



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA CAR STORING

“AUTOTECH Car Storage”

Wira Gavra Maulana

Dibimbing oleh Salam Fadillah Alzah S.ST.,M.A.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

72180273@student.kwikkiangie.ac.id

ABSTRAK

Wira Gavra Maulana / 72180273 / 2023 / Rencana Pendirian Usaha *AUTOTECH Car Storage* / Dosen Pembimbing / Salam Fadillah Alzah S.ST.,M.A.

AUTOTECH merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industry otomotif, dimana perusahaan menawarkan jasa penitipan kendaraan yang layak dan tertutup, dengan nilai tambah yaitu berupa perawatan berkala dan kebersihan kendaraan.

AUTOTECH termasuk kedalam kriteria ukuran usaha kecil dan merupakan tanggung jawab pemilik perusahaan untuk memiliki modal yang berasal dari dana pribadi, memiliki sifat kepemimpinan yang tinggi, dan bertanggung jawab atas akibat dari keputusan yang diambil.

AUTOTECH mempunyai visi untuk menjadi perusahaan *exclusive car storage* terbesar di Indonesia dengan tingkat pelayanan terbaik di setiap diferensiasi produknya.

AUTOTECH mempunyai misi untuk dapat menciptakan *image* eksklusifitas *brand* melalui produk dan pelayanan, menjadi tempat penitipan kendaraan terpercaya yang selalu siap sedia menjemput dan mengantarkan kendaraan ke tempat tujuann customer, dan turut berkontribusi dalam merawat kendaraan-kendaraan di Jakarta dan sekitarnya agar senantiasa indah dan layak jalan.

Investasi awal yang dibutuhkan oleh perusahaan AUTOTECH adalah senilai Rp 713.130.840 yang akan digunakan kebutuhan biaya pemasaran, pembelian peralatan dan perlengkapan, biaya administrasi, biaya pemeliharaan Gedung dan peralatan, biaya asuransi, dan biaya-biaya lainnya.

AUTOTECH beroperasi setiap hari, dengan waktu kerja efektif terhitung dari pukul 09.00 sampai pukul 17.00 WIB.

Analisis kelayakan investasi yang digunakan AUTOTECH untuk mengetahui tingkat kelayakan usaha adalah *payback period*, dengan waktu pengembalian selama 1 tahun 5 bulan 2 hari, dengan hasil *net present value* sebesar Rp 1.986.285.342, serta *profitability index* sebesar $3 > 1$ Dan hasil *break even point* yang menunjukkan angka lebih rendah dari penjualan.

Kata Kunci: *Car Storage*, Industri Otomotif, AUTOTECH

© 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 dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



I. Pendahuluan

A. Konsep Bisnis

AUTOTECH merupakan perusahaan jasa yang menawarkan lokasi tempat penyimpanan kendaraan yang layak dan tertutup. Perusahaan menawarkan jasa penyimpanan berikut dengan perawatan berkala serta kebersihan kendaraan sesuai dengan keinginan pemilik kendaraan.

B. Visi dan Misi Perusahaan

AUTOTECH mempunyai visi untuk menjadi perusahaan *exclusive car storage* terbesar di Indonesia dengan tingkat pelayanan terbaik di setiap diferensiasi produknya.

Misi dari perusahaan AUTOTECH adalah:

1. Menciptakan *image* eksklusifitas brand melalui produk dan pelayanan
2. Menjadi tempat penitipan kendaraan terpercaya yang selalu siap sedia menjemput dan mengantarkan kendaraan ke tempat tujuan customer
3. Turut berkontribusi dalam merawat kendaraan-kendaraan di Jakarta dan sekitarnya agar senantiasa indah dan layak jalan.

C. Peluang Bisnis

Awareness akan industry otomotif di era globalisasi ini semakin meluas, sehingga banyak individu yang melakukan pembelian kendaraan -kendaraan hobi yang butuh perawatan khusus dalam penyimpanannya. Di tahun 2021-2022 pun terjadi fenomena *panic buying* kendaraan-kendaraan bekas karena harganya yang menurun disebabkan oleh situasi pandemic yang melanda. Akibatnya banyak dari mereka yang memiliki kendaraan yang lebih dari jumlah ketersediaan parkir yang dimilikinya.

D. Kebutuhan Dana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Rincian rencana kebutuhan dana awal AUTOTECH di tahun pertama.

Penggunaan Dana	Harga
Kas Awal	Rp 230.000.000
Biaya Pemasaran	Rp 8.802.000
Biaya Peralatan	Rp 142.095.000
Biaya Perlengkapan	Rp 2.424.700
Biaya Administrasi	Rp 209.000
Biaya Pemeliharaan Alat	Rp 745.000
Biaya Pemeliharaan Gedung	Rp 108.000.000
Biaya Utilitas	Rp 102.000.000
Biaya Kontigensi	Rp 118.855.140
Total	Rp 713.130.840

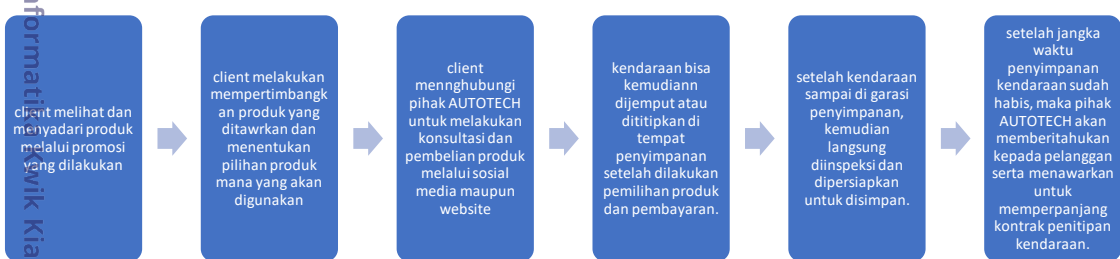
C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

II. Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Management

A. Rencana Alur Produk

Rencana Alur Produk AUTOTECH



Sumber: AUTOTECH, 2023

B. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Rencana alur pembelian dan penggunaan persediaan



Sumber: AUTOTECH, 2023

C. Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Biaya Peralatan 2024				
No.	Peralatan	Jumlah	Harga	Total
1.	CCTV dan DVR	1 paket	Rp 2.300.000	Rp 2.300.000
2.	Car lift	1	Rp 45.000.000	Rp 45.000.000
3.	Tool kit	1 paket	Rp 12.800.000	Rp 12.800.000
4.	Alat cuci mobil	1 paket	Rp 13.400.000	Rp 13.400.000
5.	AC	1	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
6.	Alat poles mobil	1 paket	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000
7.	Cover mobil	15	Rp 450.000	Rp 6.750.000
8.	Genset	1	Rp 13.600.000	Rp 13.600.000
9.	APAR	5	Rp 800.000	Rp 4.000.000
10.	Kursi kantor	1	Rp 845.000	Rp 845.000
11.	Meja kantor	1	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000
12.	Laptop	1	Rp 2.600.000	Rp 2.600.000
13.	Charger Accu	1	Rp 1.300.000	Rp 1.300.000
14.	Exhaust ruangan	8	Rp 3.000.000	Rp 24.000.000
15.	Kipas angin	2	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000
16.	Sofa	1	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000
Total				Rp 142.095.000

Biaya Perlengkapan 2024				
No.	Perlengkapan	Jumlah	Harga	Total
	Lampu panjang	16	Rp 35.000	Rp 560.000
	Wifi	1	Rp 280.000	Rp 280.000
	Solar	20 liter	Rp. 6.800	Rp 136.000
	Lampu ruangan	6	Rp 25.000	Rp 150.000
	Buku folio	2	Rp 15.900	Rp 31.800
	Ball point	1 pak (12pcs)	Rp 16.900	Rp 16.900

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



7.	Obat poles	5 liter	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000
Total biaya perlengkapan				Rp 2.424.700



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

III.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Strategi Pemasaran

Tujuan pemasaran adalah target yang ingin dicapai oleh departemen pemasaran.

Sasaran ini harus sesuai dengan sasaran keseluruhan perusahaan. Tujuan organisasi/perusahaan harus SMART (Specific, Measurable, Agreed, Reasonable, and Time Constraint); dengan kata lain harus spesifik, terukur, disepakati, realistis, dan dibatasi waktunya. Pakar pemasaran Phillip Kotler menyarankan bahwa tujuan dasar pemasaran adalah menciptakan kepuasan pelanggan dengan cara yang menguntungkan.

A. *Product positioning*

Product positioning adalah alat visual yang mengungkapkann perspsi pelanggann mengenai suatu produk atau merek dalam hubungan antar produk di suatu pasar. Ada 4 product positioning;

- *Premium products*: produk dengan kualitas tinggi dan harga yang tinggi
- *Economy products*: produk dengan kualitas rendah dan harga yang rendah
- *Bargain products*: produk dengan kualitas tinggi dan harga yang rendah
- *Cowboy products*: produk dengan kualitas rendah dengan harga yang tinggi

Produk yang ditawarkan AUTOTECH tergolong kepada produk yang memiliki kualitas tinggi dengan harga yang tinggi. Menurut Michael Porter, untuk bisa mencapai kesuksesan dalam market positioning dibutuhkan 3 strategi yaitu; cost leadership, differentiation, dan focus. Strategi yang dipakau adalah differentiation dan focus. Kami menawarkan produk differensiasi yang membedakann dengan produk yang sudah ada dipasaran

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



dengan meningkatkan value sebagai penyedia jasa penitipan kendaraan yang lebih eksklusif dan tertutup. Focus kami dalam segmen pasar juga lebih mengerucut kepada kelas social menengah keatas dengan tingkat kepedulian akan kesehatan dan keindahan kendaraannya yang tinggi di padatnya kota metropolitan.

B. *Unique selling point*

Salah satu cara bagi perusahaan untuk bisa berhasil memasarkan produknya serta menyampaikan valuenya kepada customer adalah dengan cara memiliki suatu nilai unik yang bisa membedakan dan menguntungkan perusahaan tersebut. Faktor pembeda ini biasanya dipromosikan dari mulut ke mulut dan social media. AUTOTECH menawarkan produk yang sudah ada di pasar, tetapi kami menawarkan jasa yang lebih sehingga bisa menjadi pembanding dengan produk yang sudah ada. Penggunaan social media dan pendekatan melalui orang terdekat ataupun orang yang bergerak di bidang otomotif juga menjadi salah satu cara untuk menyebarkan awareness mengenai perusahaan dan produk yang kami tawarkan.

