



RENCANA PENDIRIAN BISNIS PRODUK CAIRAN ANTISEPTIK

“LITTLE TWIG” DI BEKASI

Hanny Tasya

70190080

Salam Fadillah Alzah, S.S.T., M.A.

Program Studi Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jl. Yos

Sudarso Kav. 87, Jakarta 1435

ABSTRACT

Hanny Tasya / 70190080 / 2022 / Business Plan Antiseptic Liquid Products “Little Twig” at Jatiasih, Bekasi / Preceptor : Salam Fadillah Alzah, S.S.T., M.A.

Little Twig is a business operating in the health industry which offers HOCL-based antiseptic liquid products that are proven to be more effective in terminating germs and safe for the human skin. Little Twig offers two variants of antiseptic liquid, namely the Baby and Mom and Kids and Adult. The products are available in four packaging sizes: 500mL, 250mL, 100mL bottle packs, and a 20mL pocket size.

Little Twig’s vision is to be a firm that sells products with good quality, is beneficial, and can provide societal needs at an affordable price.

The business operations will require human resources who are dexterous and adaptable in operating sosial media and e-commerce platforms. Little Twig will be hiring 5 talents to run the business, including the owner themselves.

The feasibility of a business can be determined by conducting a Business Feasibility Study. In the aspect of the Payback Period (PP), Little Twig is expected to gain payback by the second year and 2 days, followed by the Net Present Value (NPV) which showed results Rp 327.441.904. Furthermore, the Profitability Index (PI) is acquired to be 3,07, and the Break-Even Point (BEP) analysis resulted in a selling value higher than the BEP per annum. Based on the aforementioned five metrics of the Business Feasibility Study, Little Twig is deemed feasible to operate as a business..

Keywords: Little Twig, Business Plan, Antiseptic liquid, baby and toddler, online market.

ABSTRAK

Hanny Tasya / 70190080 / 2022 / Karya Akhir Rencana Bisnis Produk Cairan antiseptik “Little Twig” di Jatiasih, Bekasi / Pembimbing: Salam Fadillah Alzah, S.S.T., M.A.

Little Twig adalah merek bisnis yang bergerak di bidang kesehatan yang menjual produk cairan antiseptik berbahan dasar HOCl yang terbukti lebih efektif membunuh kuman dan aman untuk kulit manusia. Produk yang ditawarkan Little Twig adalah cairan antiseptik / Sanitizing Water dengan 2

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau nama yang terdapat dalam publikasi ini tanpa izin tertulis dari penerbit, kecuali dalam hal yang bersangkutan dengan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

varian yakni *Baby and Mom* dan *Kids and Adult*. Produk cairan antiseptik ini tersedia dalam 4 jenis kemasan yakni kemasan botol 500mL, 250mL, 100mL, dan *pocket size* 20mL.

Visi *Little Twig* adalah menjadi usaha yang menjual produk berkualitas, bermanfaat dan dapat menjawab kebutuhan masyarakat, dengan harga yang terjangkau.

Dalam menjalankan bisnis ini, sangat dibutuhkan sumber daya manusia yang cekatan dan dapat terbiasa dengan *platform* media sosial maupun *e-commerce*. Dalam kegiatan operasionalnya, *Little Twig* akan memperkerjakan 5 orang tenaga kerja termasuk pemilik bisnis.

Kelayakan suatu bisnis dapat diketahui dengan melakukan analisis kelayakan bisnis. Pada analisis *Payback Period (PP)* *Little Twig* diperkirakan akan berhasil balik modal dalam 2 tahun 0 bulan 2 hari, untuk *Net Present Value (NPV)* hasil yang diperoleh Rp 327.441.904, untuk *Profitability Index (PI)* diperoleh nilai 3,07, dan untuk analisis Break-Even Point (BEP) diperoleh nilai penjualan yang lebih tinggi dibandingkan nilai *BEP* setiap tahunnya. Berdasarkan kelima analisis kelayakan bisnis tersebut, bisnis *Little Twig* dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : *Little Twig*, Rencana Bisnis, Cairan antiseptik, bayi dan balita, penjualan daring.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Rencana pendirian bisnis produk cairan antiseptik merek *Little Twig*, didapatkan dari pengalaman yang penulis dapatkan saat membantu bisnis keluarga yakni distributor produk cairan antiseptik. Selain itu penulis juga melakukan pengamatan terhadap pasar yang hasilnya, orang tua masa kini sudah lebih ter-edukasi dan menaruh perhatian pada pentingnya menjaga bayi dan balitanya dari penyakit yang dapat disebabkan oleh bakteri dan virus, salah satunya dengan menggunakan produk cairan antiseptik. Pengalaman dan pengamatan pribadi yang penulis miliki, merupakan dasar ide bisnis *Little Twig* ini.

