**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA**

 **RUMAH OLEH-OLEH “SRIWIJAYA ETNIQ GALERI (SEGA)”**

**DI KOTA PALEMBANG, SUMATERA SELATAN**

Muhammad Fathurrahman

Dibimbing oleh Muhammad Fuad, S.E, M.P.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

rahmanfathur44628@gmail.com

Abstrak

Muhammad Fathurrahman / 78140206 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri (SEGA) di kota Palembang Sumatera Selatan / Dosen Pembimbing Muhammad Fuad, S.E. M.P.

Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang pariwisata yang menjual makanan dan kerajinan khas daerah Palembang dan Sumatera Selatan. Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri akan didirikan di Jalan Proklamasi Blok J 15, Palembang.

Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri memiliki visi yaitu “Menjadi pusat toko oleh-oleh khas Palembang yang berkualitas dan menjadi pilihan utama bagi pelanggan”. Sriwijaya Etniq Galeri juga memiliki misi untuk memberikan pelayanan yang baik, meningkatkan mutu produk dan memperluas jaringan penjualan.

Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek Sriwijaya Etniq Galeri. Dalam hal ini Sriwijaya Etniq Galeri memiliki *positioning* yaitu “*With Love From Palembang”* untuk memperkuat *positioning* dan *brand awareness.*

Bentuk promosi yang dilakukan oleh Sriwijaya Etniq Galeri melalui beberapa cara seperti *word of mouth* dan melalui media sosial seperti Instagram.

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional bisnis rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri. Saat ini direncanakan karyawan yang direkrut yaitu berjumlah 7 orang.

Investasi awal yang dibutuhkan Sriwijaya Etniq Galeri sebesar Rp. 498.491.800 yang digunakan untuk renovasi, biaya perlengkapan, biaya peralatan, cadangan kas, pembelian barang dagang.Investasi awal ini merupakan hibah dari orang tua.

Sriwijaya Etniq Galeri memiliki beberapa risiko yang diperkirakan akan terjadi di masa yang akan datang. Maka dari itu, Sriwijaya Etniq Galeri menyusun beberapa strategi untuk menghadapi risiko tersebut.

Hasil analisis keuangan menunjukkan bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV memperoleh nilai sebesar Rp. 534.093.844 sedangkan untuk *payback period* diperoleh 2 tahun 8 bulan 22 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : Sriwijaya Etniq Galeri, BEP, NPV

*Abstract*

*Muhammad Fathurrahman / 78140206 / 2019 / Business Plan for Establishment of Rumah Oleh-Oleh Sriwijaya Etniq Galeri (SEGA) in Palembang South Sumatera / Advisor: Muhammad Fuad, S.E. M.P.*

*Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri is a business engaged in tourism that sells food and crafts speciality from Palembang and South Sumatera. Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri will be built up at Proklamasi Street Block J 15, Palembang.*

*Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri has a vision like “ Being a Souvenirs Centre Speciality from Palembang that has quality and will be the customer’s first choice “. Sriwijaya Etniq Galeri has mission for giving the best services, improving product quality and expanding the network.*

*Like any other business, management strategy is very crucial to improve citizen’s awareness to Sriwijaya Etniq Galeri. In this case Sriwijaya Etniq Galeri have positioning is “With Love From Palembang” for strengthen positioning and brand awareness.*

*Promotion of Sriwijaya Etniq Galeri is through several ways such as word of mouth and with social media like Instagram.*

*Human resources are needed to support the operational activities from home business of Sriwijaya Etniq Gallery. Right now it is planning 7 employees will be recruit.*

 *Sriwijaya Etniq Galeri has first investment as much as Rp. 498,491,800 this money for renovations, supply, material, cash reserves, and buying stuff for sell. The initial investment from parents.*

*Sriwijaya Etniq Galeri has many risk that are predicted in the future. So, Sriwijaya Etniq Galeri prepares many strategies to against that risk.*

*The result form of financial analysis showed a BEP value of sales higher than cost incurred. For NPV got Rp. 534,093,844 while the payback period is obtained 2 year 8 months 22 days with a maximum limit of 5 years. The conclusion from this analysis is that Sriwijaya Etniq Gallery's home business is worth to run.*

*key word: Sriwijaya Etniq Galeri, BEP, NPV*

1. **Pendahuluan**

 **Konsep Bisnis**

Sriwijaya Etniq Galeri merupakan sebuah bisnis rumah oleh-oleh yang menjual berbagai macam produk makanan khas Sumatera Selatan terutama Palembang. Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri menawarkan produk makanan dan pakaian yang berkualitas serta harga produk yang mampu bersaing secara kompetitif dengan para kompetitor atau pesaing yang sudah ada. Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri rencananya akan didirikan Jl. Proklamasi Kampus Blok J No.15, RT15, RW 09, Lorok Pakjo, Palembang.