C. *Pricing*

Menurut Kotler dan Keller (2016:47), harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk memperoleh produk atau jasa yang diperoleh oleh konsumen dengan tujuannya untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa tersebut. Strategi penetapan harga yang berbeda memungkinkan bisnis untuk menjual berbagai produk, mulai dari merek ekonomis hingga versi mewah. Bisnis juga dapat menawarkan diskon untuk beberapa pembelian (massal). Di sektor jasa, banyak bisnis membebankan biaya yang berbeda untuk tingkat layanan yang berbeda, misalnya perjalanan

C 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 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bisnis dan penerbangan kelas satu. Ada beberapa metode dalam menetapkan harga suatu produk;

1. *Cost based pricing*

Cost based pricing merupakan cara yang paling sederhana bagi seseorang untuk menetapkan harga terhadap suatu produk. Harga produk ditentukan oleh besarnya biaya untuk produksi, mendistribusikan, dan menjual produk. Ada dua pendekatan penetapan harga;

a. *Markup*

Harga markup = biaya produk per unit/ (1- tingkat pengembalian yang diinginkan)

b. *Biaya produk per unit*

Biaya produk = biaya variable + (biaya tetap/ unit penjualan)

2. *Value based pricing*

Teori menetapkan harga melalui nilai biaya yang diberikan dan dirasakan oleh pembeli. Penetapan harga ini biasanya dinilai berdasarkan value apa yang ditawarkan oleh produk tersebut yang beda dari produk pesaing, atau fitur atau value tambah apa yang lebih unggul daripada produk pesaing.

3. *Competition based pricing*

Penetapan harga berdasarkan pesaing merupakan salah satu cara memasang harga produk kami dengan melihat harga yang biasanya dipasang oleh produk pesaing yang serupa. Dari survei harga yang di pasar, perusahaan dapat menentukan jalur apa yang akan dipilih dalam menentukan harga; menawarkan harga yang lebih murah dari competitor atau lebih mahal. Perusahaan kami memilih untuk mengambil premium

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

price points sehingga membuat kesan eksklusifitas yang lebih, dan tentu dengan penawaran diferensiasi pada produk dan layanan.

4. Saluran distribusi

Saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung atas terlibatnya proses yang membuat produk atau jasa yang siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler dan Armstrong; 2016:377). Terdapat 2 saluran distribusi penitinnng;

- *Direct marketing channel*

System pemasaran yang hanya antara produsen dann konsumen, tidak ada pihak ketiga yang membantu dalam penyaluran atau penndistribusian.

- *Indirect marketing channel*

Sebaliknya indirect marketing channel merupakan saluran yang mencakup satu atau lebih perantara seperti distributor, agen perantara, atau broker. Biasanya perusahaaa mennggunakann cara ini untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan efektifitasnya. AUTOTECH menerapkan system direct marketing channel, dimana penyampaian produk dilakukann langsung antar perusahaan dengan konsumen akhir.

Gambar 4.4

Diagram Marketing Channel



© 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 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.



5. *People*

Sumber daya manusia (SDM) merupakan komponen penting dalam perusahaan yang membantu proses operasional dan menentukan maju atau tidaknya suatu perusahaan. Perusahaan rela mengeluarkan sejumlah uang untuk bisa mendapatkan SDM dengan kualitas kinerja yang baik, bahkan dengan menyewa pihak pencari kerja independent yang ahli dalam menseleksi kandidat yang mumpuni bagi perusahaan. Dalam industry jasa, penting bagi setiap karyawan untuk memiliki *attitude* yang baik serta motivasi yang tinggi. *Attitude* itu meliputi cara berpenampilan, cara mereka berkomunikasi, tutur kata, gerak-gerik Bahasa tubuh, raut ekspresi wajah, dan suara dalam bertutur kata. Motivasi seorang karyawan akan menentukan sejauh mana keinginan dan ketertarikann individu ini dalam pekerjaan yang akan dilakukan. AUTOTECH membutuhkan karyawan yang bukan saja termotivasi karena uang, melainkan kepeduliannya akan industry otomotif, meski tidak berpengaruh banyak terhadap pekerjaanya. Uji kompetensi wajib dilakukan demi untuk menemukan calon karyawan yang tepat untuk setiap jabatannya; yang kemudian akan disertai dengan pelatihan kompetensi. Hubungan baik antar pemilik usaha dan karyawan juga perlu diperhatikan, mengingat kinerja perusahaann bergantung kepada SDM nya itu sendiri. Maka dari itu penting sekali untuk menciptakan lingkungan bkerja yang nyaman dan terkendali.

6. *Process*

Setiap perusahaan mempunyai cara penyampaian produk yang berbeda-beda kepada konsumennya. *Process* merupakan cara bagaimana perusahaan melayani setiap konsumennya dari mulai proses *purchase*

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.

order sampai kepada penyampaian *value* produk yang ditawarkan kepada konsumen. Seiring perkembangan zaman, teknologi informasi sudah menjadi alat bagi manusia untuk dapat berkomunikasi jarak dekat maupun jauh. Hadirnya social media memudahkann semua orang untuk dapat berkomunikasi serta bertukar informasi kapanpun dan dimanapun. AUTOTECH mengizinkan setiap konsumen ataupun calon konsumen untuk berkunjung ke *site* untuk survei lokasi, tentu *by appointment* untuk mengetahui system kerja perusahaan.

7. *Physical evidence*

Komponen visual penting untuk diperhatikan perusahaan sebagai salah satu *marketing mix*. Visual mempengaruhi pengambilan keputusan serta tingkat kepercayaan konsumen kepada pihak perusahaan. AUTOTECH memiliki tempat penyimpanan kendaraan yang di desain cukup sederhana, tetapi mengedepankan kebersihan dan penataan parkir yang baik, sehingga terlihat rapih dan terhindar dari kontak langsung antar kendaraan.

IV. Strategi Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2019:63) “promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu mengenai keberhasilan program pemasaran. Jika konsumen belum pernah mendengar atau mengetahui produk yang ditawarkan perusahaan dan juga manfaat yang akan diterima oleh konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membeli produk yang ditawarkan”. Tujuan adanya promosi adalah untuk mennginformasikan, membujuk, mempengaruhi, serta mengingatkan konsumen atas produk dan

© 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 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.





perusahaan yang menyampaikan value. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:447) ada beberapa jenis komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan yang disebut bauran komunikasi pemasaran;

A. Advertising

Periklanann merupakan suatu bentuk promosi yang menyampaikan ide barang atau jasa dengan pesan persuasive melalui media yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan masyarakat mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Mengiklankan produk di era digitalisasi ini akan lebih mudah dan murah, karena kami dapat memanfaatkan social media yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Didalam aplikasi social media pun masing-masing memiliki algoritma yang membuat iklan tersampaikan secara otomatis kepada pemilik akun yang kirannya tertarik dengan produk yang ditawarkan perusahaan. Sebaliknya sebagai pengguna, mereka akan menerima iklan yang Sebagian besar berhubungan dengan ketertarikan mereka di aplikasi social media tersebut.

B. Sales promotion

Promosi penjualan merupakan penawaran insentif berjangka pendek yang diterapkan di produk layanan dengan maksud untuk meningkatkan jumlah penjualan pada produk. Dalam hal ini AUTOTECH menawarkan promo produk dengan harga special di hari hari besar seperti hari libur tanggal merah.

C. Personal selling

Personal selling merupakan Teknik penjualan atau penawaran produk yang penyampaiannya dilakukan secara lisan dengan percakapan dengan calon konsumen. Teknik penjualan ini membangun hubungan baik dengan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



calon pembeli, sehingga terdapat kedekatan yang terjalin dan memudahkan untuk dapat menyampaikainn gambaran produk yang ditawarkan.

D. Public relation

Dengan adanya relasi yang baik dengan customer dan calon customer akan membantu perusahaan dalam membuat nama besarnya menjadi kredibel. Dengan adanya public relation perusahaan dapat menciptakan citra perusahaan yang baik sehingga dapat menjadi salah satu nilai plus dalam promosi dan memberikann informasi mengenai perusahaan dan jasa yang ditawarkan. AUTOTECH dalam hal ini menyediakan customer service yang bisa dihubungi setiap hari di rentan waktu jam kerja untuk dapat melayanni customer dalam hal penyampaian informasi mengenai produk serta laporan kerja kepada customer yang menggunakan jasa kami. Media yang digunakan untuk dapat berkomunikasi dengan customer meliputi telfon, WA, email, dan Instagram.

E. Direct marketing

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) direct marketing adalah hubungan langsung antara penjual dan konsumen yang ditargetkan dengan cermat dan spesifik agar dapat mendapatkan feedback secara langsung dan memupuk hubungan dengan pelanggann dengan langgeng. Dengan memanfaatkan social media AUTOTECH dapat reach customer dan calon customernya secara lebih efisien. Penyampaian iklan juga dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Pemanfaatan media seperti Instagram dan Tiktok dinilai cukup efektif, mengingat kedua aplikasi social media tersebut sudah menjadi lahan pebisnis untuk bisa berjualan dan memasang iklan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

V. Keuangan

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Laba/rugi	Periode Tahun				
	2024	2025	2026	2027	2028
Penjualan	Rp964.800.000	Rp1.067.167.800	Rp1.076.861.015	Rp1.159.281.978	Rp1.191.857.802
Biaya Tetap:					
Biaya Pemasaran	Rp8.802.000	Rp9.049.336	Rp9.303.623	Rp9.565.054	Rp9.833.832
Biaya Administrasi dan Umum	Rp209.732	Rp215.625	Rp221.685	Rp227.914	Rp234.318
Biaya Pemeliharaan Peralat	Rp745.000	Rp765.935	Rp787.457	Rp809.585	Rp832.334
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp28.419.000	Rp28.419.000	Rp28.419.000	Rp28.419.000	Rp28.419.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp226.200.000	Rp232.556.220	Rp239.091.050	Rp245.809.508	Rp252.716.755
Biaya Utilitas Internet	Rp3.454.416	Rp3.551.485	Rp3.651.282	Rp3.753.883	Rp3.859.367
Biaya Pemeliharaan Gedung	Rp108.000.000	Rp111.034.800	Rp114.154.878	Rp117.362.630	Rp120.660.520
Biaya Utilitas Asuransi	Rp83.145.000	Rp85.481.375	Rp87.883.401	Rp90.352.925	Rp92.891.842
Total Biaya Tetap	Rp458.975.148	Rp471.073.776	Rp483.512.375	Rp496.300.499	Rp509.447.969
Biaya variable:					
Biaya Perlengkapan	Rp2.424.700	Rp2.492.834	Rp2.562.883	Rp2.634.900	Rp2.708.940
Biaya Solar	Rp139.822	Rp143.751	Rp147.790	Rp151.943	Rp156.213
Biaya Listrik	Rp8.399.538	Rp8.635.565	Rp8.878.224	Rp9.127.703	Rp9.384.191
Biaya Air	Rp4.595.670	Rp4.724.808	Rp4.857.575	Rp4.994.073	Rp5.134.407
Total Biaya Variable	Rp15.559.730	Rp15.996.958	Rp16.446.473	Rp16.908.619	Rp17.383.751
Total Biaya	Rp474.534.878	Rp487.070.734	Rp499.958.848	Rp513.209.118	Rp526.831.720
Laba sebelum pajak	Rp490.265.122	Rp580.097.066	Rp576.902.167	Rp646.072.860	Rp665.026.082
Pajak 0.5%	Rp4.824.000	Rp5.335.839	Rp5.384.305	Rp5.796.410	Rp5.959.289
Laba Bersih	Rp485.441.122	Rp574.761.227	Rp571.517.862	Rp640.276.451	Rp659.066.793
Hasil Presentase					
Laba Bersih Bagi Penjualan	50,32%	53,86%	53,07%	55,23%	55,30%

Lap. Arus Kas

Keterangan	2024	2025	2026	2027	2028
Arus Kas Masuk					
Modal	Rp713.130.840	-	-	-	-
Penjualan	Rp964.800.000	Rp1.067.167.800	Rp1.076.861.015	Rp1.159.281.978	Rp1.191.857.802
Total Arus Kas Masuk	Rp1.677.930.840	Rp1.067.167.800	Rp1.076.861.015	Rp1.159.281.978	Rp1.191.857.802
Arus Kas Keluar					
Biaya Administrasi dan Umum	Rp209.732	Rp215.625	Rp221.685	Rp227.914	Rp234.318
Biaya Air	Rp4.595.670	Rp4.724.808	Rp4.857.575	Rp4.994.073	Rp5.134.407
Biaya Listrik	Rp8.399.538	Rp8.635.565	Rp8.878.224	Rp9.127.703	Rp9.384.191
Biaya Pajak 0.5%	Rp4.824.000	Rp5.335.839	Rp5.384.305	Rp5.796.410	Rp5.959.289
Biaya Pemasaran	Rp8.802.000	Rp9.049.336	Rp9.303.623	Rp9.565.054	Rp9.833.832
Biaya Pemeliharaan Gedung	Rp108.000.000	Rp111.034.800	Rp114.154.878	Rp117.362.630	Rp120.660.520
Biaya Pemeliharaan Peralatan	Rp745.000	Rp765.935	Rp787.457	Rp809.585	Rp832.334
Biaya Penyusutan Peralatan	-Rp28.419.000	-Rp28.419.000	-Rp28.419.000	-Rp28.419.000	-Rp28.419.000
Biaya Peralatan	Rp142.095.000				
Biaya Perlengkapan	Rp2.424.700	Rp2.492.834	Rp2.562.883	Rp2.634.900	Rp2.708.940
Biaya Solar	Rp139.822	Rp143.751	Rp147.790	Rp151.943	Rp156.213
Biaya Tenaga Kerja	Rp226.200.000	Rp232.556.220	Rp239.091.050	Rp245.809.508	Rp252.716.755
Biaya Utilitas Asuransi	Rp83.145.000	Rp85.481.375	Rp87.883.401	Rp90.352.925	Rp92.891.842
Biaya Utilitas Internet	Rp3.454.416	Rp3.551.485	Rp3.651.282	Rp3.753.883	Rp3.859.367
Total Arus Kas Keluar	Rp564.615.878	Rp435.568.573	Rp448.505.153	Rp462.167.528	Rp475.953.009
Arus Kas Bersih	Rp1.113.314.962	Rp631.599.227	Rp628.356.862	Rp697.114.451	Rp715.904.793
Arus Kas Awal	-	Rp1.113.314.962	Rp1.744.914.189	Rp2.373.270.051	Rp3.070.384.501
Saldo Kas Akhir Periode	Rp1.113.314.962	Rp1.744.914.189	Rp2.373.270.051	Rp3.070.384.501	Rp3.786.289.294

Neraca	Tahun (Dalam Rupiah)				
	2024	2025	2026	2027	2028
Aktiva					
Kas	Rp1.113.314.962	Rp1.744.914.189	Rp2.373.270.051	Rp3.070.384.501	Rp3.786.289.294
Perlengkapan	Rp2.424.700	Rp2.492.834	Rp2.562.883	Rp2.634.900	Rp2.708.940
Pemasaran	Rp8.802.000	Rp9.049.336	Rp9.303.623	Rp9.565.054	Rp9.833.832
Pemeliharaan Gedung	Rp108.000.000	Rp111.034.800	Rp114.154.878	Rp117.362.630	Rp120.660.520
Total Aktiva Lancar	Rp1.232.541.662	Rp1.867.491.159	Rp2.499.291.434	Rp3.199.947.085	Rp3.919.492.586
Peralatan	Rp142.095.000	Rp142.095.000	Rp142.095.000	Rp142.095.000	Rp142.095.000
Akm. Penyusutan Peralatan	Rp28.419.000	Rp56.838.000	Rp85.257.000	Rp113.676.000	Rp142.095.000
Total Aktiva Tetap	Rp113.676.000	Rp85.257.000	Rp56.838.000	Rp28.419.000	Rp0
Total Aktiva Lancar dan Tetap	Rp1.346.217.662	Rp1.952.748.159	Rp2.556.129.434	Rp3.228.366.085	Rp3.919.492.586
Passiva					
Modal Sendiri	Rp860.776.540	Rp892.545.810	Rp1.409.850.345	Rp2.016.571.773	Rp2.620.149.343
Laba Ditahan		Rp485.441.122	Rp574.761.227	Rp571.517.862	Rp640.276.451
Laba Tahun Berjalan	Rp485.441.122	Rp574.761.227	Rp571.517.862	Rp640.276.451	Rp659.066.793
Total Passiva	Rp1.346.217.662	Rp1.952.748.159	Rp2.556.129.434	Rp3.228.366.085	Rp3.919.492.586

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



> Payback Periode					
Tahun	Investasi	Net Profit	Depresiasi	Aliran Kas Bersih	Akumulasi Kas Masuk
2024	-Rp860.776.540	Rp485.441.122	Rp28.419.000	Rp513.860.122	-Rp346.916.418
2025		Rp574.761.227	Rp28.419.000	Rp603.180.227	Rp256.263.809
2026		Rp571.517.862	Rp28.419.000	Rp599.936.862	Rp856.200.671
2027		Rp640.276.451	Rp28.419.000	Rp668.695.451	Rp1.524.896.121
2028		Rp659.066.793	Rp28.419.000	Rp687.485.793	Rp2.212.381.914

Net Present Value			
Tahun	NCF	Diskonto 2,625%	PV Of NCF (Rp)
2024	Rp513.860.122	0,97442	Rp500.716.319
2025	Rp603.180.227	0,94950	Rp572.717.899
2026	Rp599.936.862	0,92521	Rp555.067.803
2027	Rp668.695.451	0,90154	Rp602.858.916
2028	Rp687.485.793	0,87848	Rp603.945.677
PV to NCF			Rp2.835.306.613
Investasi			-Rp860.776.540
NPV			Rp1.974.530.073

Profitability Index :	
PV NCF=	Rp2.835.306.613
Investasi=	Rp860.776.540
	3 >1

> BEP					
Tahun	2024	2025	2026	2027	2028
Penjualan	Rp964.800.000	Rp1.067.167.800	Rp1.076.861.015	Rp1.159.281.978	Rp1.191.857.802
Biaya Variabel	Rp15.559.730	Rp15.996.958	Rp16.446.473	Rp16.908.619	Rp17.383.751
Biaya Tetap	Rp458.975.148	Rp471.073.776	Rp483.512.375	Rp496.300.499	Rp509.447.969
Marjin Kontribusi	0,983872585	0,985009894	0,984727395	0,985414576	0,985414576
BEP	Rp466.498.564	Rp478.242.684	Rp491.011.398	Rp503.646.395	Rp516.988.465

Hasil perhitungan BEP lebih rendah dari Penjualan, maka AUTOTECH CAR STORAGE layak untuk di jalankan.

VI. Pengendalian Resiko

1. Minimnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan baru di pasar membuat wirausahawan harus membangun *image* yang baik dan sesuai. Dengan begitu, *awareness* dan kepercayaan akan terbangun di calon konsumen dan pasar secara umum. Penggunaan social media sebagai media promosi perusahaan menjadi hal yang menurut perusahaan paling menguntungkan, dimana akses akan informasi dan gambaran perusahaan dan produknya dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Perusahaan mengharapkan interaksi didalam social media akan membangun *brand* AUTOTECH sesuai dengan harapan.
2. Terjadi inflasi setiap tahunnya membuat daya beli masyarakat semakin lemah setiap tahunnya. Dengan ketidakstabilan ekonomi yang terjadi dan memasuki masa resesi



di tahun 2023, para wirausahawan harus mempunyai rencana kontingensi untuk bisa membuat usahanya tetap berjalan. Dengan memanfaatkan sifat impulsive masyarakat Indonesia, AUTOTECH berharap perusahaan tetap bisa berjalan seperti rencana; mengingat target market AUTOTECH adalah kalangan menengah keatas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Perkembangan teknologi informasi membuat penyebaran dan aksesibilitas informasi semakin mudah dan cepat. Hal ini membuat banyak ide-ide bisnis yang bisa dipakai individu lain untuk membuat perusahaan dengan produk serupa. Dengan pemanfaatan lokasi, perusahaan yakin bahwa konsumen akan terbagi berdasarkan daerah dimana mereka tinggal. Maka potensi kehilangan konsumen cenderung lebih sedikit karena keunggulan perusahaan mempunyai lokasi usaha dekat pemukiman penduduk serta dia area padat penduduk. Persaingan juga bisa diatasi dari permainan harga, dimana dengan diversifikasi produk yang banyak, harganya pun bervariasi dari harga rendah ataupun harga tinggi.

VII. Daftar Pustaka

Buku:

Dessler, Gary (2020), *Human Resource Management*, Edisi 16, Harlow: Pearson Education Limited.

Frank, Robert H, Ben S Bernake, Kate Antonovics & Ori Heffetz (2019), *Principles of Microeconomics* Edisi 7. New York; McGraw-Hill Education

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

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

Hoang, Paul. *Business Management* . 3rd ed., IBID Press, 2014.

Jay, H., Barry, R., & Chuck, M. (2017), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* Edisi 12. London: Pearson Education.



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

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016), *Marketing management* Edisi 15. London: Pearson Education

Zutter, C. J., & Smart, S. B. (2021), *Principle of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Works Cited

Afriyadi, Achmad Dwi. "Berapa Lama Durasi Listrik Padam Di Ri? Ini Jawabannya." *Detikfinance*, <https://finance.detik.com/energi/d-5332601/berapa-lama-durasi-listrik-padam-di-ri-ini-jawabannya>.

Aszhari, Arief. "Waterless Car Wash Bisa Menghemat Ribuan Liter Air, Ini Buktinya." *liputan6.Com*, Liputan6, 22 Mar. 2019, <https://www.liputan6.com/otomotif/read/3923344/waterless-car-wash-bisa-menghemat-ribuan-liter-air-ini-buktinya>.

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, <https://jabar.bps.go.id/statictable/2022/07/08/645/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-selular-makanan-dan-bukan-makanan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-barat-rupiah-2020-dan-2021.html>.

"Berapa Watt Kamera CCTV Dan Dvr?" *Zona CCTV Cirebon Indramayu Kuningan Majalengka Subang*, <https://zonacctv.com/blog/berapa-watt-kamera-cctv-dan-dvr>.

BPS Provinsi DKI Jakarta, <https://jakarta.bps.go.id/indicator/17/786/1/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis-kendaraan-unit-di-provinsi-dki-jakarta.html>.

"Car Storage Prices." *Windrush Car Storage*, <https://www.windrushcarstorage.co.uk/car-storage-pricing.php>.

"Chezka Parking: Jasa Penitipan Mobil & Motor Bulanan." *Chezka Parking | Jasa Penitipan Mobil & Motor Bulanan*, <https://www.bchezka.com/parking/>.

Developer, Mediaindonesia.com. "Jumlah Kendaraan Di Jakarta Lebih Banyak Ketimbang Penduduk." *Media Indonesia*, <https://mediaindonesia.com/megapolitan/121060/jumlah-kendaraan-di-jakarta-lebih-banyak-ketimbang-penduduk>.

Farhansyah, Jordhi. "Cara Menghitung Tunjangan Hari Raya (Thr) Beserta Aturannya." *Talenta*, Talenta, 23 Dec. 2022, <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/bagaimana-peraturan-tunjangan-hari- raya-atau-thr-di-indonesia/#:~:text=Sesuai%20pasal%205%20ayat%201,masing%20pegawai%2C%20karyawan%20atau%20pekerja>.

Google Trends, Google, <https://trends.google.com/home>.



Hadijah, Siti. "Cara Buat Rekening Di Bank BCA, Berapa Saldo Minimalnya?" *Cermati*, <http://www.cermati.com/artikel/cara-buat-rekening-di-bank-bca-berapa-saldo-minimalnya>.

"Indihome: Treg2." *Indihome.co.id*, https://www.indihome.co.id/landingpage/regional2/paket-jitu?utm_source=MDM_Google_TREG2_Remarketing&utm_medium=SEM&utm_campaign=Paket_Jitu&utm_term=Text&utm_content=All_Regional&gclid=Cj0KCQiASeGfBhCeARIsACpJNU84IW_KzkoxMUB4IVTyLn8RaxSeZvJVKqtmQvE3Ukq36Y_cQKwe-kaAIYYEALw_wcB.

Indonesia, Bank. "Indikator // ." *Indikator*, <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>.

Indonesia, Machine Vision. "Prospek Industri Otomotif Di Tahun 2023." *Machine Vision*, Machine Vision, 31 Oct. 2022, <https://www.machinevision.global/post/prospek-industri-otomotif-di-tahun-2023>.

"Ini Daftar Lengkap Tarif Listrik Yang Dinaikkan." *Bisnis.com*, 1 July 2022, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220701/44/1550258/ini-daftar-lengkap-tarif-listrik-yang-dinaikkan>.

"Jasa Iklan Instagram Murah." *Digital Marketer*, <https://www.digitalmarketer.co.id/iklan-online/jasa-iklan-instagram/>.

"Jasa Iklan Tiktok." *Digital Marketer*, <https://www.digitalmarketer.co.id/iklan-online/jasa-iklan-tiktok/>.

"Jasa Iklan Youtube Murah: Digitalmarketer.co.id - Jasa Digital Marketing." *Digital Marketer*, <https://www.digitalmarketer.co.id/iklan-online/jasa-iklan-youtube/>.

"Jasa Penitipan Mobil 'H.sohib' Gedung Parkir." *JASA PENITIPAN MOBIL "H.SOHIB" Adalah Perusahaan Di Jakarta*, <https://jakartacatalog.com/places/8213546-jasa-penitipan-mobil-h-sohib>.

"Jumlah Kendaraan Di Jakarta Terus Membengkak, Ini Datanya: Databoks." *Pusat Data Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/06/jumlah-kendaraan-di-jakarta-terus-membengkak-ini-datanya>.

"Kalkulator Asuransi Kebakaran." *BCAinsurance*, <https://www.bcainsurance.co.id/product/detail/asuransi-kebakaran/kalkulator-asuransi-kebakaran>.

Kenshanahan, Agaton. "Jakarta Krisis Parkir! (1)." *Kumparan*, Kumparan, 23 Sept. 2022, <https://kumparan.com/kumparannews/jakarta-krisis-parkir-1-1wylTV4qNTTo/full>.

"Mau Hemat Listrik Tahun Ini? Hitung Pemakaian Listrik per Bulan Dengan Rumus



Berikut Ini.” *Lifepal Media*, 20 June 2022, <https://lifepal.co.id/media/begini-lho-cara-menghitung-tarif-listrik-benar/>.

1. Media Indonesia. “Jakarta Krisis Lahan Parkir: Media Indonesia.” *EpaperMI*, Media Indonesia, 19 Dec. 2022, <https://epaper.mediaindonesia.com/detail/jakarta-krisis-lahan-parkir>.

“Menghitung Pemakaian Bahan Bakar Genset Solar Atau Bensin.” *GUDANG GENSET*, <http://gudanggenset.com/berita-dan-artikel/cara-menghitung-pemakaian-bahan-bakar-pada-genset/>.

Native. “Masyarakat Indonesia Impulsif Saat Berbelanja? Jadikan Peluang Bisnis Untuk Ambil Kesempatan, Ini Caranya.” *Pikiran*, 2 Aug. 2022, <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-015172574/masyarakat-indonesia-impulsif-saat-berbelanja-jadikan-peluang-bisnis-untuk-ambil-kesempatan-ini-caranya>.

Okky, Okler.net. *Pamjaya*, <https://www.pamjaya.co.id/infopelanggan>.

“Pengamat: Industri Otomotif 2023 Prospektif, Tapi Waspada.” *GAIKINDO*, <https://www.gaikindo.or.id/pengamat-industri-otomotif-2023-prospektif-tapi-waspada/>.

“Penjualan Mobil Melonjak 60% Pada Juni 2022: Databoks.” *Pusat Data Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/penjualan-mobil-melonjak-60-pada-juni-2022>.

Perpajakan ID, <https://perpajakan-id.ddtc.co.id/>.

Primadhyta, Safyra. “Generasi Millennial Ri Paling Impulsif Belanja Barang Mewah.” *Ekonomi*, 2 Nov. 2015, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-millennial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah>.

“Sebanyak 115 Juta Masyarakat Indonesia Menuju Kelas Menengah: Databoks.” *Pusat Data Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/sebanyak-115-juta-masyarakat-indonesia-menuju-kelas-menengah>.

“Suku Bunga Deposito Bank.” *Suku Bunga Deposito Terbaru 2023*, <https://pusatdata.kontan.co.id/bungadeposito>.

Trias. “Apa ITU SIUP? Inilah Pengertian Dan Panduan Lengkap Mengenai Siup.” *IZIN.co.id Business News*, 10 Dec. 2020, <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2020/12/10/siup-adalah/>.

Tumbuh 17,82 Persen, Menperin: Industri Otomotif Mampu Serap Banyak ... <https://setkab.go.id/tumbuh-1782-persen-menperin-industri-otomotif-mampu-serap-banyak-tenaga-kerja/>.

“—.” *Pusat Data Industri Indonesia*, <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-penjualan-mobil-di-indonesia/>.



Artikel:

Purnama, Indra. "Review Pasar Mobil Bekas 2021 & Outlook 2022." 2022, Accessed 2023.

Republik Indonesia, Kementerian Perindustrian. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Industri Otomotif." *Kinerja Otomotif Indonesia*, 2021.

Undang-Undang

Republik Indonesia. 2008. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan*. Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2021. *PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 36 TAHUN 2021 TENTANG PENGUPAHAN*. Jakarta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Wira Gavra Maulana

NIM : 72180273 : Tanggal Sidang : 17 April 2023

Judul Karya Akhir : Avfotech Car Storage

Jakarta, 8 / Mei 2023

Mahasiswa/I


Pematang
(.....)

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 karya tulis, dan tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



Scanned with CamScanner