Kenyataan bahwa beberapa penyakit dan kasus yang diakibatkan oleh bakteri dan virus yang terjadi tentunya meningkatkan kekhawatiran yang tinggi pada masyarakat khususnya para orang tua yang memiliki bayi dan balita. Menjawab keresahan yang terjadi, juga sebagai langkah awal pencegahan penyakit yang diakibatkan oleh bakteri dan virus, produk cairan antiseptik *Little Twig* hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut. *Little Twig* merupakan merek produk cairan antiseptik atau *Sanitizing Water* yang tidak menggunakan alkohol dan aman untuk bayi, balita, maupun orang dewasa. Kandungan yang terdapat pada produk cairan antiseptik *Little Twig*, berbahan dasar HOCl (*Hypochlorous Acid*) yang merupakan asam lemah dan senyawa alami yang dihasilkan tubuh untuk meningkatkan sistem imun, terbukti lebih efektif membunuh kuman, virus, bakteri, dibanding Alkohol. HOCl merupakan asam lemah, sehingga tidak menyebabkan iritasi dan sangat aman bagi tubuh manusia, khususnya individu yang memiliki kulit sensitif maupun bayi dan balita.

Visi

Visi merek usaha *Little Twig* adalah “Menjadi usaha yang menjual produk berkualitas, bermanfaat dan dapat menjawab kebutuhan masyarakat, dengan harga yang terjangkau.”

Misi

Rumusan misi usaha produk cairan antiseptik *Little Twig* adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan standar kualitas produk dan menggunakan bahan baku yang aman bagi semua target pasar dalam proses produksi
2. Menjual produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip, sebarkan atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mengizinkan atau dengan cara apapun, baik secara lisan maupun tertulis, tanpa izin IBIKKG.
Integrasi Sistem dan Informatika Kwik Kian Gie



3. Mengutamakan kebutuhan, dan memberikan pelayanan terbaik untuk mendapatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen
4. Menghadirkan inovasi pada produk dan melakukan ekspansi dengan membuka toko sendiri

Besarnya Peluang Bisnis

Besarnya peluang bisnis merek Little Twig bersumber dari google trend yang menunjukkan minat masyarakat terhadap produk antiseptik berada di angka 89 dari 100 dan dalam waktu 1 tahun penggunaan cairan antiseptik mengalami fluktuatif yang diakibatkan oleh meredanya status pandemi. Hal ini menunjukkan bahwa minat dan permintaan terhadap produk cairan antiseptik masih cukup tinggi dan membuka peluang bagi penulis untuk mendirikan usaha bisnis produk cairan antiseptik ini.

Selain itu, sejak fenomena pandemi covid-19 terjadi, penerapan protokol kesehatan seperti memakai masker dan siap sedia produk cairan antiseptik seperti *sanitizing water* dan *disinfectant*, secara tidak langsung telah menjadi gaya hidup baru masyarakat. Hal tersebut menjadi pendukung yang membuka peluang besar didirikannya bisnis produk cairan antiseptik *Little Twig*.

Kebutuhan Dana

Tabel 1.1 Kebutuhan Dana

(Dalam Rupiah)

Keterangan	Jumlah
Kas Awal	10.000.000
Perjanjian Kerjasama	15.000.000
Persediaan Awal	26.250.000
Jasa Design	1.500.000
Peralatan	15.352.815
Perlengkapan	360.900
Sewa Kantor Dimuka	90.000.000
TOTAL	158.463.715

Sumber : Bisnis *Little Twig*

RENCANA PRODUK

Bisnis *Little Twig* merupakan distributor usaha perdagangan yang menjual produk cairan antiseptik berbahan dasar HOCl yang aman untuk bayi dan balita juga individu dengan kulit sensitif. Proses produksi produk *Little Twig* dilakukan oleh produsen. Produk yang sudah jadi dan siap jual, dikirimkan oleh produsen kepada *Little Twig* untuk kemudian dijual kepada konsumen. Pembelian produk *Little Twig* dapat dilakukan melalui platform *e-commerce* dimana konsumen dapat langsung memesan produk melalui sistem tanpa perlu menghubungi maupun menemui pemilik. Berikut rencana alur produk hingga sampai ke tangan konsumen :

- a. Little Twig melakukan pemesanan produk kepada Produsen.
- b. Produsen melakukan proses produksi dan mengirimkan produk yang telah siap jual kepada Little Twig.
- c. Little Twig menerima produk dari produsen, melakukan klasifikasi varian, dan menyusun produk.
- d. Little Twig melakukan Input produk pada platform *e-commerce* untuk melakukan penjualan.
- e. Konsumen melakukan pemesanan produk dan melakukan pembayaran.
- f. Little Twig menerima pesanan, melakukan quality check dan mengirimkan produk kepada konsumen.
- g. Konsumen menerima produk sesuai pesanan.

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi 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 IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Rencana Kebutuhan Teknologi dan Kebutuhan Usaha

Little Twig dalam menjalankan usahanya memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini untuk menunjang operasional bisnis. Berikut daftar kebutuhan teknologi dan peralatan usaha *Little Twig*:

Tabel 1.2 Kebutuhan Teknologi

(Dalam Rupiah)

Kebutuhan Teknologi			
Nama Peralatan	Jumlah	Harga Satuan	Total
Laptop	1	4.799.000	4.799.000
Telepon Genggam / <i>Handphone</i>	1	3.259.000	3.259.000
Perangkat Internet / <i>Wi-Fi</i>	1	320.235	320.235
Pencetak Resi / <i>Printer</i>	1	455.000	455.000
Pendingin Ruangan / <i>AC</i>	1	2.964.300	2.964.300
Perangkat <i>CCTV</i>	2	402.000	804.000
Total			12.601.535

Sumber : Bisnis *Little Twig*

Tabel 1.3 Peralatan Usaha

(Dalam Rupiah)

Peralatan Kantor			
Nama Peralatan	Jumlah	Harga Satuan	Total
Meja	4	287.900	1.151.600
Kursi	4	150.920	603.680
Rak Susun	2	498.000	996.000
Total			2.751.280

Sumber : Bisnis *Little Twig*

STRATEGI BISNIS

Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Little Twig melakukan diferensiasi produk melalui kandungan bahan utama dan variasi ukuran. Produk *Little Twig* terdiri dari 2 macam yakni untuk Ibu dan Bayi serta untuk anak-anak atau Balita dan Orang Dewasa. Variasi ukuran produk yang dijual beragam mulai dari kemasan 20ml yang memiliki ukuran kecil dan muat didalam saku, hingga kemasan 500ml yang memiliki ukuran besar sehingga cocok untuk penggunaan di rumah maupun kantor.

2. Positioning

Little Twig melakukan penempatan diri sebagai bisnis yang bergerak pada bidang distribusi perdagangan produk kesehatan dengan menghadirkan produk dengan kualitas terbaik dalam proses produksi hingga penjualan, yang mampu menjawab kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

3. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

Metode yang digunakan oleh *Little Twig* dalam penetapan harga adalah dengan menggunakan Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition-Based Pricing*). Harga untuk setiap produk *Little Twig* merupakan hasil pertimbangan pada harga yang ditetapkan



oleh pesaing. Harga produk Little Twig untuk varian ukuran 20ml adalah Rp 25.000, 100mL Rp 40.000, 250mL Rp 55.000, dan 500mL Rp 70.000.

4. Saluran Distribusi

Little Twig menggunakan saluran distribusi secara langsung dari produsen kepada bisnis kemudian kepada konsumen. *Little Twig* adalah distributor yang menjual produk yang diproduksi oleh produsen. Dalam proses distribusi, tidak ada perantara yang terlibat. Pelaku usaha secara langsung menghubungi produsen untuk kemudian melakukan kerjasama untuk melakukan produksi dan menjual produk dengan merek *Little Twig*. Berikut alur distribusi *Little Twig*:

Gambar 1.1 Alur Distribusi *Little Twig*



Sumber : Bisnis Little Twig

Strategi Promosi

1. Periklanan Secara *Online* Melalui Media Sosial

Little Twig menggunakan media sosial untuk memulai bisnis, sebagai salah satu alat promosi guna memperkenalkan dan menjual produk kepada konsumen. Selain dapat menurunkan biaya operasional, media sosial dapat membantu bisnis menjangkau pasar lebih luas.

2. Penjualan secara langsung (*Direct Selling*)

Little Twig akan melakukan interaksi secara langsung mulai dari mengenalkan, memberikan penjelasan dan menjawab pertanyaan terkait produk, hingga melakukan transaksi dengan konsumen. Praktik lainnya adalah dengan menawarkan produk secara langsung kepada lingkungan sekitar, dimulai dari orang terdekat seperti teman dan keluarga.

3. Promosi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Little Twig akan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, dan menjual produk yang berkualitas. Hal ini guna menciptakan persepsi atau *image* yang baik bagi merek dan memberikan dampak yang baik kepada konsumen lewat produk dan pelayanan *Little Twig*. Upaya ini akan mengarah pada tingkat kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan tersebut akan mengarahkan konsumen untuk melakukan promosi *Word of Mouth* yang akan memberikan dampak seperti, merek yang semakin dikenal, dan peningkatan penjualan, pada bisnis *Little Twig*.

Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja

Pada tahun awal pendirian usaha, *Little Twig* memiliki tenaga kerja sebanyak 5 orang yang terdiri dari 1 orang manajer, 1 orang staf administrasi dan keuangan, 1 orang staf pemasaran, 1 orang staf penjualan *e-commerce* dan 1 orang staf pengemasan dan pengiriman. Pada tahun kedua dan berikutnya akan ada penambahan tenaga kerja karena perkembangan merek dan penjualan yang semakin meningkat, sehingga pemilik usaha akan melakukan ekspansi dengan mengikuti kegiatan pameran dan membuka toko di tahun keempat untuk memasarkan dan melakukan penjualan produk secara langsung. Berikut rincian jumlah dan biaya tenaga kerja *Little Twig* selama 5 tahun.



Tabel 1.4 Proyeksi Biaya Tenaga Kerja *Little Twig* tahun 2024-2028

(Dalam Rupiah)

Jabatan	2024		2025		2026		2027		2028	
	TK	Jumlah	TK	Jumlah	TK	Jumlah	TK	Jumlah	TK	Jumlah
Manajer	1	65.000.000	1	68.250.000	1	71.662.500	1	75.245.625	1	79.007.906
Staf Administrasi dan Keuangan	1	32.500.000	1	34.125.000	1	35.831.250	1	37.622.813	1	39.503.953
Staf Pemasaran	1	32.500.000	1	34.125.000	1	35.831.250	1	37.622.813	1	39.503.953
Staf Penjualan E-Commerce	1	32.500.000	1	34.125.000	1	35.831.250	1	37.622.813	1	39.503.953
Staf Pengemasan dan Pengiriman	1	32.500.000	1	34.125.000	1	35.831.250	1	37.622.813	1	39.503.953
Staf Penjualan stan toko			1	7.500.000	1	7.875.000	2	75.245.625	2	79.007.906
Total Biaya		195.000.000		212.250.000		222.862.500		300.982.500		316.031.625

Sumber : Bisnis *Little Twig*

Rencana Keuangan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, bisnis *Little Twig* merupakan usaha yang layak untuk dijalankan. Hal tersebut dapat dilihat pada rincian tabel kesimpulan kelayakan berikut:

Tabel 1.5 Kesimpulan Kelayakan Investasi Bisnis *Little Twig*

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	< 5 Tahun	2 Tahun 0 Bulan 2 Hari	Layak
<i>Net Present Value</i>	$NPV > 0$	327.441.904	Layak
<i>Profitability Index</i>	$PI > 0$	3,07	Layak
<i>Break Event Point</i>	Penjualan > <i>BEP</i>	Penjualan per-Tahun > <i>BEP</i> per-Tahun	Layak

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi laporan ini tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). United States: Pearson Education.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., . . . Paru, H. M. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsept*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Media Sosial*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Haqie-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *STRATEGI PEMASARAN: Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Heizer, Jay, Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (12th ed.). United States: Pearson Education.
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2014). *Studi Kelayakan Proyek Bisnis* (5th ed.). Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Imayani, N. W. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kusumaryoko, P. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Era Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destriy, N. A., Avina, D. A., & Illahi, A. K. (2018). *Konsep Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Saragih, R. (2022). *Strategi Pemasaran Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sastrohadiwiryo, S., & Syuhada, A. H. (2019). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia: Pendekatan Administratif dan Operasional*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Situmorang, O. (2022). *MANAJEMEN SDM (Kajian Implementasi Struktur Organisasi, Motivasi, Pengambilan Keputusan, dan Kinerja Karyawan)*. (F. M. Boiliu, Penyunt.) Nusa Tenggara Barat: Literindo Kreasi.
- Sudirman, A., Amruddin, Dewi, R. L., Walenta, A. S., Merta, I. K., Pratiwi, R., . . . Abidin, N. (2022). *Manajemen Strategik (Konsep, Teori dan Praktik)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., . . . Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Thariq, M. (2022). *Buku Ajar Periklanan Dan Manajemen Media*. (M. Muhammad Arifin, Penyunt.) Medan: UMSU PRESS.