 **Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi

“Menjadi pusat toko oleh-oleh khas Palembang yang berkualitas dan menjadi pilihan utama bagi pelanggan”.

 Misi

1. Memberikan dan meningkatkan kepuasan bagi pelanggan.
2. Memperluas jaringan penjualan.
3. Meningatkan mutu produk.

**Peluang Bisnis**

 Peluang di bisnis rumah oleh-oleh sangat besar, dikarenakan tingginya minat konsumen serta kebiasaan masyarakat untuk membeli oleh-oleh di kota yang mereka kunjungi. Wisata ke luar kota sudah menjadi gaya hidup masyarakat pada saat ini. Berwisata merupakan hal yang dapat dilakukan untuk melepas penat dan sudah menjadi kebiasaan masyarakat, khususnya di kota-kota besar Indonesia.

Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri didirikan di pusat kota Palembang, sehingga mudah dijangkau oleh wisatawan lokal, wisatawan mancanegara dan masyarakat kota Palembang. Produk yang dibeli dapat dikonsumsi pribadi dan juga dapat dijadikan oleh-oleh.

**Kebutuhan Dana**

Dalam memulai suatu usaha, diperlukan adanya penggunaan modal untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan. Adanya modal kerja akan menjadikan perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek yang berguna untuk menjalankan kegiatan operasional setiap hari. Modal kerja merupakan penggunaan dana yang digunakan oleh perusahaan untuk mendukung kegiatan operasionalnya seperti pembelian bahan mentah, pembayaran gaji pegawai, dan pembayaran lainnya. Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri memakai tabungan pribadi dan pinjaman dari orang tua, total kebutuhan dana untuk memulai usaha adalah sebesar Rp 286.711.000.

1. **Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen**

**Rencana Alur Produk**

 Sumber : Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri

**Rencana Kebutuhan Peralatan Usaha**

Peralatan adalah suatu alat ataupun bisa berbentuk tempat yang gunanya adalah untuk mendukung berjalannya pekerjaan. Perlatan pada umumnya lebih tahan lama (masa manfaatnya lebih lama) jika dibandingkan dengan perlengkapan. Berikut adalah daftar peralatan yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan operasional rumah oleh-oleh Srwijaya Etniq Galeri:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama Peralatan** | **Harga** | **Jumlah Unit**  | **Total** |
| 1 | Rak *Minimarket* | Rp 750.000 | 5 |  Rp 3.750.000  |
| 4 | AC 1pk Panasonic | Rp 3.792.000 | 6 |  Rp 22.752.000  |
| 5 | Mesin Kasir Casio SE-400 | Rp 650.000 | 1 |  Rp 650.000  |
| 6 | Meja Kasir | Rp 2.500.000 | 1 |  Rp 2.500.000  |
| 7 | Kursi Kasir | Rp 321.000 | 1 |  Rp 321.000  |
| 8 | Mesin Vakum makanan | Rp 1.260.000 | 1 |  Rp 1.260.000  |
| 9 | Locker Besi 12 Pintu Modena | Rp 4.980.000 | 1 |  Rp 4.980.000  |
| 10 | Cermin  | Rp 337.500 | 2 |  Rp 675.000  |
| 11 | *Telephone Panasonic KX-T7730* | Rp 680.000 | 1 |  Rp 680.000  |
| 12 | *Freezer*  | Rp 2.925.000 | 1 |  Rp 2.925.000  |
| 13 | Keranjang Belanja mirani setengah lusin | Rp 258.000 | 2 |  Rp 516.000  |
| **TOTAL** |  **Rp 41.009.000**  |

 Sumber: Sriwijaya Etniq Galeri

1. **Strategi Bisnis**

 **Pemasaran**

*Segmentation*

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi secara geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti dasar pengelompokan pasar yang meliputi lokasi atau daerah, negara, wilayah, iklim, kepadatan penduduk dan pemukiman. Lokasi yang dipilih oleh rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri untuk menjalankan bisnis berada di Palembang, Sumatera Selatan. Daerah tersebut dipilih karena penulis berasal dari kota Palembang dan familiar dengan situasi serta kondisi dari kota yang tengah berkembang tersebut. Selain itu berdasarkan pengamatan penulis, jumlah wisatawan lokal dan mancanegara di kota Palembang terus meningkat, sehingga hal tersebut juga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Hal diatas menjadi salah satu pertimbangan dari peluang usaha rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri.

1. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografis mengelompokkan pasar berdasarkan aspek-aspek yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, penghasilan, pekerjaan, agama, ras. Pada kelompok usia, target pasar yang dituju adalah Target pasar yang dituju oleh rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri adalah kelompok remaja dan dewasa berumur 20 tahun hingga usia 50 tahun. Pada kelompok jenis kelamin, yang dituju adalah semua laki-laki dan perempuan. Berdasarkan pendapatan ekonomis, fokus dari rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri adalah seluruh lapisan masyarakat karena rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri menjual produk berkualitas dengan harga yang dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.

1. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri menargetkan konsumen berdasarkan gaya hidup. Gaya hidup konsumtif masyarakat Indonesia, ditambah dengan *trend* liburan yang berkembang dimasyarakat sehingga akan menyebabkan potensi dan prospek yang baik bagi rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri.

1. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku mengelompokkan konsumen berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan dan reaksi mereka terhadap suatu produk dan jasa. Fokus segmentasi perilaku dari rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri adalah masyarakat yang cenderung memiliki tingkah laku untuk membeli produk oleh-oleh sebagai buah tangan untuk orang lain maupun dikonsumsi pribadi.

*Place*

Lokasi rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri rencana nya akan didirikan di Jl. Proklamasi blok J No. 15, di kota palembang. Lokasi ini sangat strategis karena deat dengan pusat perbelanjaan, kantor gubernur, tempat kuliner dan pusat kota serta ada fasilitas transportasi seperi LRT dan Bus.

 *Pricing*

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menetapkan suatu harga, antara lain:

1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*Value-Based Pricing*)

Metode ini terdiri dari 2 tipe :

1. *Good value pricing* (Penetapan harga berdasarkan nilai terbaik)

Menawarkan kombinasi antara kualitas dan pelayanan yang baik pada harga yang sesuai

1. *Value added pricing* (Penetapan harga berdasarkan nilai tambah)

Menambah nilai dan pelayanan untuk membedakan penawaran perusahaan, serta mendukung penetapan harga yang lebih tinggi

1. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-Based Pricing*)

Pendekatan untuk penetapan harga berdasarkan biaya:

1. *Cost plus pricing* (Penetapan harga biaya tambahan)

Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, dimana metode ini menambah standart mark-up terhadap biaya produk.

1. *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* (Analis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran)

Sebuah metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga apakah yang akan *break even* atau membuat target laba yang akan dicari.

1. Penetapan Harga Berdasarkan Pesaing (*Competition-Based Pricing*)
2. *Going rate pricing* (penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku)

Penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku melibatkan biaya, strategi dan produk pesaing. Konsumen akan mendasarkan penilaian mereka dari nilai produk pada harga dan biaya untuk produk yang serupa.

1. *Scaled bid pricing* (Penetapan harga penawaran tertutup)

Perusahaan menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang statis atas biaya atau permintaan perusahaan

Pendekatan yang digunakan oleh rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri adalah strategi penetapan harga berdasarkan persaingan *(Competition Based Pricing)*, yaitu dengan membandingkan harga yang telah ditetapkan oleh pesaing terhadap produk yang mereka jual. Setelah melakukan penelitian terhadap harga-harga yang ditawarkan oleh kompetitor, barulah rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri akan menentukan harga dari produk yang ditawarkan.

*Promotion*

 Beberapa alternatif promosi yang dilakukan rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri

1. ***Advertising***

Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, atau dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.

1. ***Sales Promotion***

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang ditempat-tempat khusus yang menaik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

1. ***Personal Selling***

 Merupakan presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik. Hal ini dapat dilakukan oleh karyawan rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri yang bertugas di outlet dengan memberikan informasi tentang produk yang dijual dan melakukan pelayanan yang ramah dan cepat tanggap, karena di saat pelanggan datang dan nyaman dengan sapaan karyawan, maka dapat memungkinkan membuat pelanggan tersebut kembali lagi.

1. ***Public Relation***

Diperlukan membangun hubungan baik dengan publik, yaitu menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan juga mengenai isu-isu, rumor dan acara yang disampaikan melalui media masa. Hubungan baik dapat tercipta baik secara internal maupun secara eksternal. Hubungan secara internal dibentuk didalam tim kerja rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri sendiri yaitu antara para karyawan dengan *owner*, sedangkan hubungan ekternal dibentuk melalui tim kerja yang bertugas di *outlet* dengan konsumen secara langsung.

1. ***Direct Marketing***

Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, email, televisi, radio, dan alat penghubung *non-personal* lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen. Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri melakukan *direct* *marketing* dengan memasang Iklan melalui media sosial seperti Instagram berisi informasi mengenai penawaran Produk.

**Organisasi**

Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri yang merupakan sebuah bisnis dengan skala kecil akan menggunakan struktur sederhana, dimana manajer dan pemilik dapat dikatakan sama. tenaga kerja yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ini adalah sebanyak 7 orang yang diseleksi melalui tahapan-tahapan *recruitment* terdiri dari manajer, pegawai administrasi dan keuangan, Pegawai gudang, kasir, pramuniaga dan *Office.*

Rincian rencana kompensasi karyawan rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri adalah sebagai berikut:

1. Gaji pokok

Upah adalah hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Gaji Manajer Rp 5.000.000, Gaji Pegawai Administrasi dan keuangan Rp 3.800.000, Gaji Pegawai gudang Rp 3.500.000, Gaji *Office boy* Rp 2.900.000, Gaji Kasir Rp 3.100.000, Gaji Pramuniaga Rp 3.200.000.

1. Tunjangan Hari Raya (THR)

THR yang diberikan kepada karyawan adalah sebesar satu kali gaji dengan tetap mengikuti kenaikan gaji per tahunnya dan dibayarkan tujuh hari sebelum menjelang hari raya sesuai dengan peraturan [Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan](https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/13146/node/10/uu-no-13-tahun-2003-ketenagakerjaan).

**Keuangan**

Proyeksi penjualan pada tahun ke tahun meningkat sebesar 10%. Lalu Pajak yang diterapkan pemerintah sebesar 0,5% (Peraturan Pemerintah No.23 tahun 2018) dari laba sebelum pajak.

Kesimpulan dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan atau investasi seperti melakukan empat analisis yaitu pada analisis *Payback period* (PP) diperkirakan akan mencapai titik balik modal dalam waktu 2 tahun 8 bulan 22 hari, untuk *net present value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 534.093.844, untuk *profitability index* (PI) nilainya lebih daripada 1 yaitu 2,862440218, sedangkan analisis *break-even point* (BEP) nilai penjualan lebih besar dari BEP setiap tahunnya, ini menunjukan bahwa usaha rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

**Pengendalian Risiko**

1. Kesalahan Kualitas Produk

Mengontrol pegawai agar meningkatkan tingkat ketelitian di dalam proses pengecekan produk sehingga kualitas produk selalu terjaga. Mengkomplain dan meretur produk yang cacat akibat kesalahan produksi yang dilakukan oleh produsen.

1. Kualitas tenaga kerja

Sriwijaya Etniq Galeri akan memberikan pengarahan terhadap tenaga kerja nya agar tenaga kerja tersebut mampu melayani konsumen dengan baik dan membantu pegawai yang bermasalah agar termotivasi untuk bekerja dengan baik. Memberikan penghargaan terhadap pegawai yang bekerja dengan baik.

1. Persediaan barang

Melakukan manajemen stok yang lebih terukur dimana melihat suatu produk yang memiliki penjualan yang tinggi akan ditambahkan stoknya agar dapat memenuhi permintaan dari konsumen, sedangkan untuk produk dengan penjualan yang kurang begitu tinggi akan dikurangistok barangnya agar bisa meminimalisir resiko yang tidak diinginkan.

1. Persaingan yang Ketat

Agar dapat mempertahankan konsumen supaya tidak berpindah ke kompetitor, maka Sriwijaya Etniq Galeri harus bisa mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan menjual produk yang lebih bervariasi dan inovatif.

1. Pelanggan yang pindah ke produk pesaing

Resiko ini dapat dikendalikan dengan memberikan pelayanan yang baik, menambahkan variasi-variasi produk serta menjaga kualitas produk dalam kondisi yang baik dengan melakukan pengawasan dan *quality control.*

1. **Daftar Pustaka**

**Sumber Buku Teks:**

David, Fred R. &amp; Forest R. David (2015), Strategic Management: Concept and Cases, Edisi 15, Global Edition, London: Pearson.

Dessler, Gary (2015), Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 14, Harlow Pearson

Education Limited.

Ebert, Ronald J. &amp; Ricky W. Griffin (2015), Business Essentials, Edisi 10, Global Edition, London: Pearson.

Gitman, Lawrence J. &amp; Chad J. Zutter (2015), Principles of Managerial Finance, Edisi 14, Global Edition, London: Pearson.

Heizer, Jay, Barry Render, &amp; Chuck Munson (2017), Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management, Edisi 12, Global Edition, London:Pearson.

Husnan, Suad &amp; Suwarsono Muhammad (2014), Studi Kelayakan Proyek Bisnis, Edisi 5,Yogyakarta: UPPSTIM YKPN.

Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt, &amp; Terry D. Warfield (2016), Intermediate

Accounting, Edisi 16, United States: John Wiley &amp; Sons, Inc.

Kotler, Philip & Gary Armstrong (2016), Principles of Marketing, Edisi 16, Global Edition, London: Pearson.

Kotler, Philip &amp; Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, Edisi 15, Global

Edition, United States: Pearson.

Robbins, Stephen P. &amp; Mary Coulter (2016), Management, Edisi 13, Global Edition,

London: Pears

**Sumber Website:**

Dosenekonomi (2017), Bentuk Kepemilikan Bisnis, diakses pada 27 Maret 2019.

<https://dosenekonomi.com/bisnis/bentuk-kepemilikan-bisnis>

Gajimu.com (2019), UMP Sumsel, Diakses pada 5 Juni 2019

<http://www.gajimu.com/garmen/gaji-pekerja-garmen/gaji-minimum/ump-umk-sumsel/>

Kawanpendi.com (2018), Konsumsi Masyarakat Meningkat, diakses pada 8 April 2019,

[https://kawanpendi.com/2018/01/24/konsumsi-masyarakat-meningkat-tahun-2 2018-saatnya-menguji-peruntungan/](https://kawanpendi.com/2018/01/24/konsumsi-masyarakat-meningkat-tahun-2%20%20%20%20%20%20%20%202018-saatnya-menguji-peruntungan/)

Ojk.go.id (2017), Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil,

 dan Menengah, Diakses pada 15 April 2019 <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

Palembangkota.bps (2018), Jumlah Wisatawan Nusantara dan Asing dikota Palembang, diakses pada 20 Maret 2019. <https://palembangkota.bps.go.id/>

Pebrianto, Eko W. (2019) , PLN sederhanakan Golongan Pelanggan, Tarif Listrik jadi Naik, 20 Juli 2019. <http://m.liputan6.com/bisnis/read/38819671/pln-sederhanakan-golongan-pelanggan-tarif-listrik-jadi-naik/>

**Peraturan Pemerintah dan Undang-Undang:**

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008

Tentang Pengertian Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Lembaga Negara RI Tahun 2008. Sekretariat Negara Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang

Ketenagakerjaan. Lembaga Negara RI Tahun 2003, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan

 Sosial.

*Perusahaan Listrik Negara* 2017, Tarif dasar listrik PLN 2019 dan Cek Tagihan Listrik Online, diakses 24 Juni 2019 <http://obengplus.com/articles/4518/1/Tarif-dasar-listrik-PLN-2019-dan-Cek-Tagihan-Listrik-Online.html>

*Indihome* 2019, Daftar Harga Paket Internet IndiHome Terbaru 2019, diakses 24 Juni 2019 <https://jalantikus.com/gadgets/harga-paket-internet-indihome/>

Rohim, Ihwanu (2018), perbedaan Perlengkapan dan Peralatan, diakses 24 Juni 2019 <https://dconsultingbusinessconsultant.com/beda-perlengkapan-dan-peralatan/>

Purnomo, Hendaru (2019), Ini Besaran Bunga Kredit & Deposito Bank Terbaru, diakses 30 Juni 2019 <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190524130251-17-74861/ini-besaran-bunga-kredit-deposito-bank-terbaru>

**Tabel Rencana Kebutuhan Dana**

**(dalam Rupiah)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Keterangan** | **Jumlah Biaya** |
| Kas Operasional | Rp 15.000.000 |
| Biaya Renovasi | Rp 30.000.000 |
| Biaya Perlengkapan | Rp 74.562.000  |
| Biaya Peralatan | Rp 41.009.000  |
| Gaji Karyawan  | Rp 70.200.000  |
| Pembelian Barang dagangan | Rp 45.000.000  |
| Kendaraan Operasional | Rp 11.000.000 |
| **Total** | **Rp 286.771.000** |

 Sumber: rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri

**Tabel Ramalan Anggaran Penjualan Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri Tahun 2020**

 

Sumber : rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri

**Tabel Kesimpulan Kelayakan Investasi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Analisis** | **Batas Kelayakan** | **Hasil Analisis** | **Kesimpulan** |
| *Payback Period* | 5 Tahun | 2 Tahun 8 bulan 22 hari | Layak |
| *Net Present Value (*NPV) | NPV > 0 |  Rp 534,093,844  | Layak |
| *Profitability Index(*PI*)* | PI > 1 | 2.862 | Layak |
| *Break Even Point (*BEP*)* | Penjualan > BEP | Penjualan per tahun > BEP per tahun | Layak |

 Sumber: rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri

**Gambar**

**Logo Usaha Rumah Oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri**

Sumber: rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri