penjelasannya hal ini akan mempermudah promosi dalam bisnis ritel ini seperti adanya informasi akan adanya promo mingguan di *69 Mart.* Sehingga target pasar akan tertarik untuk berbelanja di *69 Mart* setelah melihat informasi promo yang ditampilkan pada media sosial.

1. *Sticker*

Pencetakan *sticker* yang akan ditempelkan pada kendaraan milik konsumen akan membantu dalam promosi bagi *69 Mart*. Sticker akan didesain unik dan menarik agar ketika ditempelkan pada kendaraan konsumen tidak menggangu estetika. Dengan *sticker-sticker* yang ditempelkan pada kendaraan konsumen akan meningkatkan *awareness* masyarakat sekitar akan kehadiran *69 Mart* sehingga mereka akan tertarik juga untuk berbelanja di *69 Mart*.

1. *Weekly Promotion*

Penulis merencanakan akan rutin melakukan *weekly promotion* dengan menggunakan spanduk yang akan dipasang di depan *outlet 69 Mart*. Khususnya pada kebutuhan pokok masyarakat guna memberikan penawaran harga terbaik pada target pasar yang ada.

**Organisasi**

*69 Mart* akan memperkerjakan beberapa tenaga kerja yang sesuai dengan tugas dan keahliannya masing-masing agar proses usaha berjalan dengan efektif dan sesuai dengan arahan manajer. Oleh karena itu, jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh *69 Mart* adalah sebanyak tiga belas orang.

*69 Mart* yang merupakan sebuah bisnis kecil maka akan menggunakan *simple structure* atau struktur sederhana

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional menyatakan bahwa gaji adalah hak pekerja yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pemberi kerja kepada pekerja ditetapkan dan dibayar menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Dalam rangka memberikan pengupahan yang layak kepada karyawan serta mengikuti peraturan pemerintah yang dikeluarkan, *69 Mart* akan menetapkan minimal gaji pekerja nya sesuai dengan Upah Minimum Provinsi (UMP) Sumatera Selatan yang ditetapkan oleh pemerintah setiap tahunnya.

Dengan adanya kebijakan dan formulasi baru yang dikeluarkan pemerintah terhadap kenaikan upah buruh ataupun pegawai, melalui penetapan upah minimum 2019 merupakan hasil dari penambahan upah minimum 2018 dikalikan tingkat inflasi plus pertumbuhan ekonomi nasional, sesuai dengan Pasal 44 Ayat 1 dan Ayat 2 PP Nomor 78 Tahun 2015.

Melalui formula baru penghitungan kenaikan UMP setiap tahunnya yang ditetapkan oleh pemerintah tersebut membuat kenaikan UMP setiap tahunnya lebih masuk akal dan dapat lebih mudah untuk diprediksikan. Formula kenaikan gaji berdasar inflasi + laju pertumbuhan ekonomi nasional akan membuat kenaikan UMP atau gaji karyawan secara umum akan berkisar pada angka 10% setiap tahunnya.

Kompensasi yang akan diberikan oleh *69 Mart* kepada para karyawannya adalah gaji pokok per bulan dan tunjangan hari raya sebesar gaji pokok selama 1 bulan. Mengenai tunjangan hari raya, manajemen *69 Mart* menetapkan kebijakan yang berhak mendapatkan tunjangan hari raya merupakan karyawan yang telah bekerja minimal selama 1 tahun lamanya di *69 Mart*, hal ini diterapkan demikian bukan tanpa alasan, hal ini berguna untuk melihat loyalitas dan totalitas karyawan dalam bekerja. Dalam bekerja selama 1 tahun Manajer Umum dapat melihat kinerja karyawan tersebut apakah sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan atau belum, sehingga penilaian ini dapat berpengaruh pada pemberian bonus besarnya THR pada karyawan tersebut.

**Keuangan**

1. Sumber dan Penggunaan Dana: Dalam pendirian usaha *69 Mart* menggunakan modal sendiri yang berasal dari tabungan pribadi pemilik dan tabungan orangtua pemilik seperti yang telah dijelaskan pada Bab I. kebutuhan dana yang dibutuhkan *69 Mart* ialah sebesar Rp 849.851.900,- untuk memulai usaha minimarket ini.
2. Analisis Kelayakan Usaha: Berbagai macam analisis keuangan yang telah dilakukan dapat bermanfaat untuk menentukan apakah usaha *69 Mart* ini layak untuk dijalankan. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* ( NPV ), *internal rate of return* ( IRR ), dan *payback period* ( PP ). Hasilnya diperoleh bahwa pada BEP nilai *Sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV sebesar Rp. 2.159.981.414,52, untuk PI sendiri diperoleh nilai sebesar 2,541 lebih besar dari 1, sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh 1 tahun 9 bulan 12 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis *69 Mart* ini layak untuk dijalankan.

**Pengendalian Resiko**

Berikut adalah rencana pengendalian risiko yang dilakukan oleh *69 Mart*.

1. Munculnya pesaing dengan konsep baru

Dalam mengatasi pesaing dan pendatang baru dengan konsep baru baru maka, *69 Mart* akan menekankan *positioning 69 Mart* yaitu *69 Mart* memposisikan *brand-*nya sebagai minimarket yang memiliki daya tawar produk yang lengkap dengan berbagai varian dan tentunya dengan harga yang bersaing diantara para kompetitor, serta kualitas pelayanan yang baik pada pelanggan yang mungkin tidak dimiliki oleh kompetitor yang ada.

1. Kondisi Perekonomian

Manajemen *69 Mart* akan melakukan rangsangan pemasaran pada saat kondisi pasar sedang menurun, rangsangan tersebut berupa aktivitas promosi yang mampu menarik minat pembeli seperti program beli 2 gratis 1 pada produk tertentu, kemudian mengadakan program hadiah yang akan diundi pada akhir bulan dengan cara mengumpulkan struk belanja sebanyak mungkin dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan. Hal ini diharapkan mampu mendongkrak minat berbelanja masyarakat walaupun dalam kondisi perekonomian yang tidak stabil.

1. Masalah Pemasok

Dalam masalah ini manajemen akan berusaha untuk memiliki data persediaan minimum pada tiap produk yang dijual sehingga apabila terjadi keterlambatan pengiriman oleh pemasok, maka manajemen *69 Mart* memiliki *stock* yang cukup untuk tetap melakukan transaksi penjualan. Dan juga dapat membuat kesepakatan yang disetujui oleh kedua belah pihak apabila terjadi keterlambatan dalam pengiriman barang.

1. Sumber Daya Manusia

Untuk mengatasi masalah sumber daya manusia, manajemen *69 Mart* akan melakukan sistem *briefing* saat sebelum membuka dan menutup toko untuk memotivasi tiap karyawan agar dapat bekerja dengan maksimal. Kemudian Manajer juga akan menciptakan komunikasi yang baik dengan semua karyawan sehingga mereka dapat berkonsultasi apabila ada hal-hal yang harus dibicarakan guna memastikan motivasi karyawan tetap terjaga.

1. Kelayakan Produk

Untuk mengatasi masalah ini manajemen *69 Mart* akan menerapkan sistem FIFO (First In First Out) dalam menyusun produk sehingga dapat mengurangi risiko produk yang telah kadaluwarsa untuk dijual. Kemudian untuk mengurangi risiko kerusakan produk akibat hewan seperti tikus, maka manajemen akan memastikan tidak ada celah-celah di dalam toko yang bisa dimanfaatkan tikus untuk masuk dan merusaki beberapa produk. Dan dapat juga menggunakan perangkap tikus agar tidak merusaki produk yang dijual.

1. Digitalisasi Ekonomi

Untuk mengatasi masalah digitalisasi ekonomi manajemen *69 Mart* akan memadukan penjualan dengan metode *offline* dan *online*. Manajemen akan membuka toko *virtual* pada *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, serta Bukalapak untuk menawarkan berbagai macam produk yang dijual di *69 Mart*. Kemudian *69 Mart* juga akan memberikan layanan pesan antar dengan ketentuan transaksi minimum yang telah ditetapkan manajemen *69 Mart.* Hal ini dilakukan agar *69 Mart* dapat meminimalisir risiko dari digitalisasi ekonomi.

# **DAFTAR PUSTAKA**

**Buku Teks:**

B, Mesra (2016), *Penerapan Ilmu Matematika dalam Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Ke-1. Indonesia: Deepublish

David, Fred R. (2013), *Strategic Management*, Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education.

Dessler, Gary (2013), *Human Resources Management*, Edisi Ke-13, Global Edition, United States: Pearson Education.

Ebert, Ronald J., Ricky W, Griffin (2015), *Business Essentials*, Edisi 10, Global Edition, Pearson Education.

Gitman, Lawrence J., Zutter, Chad J. (2015), *Principle of Managerial Finance*, Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education.

Heizer, J., Render B. (2016), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi Ke-12, *Global Edition*, United States: Pearson Education

Ismainar, Hetty (2015), *Manajemen Unit Kerja*, Edisi Ke-1, Edisi Nasional, Indonesia: Deepublish

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2012), *Principles Of Marketing*, Edisi 14, Global Edition, New Jersey: Pearson.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi Ke-15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Keller (2016), *Marketing Management,*  Edisi Ke-15e, Global Edition, United States: Pearson Education.

Robbins, Stephen P. (2015), *Organizational Behaviour*, Edisi Ke-7, Global Edition, United States: Pearson Education

Syarif, Nasrul Faqih (2016), *Technopreneurship Membentuk Karakter Entrepreneur Muda yang Sukses,* Edisi Ke-1, Indonesia: Deepublish

**Undang-Undang:**

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

Republik Indonesia 2008. *Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)* Bab I pasal 1. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia 2008. *Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)* Bab IV pasal 6. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia 2004. *Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional*. Sekretariat Negara. Jakarta.

**Sumber Internet:**

Banyuasinkab.go.id 2018, Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Banyuasin 2017, diakses Oktober 2018

<https://banyuasinkab.bps.go.id/dynamictable/2018/07/17/34/jumlah-> penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di- kabupaten-banyuasin-2017.html

Banyuasinkab.go.id 2017, Laju Pertumbuhan PDRB Kabupaten Banyuasin Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Tahun 2011-2017, diakses November 2018

[https://banyuasinkab.bps.go.id/dynamictable/2017/07/05/10/laju-pertumbuhan-pdrb- kabupaten-banyuasin-atas-dasar-harga-konstan-2010-menurut-lapangan-usaha-tahun- 2011-2017.html](https://banyuasinkab.bps.go.id/dynamictable/2017/07/05/10/laju-pertumbuhan-pdrb-%09kabupaten-banyuasin-atas-dasar-harga-konstan-2010-menurut-lapangan-usaha-tahun-%092011-2017.html)

Bps.go.id 2018, Seri 2010 Pdb Triwulan Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Pengeluran Miliar Rupiah 2014-2018, diakses November 2018

<https://www.bps.go.id/dynamictable/2015/08/06/834/-seri-2010-pdb-> triwulanan-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-pengeluaran-miliar- rupiah- 2014-2018-.html

Yudi (2017), *Masyarakat Pilih Belanja di Minimarket Penjualan Hypermarket Tertahan*, katadata.co.id, diakses Oktober 2018,

[https://katadata.co.id/berita/2017/08/15/masyarakat-pilih-belanja-di-minimarket- penjualan- hypermarket-tertahan](https://katadata.co.id/berita/2017/08/15/masyarakat-pilih-belanja-di-minimarket-penjualan-%09hypermarket-tertahan)