Undang-Undang:

- Republik Indonesia. 1999. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Republik Indonesia. 2014. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Bab IV Pasal 6 tentang Kriteria Usaha Mikro dan Kriteria Usaha Kecil
- Republik Indonesia. 1994. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1994 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja di Perusahaan.
- Republik Indonesia Nomor 13 tahun 2013 tentang Ketenagakerjaan
- Republik Indonesia No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional

Peraturan Pemerintah

- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2014 tentang Upaya Kesehatan Anak
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2021 Tentang Pengupahan
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 98 Tahun 2014 tentang perizinan UMKM



Keputusan Menteri :

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.01.07/Menkes/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat Di Tempat Dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)

Website

Berita (2022), Kementrian Investasi BKPM, diakses 6 Januari 2023

<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/cara-mendaftar-dan-mendapatkan-nib-di-oss>

Berita Utama (2022), Kementrian Keuangan Republik Indonesia, diakses 2 Desember 2022

<https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Perekonomian-Indonesia-Triwulan-III-2022-5,7>

Dwi Hadya Jayani (2021), Databoks, diakses 6 Desember 2022

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/04/26/diare-penyebab-utama-kematian-anak-di-Indonesia-pada-2019>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-kesehatan-dan-kecantikan-paling-laku-saat-pandemi>

Fatmarani, Sonia (2022). Akta Pendirian Badan Usaha, diakses 6 Januari 2023

<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/akta-pendirian-badan-usaha>

Hesti Puji Lestari (2022), Cara Daftar BPJS Ketenagakerjaan Pakai HP, Bisnis.com, diakses 6 Januari 2023

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20221016/9/1587993/cara-daftar-bpjs-ketenagakerjaan-pakai-hp-biar-dapat-bsu-subsidi-gaji-rp600-ribu>

Humaniora (2022), Kebutuhan Hand Sanitizer Meningkat saat Pandemi, Rip It Tawarkan Produk berbahan Aerosol, diakses 2 Desember 2022

<https://mediaindonesia.com/humaniora/465503/kebutuhan-hand-sanitizer-meningkat-saat-pandemi-rip-it-tawarkan-produk-berbahan-aerosol>

Humas (2022), Prosedur Pendaftaran, BPJS Kesehatan, diakses 6 Januari 2023

<https://bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/index.php/pages/detail/2014/20>

Tax Guide (2023), Pajakku, diakses 6 Januari 2023

https://www.pajakku.com/tax-guide/12476/PER_MENKEU/59/PMK.03/2022

Artikel

Chairunisa, R., & Irawan, F. (2020). "Analisis Nilai Entitas Setelah Penerapan Financial Technology oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk".

Keblerlanjutan : Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi, Vol. 5 (2), pp: 105–116. Diakses 12 November 2022.

Fiorenita F., & Dwianika, A. (2021). "Penerapan Five Porter Analysis pada Efektifitas Kelangsungan Usaha Pelaku UKM (Studi Kasus UD Rey Collection)".

Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi (JSMA), Vol. 13 (1), pp: 37–47. Diakses 12 November 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip 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 IBIKKG.

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

Hubungi Kami
Kwik Kian Gie School of Business
Jl. Raya Pajajaran No. 100, Bandung 40132
Telp. (022) 25340000
Email: info@kwikkiangie.ac.id



**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah diterima dari

Nama Mahasiswa/I :

Hanny Tarya

NIM

: 70190080

Tanggal Sidang :

Judul Karya Akhir

: Rencana Pendirian BIZNIS Produk Cairan Antiseptik
" Little Twig " di Bekasi

Jakarta,

04

/

05

20 23

Mahasiswa/I

Hanny Tarya

Pembimbing

(.....)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk keperluan 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 memperbarui sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian