



RENCANA BISNIS  
PENDIRIAN USAHA  
“LUMPIASEMARANG.BGR”

DI BOGOR

Ebo Garnaf Arasantana

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

[79180148@student.kwikkiangie.ac.id](mailto:79180148@student.kwikkiangie.ac.id) , [ebogarnafarsa@gmail.com](mailto:ebogarnafarsa@gmail.com)

ABSTRAK

Ebo Garnaf Arasantana / 79180148 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha  
**LUMPIASEMARANG.BGR** di Jakarta / Dosen Pembimbing: Salam Fadillah Alzah,S.S.T.,M.A.

**LUMPIASEMARANG.BGR** adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang *food and beverage* yang memiliki ciri khas makanan khas kota Semarang, yang dipasarkan lewat media sosial *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook*, dan Tokopedia. **LUMPIASEMARANG.BGR** terletak di Baranangsiang Indah Blok PT No.1.

**LUMPIASEMARANG.BGR** memiliki Visi yaitu “Menjadi usaha *snack shop* ternama dan dikenal di Bogor maupun seluruh Indonesia dengan kualitasnya yang mampu bersaing di pasar kuliner Indonesia melalui produk dan layanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan.”

Pendirian usaha ini melihat potensi pasar yang ada, antara lain: adanya pertumbuhan penduduk, peningkatan pertumbuhan konsumsi masyarakat Indonesia, peramalan permintaan yang tumbuh, dan tren industri kuliner yang ditunjukkan pada statistik penjualan terbesar pada usaha *E-commerce* oleh badan pusat statistik.

Produk yang ditawarkan oleh **LUMPIASEMARANG.BGR** adalah Lumpia Goreng dan Lumpia Basah berisikan Rebung, Ayam, Udang dan Telur. Dan memiliki ukuran Besar dan Kecil. Dan ada juga Tahu Bakso.

Investasi awal yang dibutuhkan **LUMPIASEMARANG.BGR** sebesar Rp 154.448.000. Investasi awal ini berasal dari tabungan pemilik usaha dan sebagian dari pemberian orang tua.

**LUMPIASEMARANG.BGR** memiliki sumber daya manusia berjumlah 2 orang yang bekerja selama 6 hari kerja, dengan waktu kerja pada pukul 08.00-17.00.

**LUMPIASEMARANG.BGR** telah memilikiantisipasi resiko usaha yang baik dan juga bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan dalam operasinya.

Analisis kelayakan bisnis yang digunakan oleh **LUMPIASEMARANG.BGR** adalah *payback period* dengan imbal balik selama 9 bulan 12 hari, *net present value* dengan hasil yang positif sebesar Rp 702.686.346, *Profitability Index* sebesar 5,5, dan *Break Even Point* yang selalu positif setiap tahun selama 5 tahun.

Kata kunci: , **LUMPIASEMARANG.BGR**,



ABSTRACT

Ebo Garnaf Arasantana / 79180148 / 2021 / Business Plan for Business Establishment LUMPIASEMARANG.BGR in Jakarta / Supervisor: Salam Fadillah Alzah,S.S.T.,M.A.

LUMPIASEMARANG.BGR is a business engaged in the food and beverage sector that has the characteristics of typical Semarang food, which is marketed through social media Instagram, WhatsApp, Facebook, and Tokopedia. LUMPIASEMARANG.BGR is located in Baranangsiang Indah Blok P7 No.1.

LUMPIASEMARANG.BGR has a vision, namely "To become a well-known and well-known snack shop business in Bogor and throughout Indonesia with quality that is able to compete in the Indonesian culinary market through products and services oriented to customer satisfaction."

The establishment of this business saw the existing market potential, including: population growth, increasing consumption growth of Indonesian people, forecasting growing demand, and culinary industry trends as shown in the statistics on the largest sales in E-commerce businesses by the Central Statistics Agency.

The products offered by LUMPIASEMARANG.BGR are Fried Spring Rolls and Wet Spring Rolls containing Bamboo Shoots, Chicken, Shrimp and Eggs. And have Big and Small sizes. And there is also Tofu Meatballs.

The initial investment required for LUMPIASEMARANG.BGR is IDR 154,448,000. This initial investment comes from the savings of the business owner and partly from parental gifts.

LUMPIASEMARANG.BGR has 2 human resources who work for 6 working days, with working hours at 08.00-17.00.

LUMPIASEMARANG.BGR already has a good business risk anticipation and is also responsible for the community and the environment in its operations.

The business feasibility analysis used by LUMPIASEMARANG.BGR is a payback period with returns of 9 months 12 days, net present value with positive results of Rp. 702,686,346, Profitability Index of 5.5, and Break Even Point which is always positive every year. for 5 years.

Keywords: , LUMPIASEMARANG.BGR,

Hak Cipta Ditinjau Undang-Undang  
1. Dianggap sebagai sah atau tidaknya tulisan ini hanya merujuk pada sumber dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk 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.



## I. Pendahuluan

### Konsep Bisnis

LUMPIASEMARANG.BGR adalah bisnis online yang menjual produk makanan snack yaitu lumpia. Produk lumpia yang dijual antara lain lumpia basah dan goreng . Varian lumpia yang akan dijual antara lain: lumpia goreng besar, lumpia goreng mini, lumpia basah besar, lumpia basah mini dan ada tahu bakso yang goreng dan kukus.

Bidang usaha yang digeluti oleh LUMPIASEMARANG.BGR adalah usaha kuliner online yang menyediakan makanan ringan yaitu snack. LUMPIASEMARANG.BGR menjual berbagai jenis varian lumpia yaitu goreng dan basah dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan berciri khas.

LUMPIASEMARANG.BGR berlokasi di Baranangsiang Indah Blok P7 No.1, Bogor. Lokasi tersebut merupakan tempat produksi usaha sekaligus kantor LUMPIASEMARANG.BGR.

### Visi dan Misi Perusahaan

#### a. Visi

Visi LUMPIASEMARANG.BGR adalah menjadi usaha lumpia shop ternama dan dikenal di Bogor maupun seluruh Indonesia dengan kualitasnya yang mampu bersaing di pasar kuliner Indonesia. LUMPIASEMARANG.BGR juga berorientasi atau memprioritaskan pencapaian kepuasan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dapat terjamin.

#### b. Misi

- Mengutamakan mutu dan kualitas produk.
- Menciptakan rasa, bentuk yang menarik dan bervariasi sehingga dapat menarik minat pembeli.
- Memberikan pelayanan yang terpercaya, terjamin, cepat tanggap terhadap pelanggan sehingga dapat menciptakan customer value yang baik sehingga loyalitas pelanggan dapat dipertahankan.
- Selalu berinovasi dalam mengembangkan lini produk dan pendekatan terhadap konsumen.
- Membuat suatu mekanisme wirausaha yang berkualitas sehingga dapat bersaing di pasar dengan menerapkan standar kerja customer oriented.

### Peluang Bisnis

Peluang bisnis adalah suatu dasar dari pen dirian suatu bisnis, yang mana dapat merangsang pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku bisnis untuk mengetahui seberapa besar peluang bisnis demi kemajuan bisnisnya. Penulis menggunakan proyeksi pertumbuhan penduduk Kota Bogor, data konsumsi per kapita nasional, dan peramalan permintaan dengan metode linier untuk melihat besaran peluang bisnis LUMPIASEMARANG.BGR.

### Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana LUMPIASEMARANG.BGR dalam 1 tahun awal dalah sebesar Rp.154.448.000 dan yang menjadi sumber pendanaan awal adalah berasal dari tabungan pemilik usaha dan sebagian dari pemberian orang tua.

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.

© Hancipta IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)





## Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan

Pada era digital saat ini, kehidupan manusia tidak dapat lepas dari teknologi yang memudahkan kehidupan mereka. Begitu pula dengan dunia bisnis, terutama bisnis online yang membutuhkan teknologi sebagai penopang berjalannya usaha. LUMPIASEMARANG.BGR menggunakan teknologi sebagai berikut :

### a. Kulkas

Kulkas dibutuhkan untuk dalam proses produksi Lumpia yakni untuk menyimpan Lumpia dan menyimpan bahan persediaan.

### b. Internet

Internet dibutuhkan untuk melakukan kegiatan operasional seperti pencarian informasi konsumen, pesaing, dan info lainnya, memudahkan segala aktivitas usaha (efektif dan efisien), serta menjadi sumber utama pemasaran digital dan pelayanan konsumen secara online. Selain itu, transaksi serta pencatatannya dilakukan dengan bantuan internet, yaitu menggunakan aplikasi bukukas.

### c. Laptop

Laptop digunakan sebagai media penggunaan internet yang mana berarti segala aktivitas online dikerjakan melalui laptop, berguna dalam pembuatan konten media sosial, pencatatan anggaran, kegiatan dan pencatatan transaksi, serta pencatatan stok barang.

### d. Kompor dan Peralatan Masak

Digunakan untuk menggoreng dan mengukus lumpia dan untuk membuat saus bubur.

### e. Smartphone

Smartphone digunakan untuk efisiensi pengelolaan bisnis online karena dapat dibawa kemanapun dan kapanpun kita bisa mengelola bisnis online lewat smartphone. Dan untuk menerima pesanan GRABFOOD,GOFOOD,TOKOPEDIA,dan SHOPEEFOOD

### f. Timer

Untuk memastikan waktu untuk mengukus lumpia agar hasil sama dan pas untuk dikonsumsi.

## III. Strategi Bisnis

### Pemasaran

#### 1) Diferensiasi

Usaha LUMPIASEMARANG.BGR dapat dibedakan dari usaha pesaing lainnya, yaitu:

- segi bercita rasa dimana semua varian lumpia memiliki takaran manis yang sesuai, dan dapat kustomisasi takaran manis.
- Varian lumpia menarik yang beragam, menggunakan bahan berkualitas tanpa pengawet dan sehat dikonsumsi.
- Pengemasan yang higienis, menarik, simpel dan elegan.
- Melayani kustomisasi lumpia untuk ulang tahun maupun acara lainnya, LUMPIASEMARANG.BGR juga memiliki pelayanan yang sangat prima dimana karyawan terutama bagian layanan masyarakat dilatih untuk memenuhi standar 5 kualitas jasa yaitu : Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles.

#### 2) Positioning

LUMPIASEMARANG.BGR merupakan snack shop yang hanya membuat lumpia dengan kualitas premium dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas baik. Hal ini dikemas dengan slogan “Kualitas, rasa, dan ke higienisan bagi pecinta kuliner”. Selain itu, memberikan citra yang



baik lewat pelayanan yang memberikan suasana yang nyaman lewat kesopanan seperti membalas pesan pelanggan dengan ramah, melayani dengan cepat tanggap, dan selama pelayanan memberikan rekomendasi produk yang tepat sesuai keinginan konsumen.

### 3) Penetapan Harga

LUMPIASEMARANG.BGR memadukan metode penetapan harga cost-based pricing dengan competition-based pricing, dimana menetapkan harga berdasarkan perhitungan biaya serta juga membandingkan dengan harga pesaing

### 4) Saluran Distribusi

LUMPIASEMARANG.BGR merupakan toko lumpia online yang menjual langsung produknya secara online lewat media sosial ke konsumen. Maka, saluran distribusi yang digunakan LUMPIASEMARANG.BGR adalah saluran distribusi langsung atau produsen – konsumen.

### a. Tim Manajemen

LUMPIASEMARANG.BGR memerlukan tenaga kerja sebanyak tiga orang yang terdiri dari manajer dan staff produksi. Dikarenakan sumber daya manusia yang terbatas, pemilik LUMPIASEMARANG.BGR akan membantu berjalannya usaha sebagai manajer yang mengurus dibidang keuangan, pengawasan kegiatan operasional, pemasaran, dan pembuatan strategi serta keputusan perusahaan. Selain itu, staff produksi memiliki tanggung jawab untuk mengurus stok barang, pencatatan penjualan, dan mengurus pengiriman. Pekerjaan masing-masing divisi akan dilakukan dengan fleksibel. Waktu operasional LUMPIASEMARANG.BGR adalah hari Senin hingga Sabtu pukul 09.00-17.00.

## Rencana Organisasi

Dikarenakan sumber daya manusia yang terbatas, pemilik LUMPIASEMARANG.BGR akan membantu berjalannya usaha sebagai manajer yang mengurus dibidang keuangan, pengawasan kegiatan operasional, promosi, dan pembuatan strategi serta keputusan perusahaan. Selain itu, staff produksi memiliki tanggung jawab untuk mengurus stok barang, pencatatan penjualan, promosi dan mengurus pengiriman.

## Keuangan

Hasil analisis *payback period* menunjukkan bahwa payback terjadi dibawah 1 tahun dengan pola perhitungan  $(154.448.000 / 199.489.056) * 365 \text{ Hari} = 282 \text{ Hari}$ . Sehingga Payback yang didapatkan adalah 9 Bulan 12 Hari.

Hasil analisis *nett present value* menerapkan formula perhitungan NPV terhadap arus kas bersih yang didapatkan berdasarkan proyeksi laporan arus kas. Nilai diskonto yang akan digunakan adalah 6,11%. Hasil yang didapatkan  $> 0$  sehingga menggambarkan kelayakan investasi dari LUMPIASEMARANG.BGR.

Hasil analisis *profitability indeks* menunjukkan perbandingan antara tingkat nilai sekarang dari arus kas terhadap investasi awal. Indeks yang memiliki nilai melebihi 1 menunjukkan nilai sekarang yang lebih tinggi dari investasi awal dan juga merupakan korespondensi dari hasil NPV hitung..

Hasil analisis *Break Even Point* menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa nilai BEP yang lebih kecil dari Penjualan yang menandakan setiap tahunnya akan tercapai titik impas yang lebih kecil nilainya dari Penjualan. Hal ini menandakan bahwa LUMPIASEMARANG.BGR layak untuk dijalankan.



## Pengendalian Risiko Usaha

### a. Munculnya pesaing baru

Dalam mengatasi pesaing dan pendaatang baru maka LUMPIASEMARANG.BGR akan menjalankan strategi seperti:

- 2) Memperluas jangkauan konsumen lewat iklan dan search engine optimization di media sosial
- 3) Membangun hubungan personal dengan pelanggan yang mana fokus pada kebutuhan mereka dan memberi solusi lewat produk yang ditawarkan
- 4) Terus berinovasi dari segi produk maupun pengemasan
- 5) Menjaga kualitas, kehygienisan serta cita rasa agar menciptakan kepuasan pelanggan
- 6) Memberikan pelayanan terbaik sehingga merangsang feedback positif dan loyalitas pelanggan.

### b. Fenomena Sepi Pelanggan

Dalam mengantisipasi fenomena ini, maka LUMPIASEMARANG.BGR memaksimalkan strategi promosi seperti yang telah dijelaskan pada subbab 4.5 yaitu pemberian kupon diskon, giveaway, endorsement, iklan berbayar, pembuatan konten yang kreatif dan edukatif, memaksimalkan penggunaan search engine optimization, dan menggunakan pemasaran langsung sehingga lebih fokus melayani konsumen secara personal, yang mana hal ini akan menciptakan loyalitas pelanggan.

### c. Berkembangnya teknologi informasi di masyarakat

LUMPIASEMARANG.BGR akan fokus pada bagian pemasaran di media sosial yang mana secara profesional mengelola akun-akun media sosial serta memaksimalkan penggunaan search engine optimization, dan metode-metode lainnya seperti iklan berbayar dengan copywriting yang kreatif serta memberikan landing page yang tepat sehingga lebih efektif dalam mencapai closing atau meningkatkan penjualan.

### d. Kualitas Sumber Daya

Dalam mengatasi masalah sumber daya manusia, pemilik akan memastikan SDM telah mengikuti pelatihan dan memiliki output yang baik berupa kinerja maksimal. Selain itu, pemilik akan melakukan berbagai pengawasan setiap harinya, serta melakukan pengendalian melalui evaluasi secara berkala setiap seminggu sekali, rapat karyawan secara rutin, serta tanggung jawab dalam ruang kritik dan saran dari para pelanggan. Tidak hanya menuntut kinerja karyawan, LUMPIASEMARANG.BGR juga akan memberikan sistem balas jasa yang sesuai serta menerapkan sistem kekeluargaan yang bertanggung jawab untuk meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

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.



#### IV. Daftar Pustaka

##### Sumber Buku Teks:

- David, Fred R., Forest R. David (2017), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 16, Boston: Pearson Education.
- Dessler, Gary (2020), *Human Resource Management*, Edisi 16, Harlow: Pearson Education Limited.
- Hamidah, S., Komariah, K. (2018). *Resep & menu*, Edisi 1, Yogyakarta: Deepublish.
- Heizer, Jay, Barry Render, & Chuck Munson (2017), *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, London: Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17. Global Edition, Italy: Pearson Education.
- Marshall, G. W., Johnston, M. W. (2018), *Marketing Management*, Edisi 3. New York: McGraw-Hill Education
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi 1). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Zutter, C. J., & Smart, S. B. (2021), *Principle of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, United Kingdom: Pearson Education Limited.

##### Sumber Jurnal:

- Indrasari, Nopika (2017), 'Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi, dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yes Delivery di Plosokandang Tulungagung' Unpkediri Vol. 01 No. 07 pp.3, diakses 1 Oktober 2021 [http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file\\_artikel/2017/d65325b80a8ea956b2d93c6040e06cc3.pdf](http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/d65325b80a8ea956b2d93c6040e06cc3.pdf)
- Rangkuti, F. (2017), *Customer care excellence: meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelayanan prima plus analisis kasus jasa raharja*. Edisi 1, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. [https://www.academia.edu/37975836/Analisis\\_Break\\_Even\\_Point\\_BEP\\_pada\\_PT\\_Sumber\\_Alfaria\\_Trijaya\\_Tbk\\_Cabang\\_Payaraman\\_Ogan\\_Iilir](https://www.academia.edu/37975836/Analisis_Break_Even_Point_BEP_pada_PT_Sumber_Alfaria_Trijaya_Tbk_Cabang_Payaraman_Ogan_Iilir)

##### Sumber Website:

- Badan Pusat Statistik (2020), *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia: Berdasarkan Hasil Susenas Maret 2020*, diakses 11 Juli 2022 <https://www.bps.go.id/publication/2020/11/02/2d7c91e53ab840a301689f34/pengeluaran-untuk-konsumsi-penduduk-indonesia-maret-2020.html>
- Badan Pusat Statistik (2021), *Ekonomi Indonesia Triwulan III 2021 Tumbuh 3,51 Persen (y-on-y)*, diakses 11 Juli 2022 <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1814/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2021-tumbuh-3-51-persen--y-on-y-.html>
- Badan Pusat Statistik (2021), *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia: Berdasarkan Hasil Susenas Maret 2021*, diakses 14 Juli 2022 <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/29/b4d4f654fc44dee98f389171/pengeluaran-untuk-konsumsi-penduduk-indonesia--maret-2021.html>
- Badan Pusat Statistik (2021), *Statistik E-Commerce 2021*, diakses 18 Juli 2022 <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>

Instansi Bisnis dan Informatica Kwik Kian Gie

Bi.go.id (2022), *target inflasi*, diakses pada 20 Juli 2022 <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/target-inflasi.aspx>

Haryono,E. (2021), *BI Proyeksikan Pertumbuhan Ekonomi 4,7-5,5% Tahun 2022*, diakses 23 Juli 2022, [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2331221.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2331221.aspx)

Ojk.go.id (2008), *Batasan Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar menurut Undang- Undang No.20/2008*, diakses pada 23 Juli 2022 <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>

Kemenkeu.go.id (2021), *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan 2021*, diakses 25 Juli 2021

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan> Money.Kompas (2021), *Cek daftar diakses pada 27 Juli 2022* <https://money.kompas.com/read/2021/11/17/103203626/cek-daftar-kenaikan-ump-jakarta-dari-tahun-ke-tahun?page=all>

BCA (2021). *Tahapan Gold. Diambil 28 Juli 2022, dari* <https://www.bca.co.id/en/Individu/produk/simpanan/Tahapan-Gold>

**Sumber Undang-Undang:**

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2007. *Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*, Lembaran Negara RI Tahun 2021, No. 246. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 1984. *Undang-Undang No. 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian*, Lembaran Negara RI Tahun 2021, No. 22. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Lembaga Negara RI Tahun 2003, Sekretariat Negara. Jakarta.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



**PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA**

**C Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Disetujui oleh terima dari  
Nama Mahasiswa / I : Ebo Garnat Arasantana  
NIM : 79180148 Tanggal Sidang : 18 April 2023  
Judul Karya Akhir : RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA "LUMPIASEMA  
RANG BGR" DI BOGOR  
Jakarta, 03 / Mei 20 23  
Mahasiswa/I Ebo Garnat Arsa  
Penyambung  
(Salam Fadillah Alzah S-ST, M.A.)

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.