**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA RITEL “HOME MART”**

**DI PALEMBANG, SUMATERA SELATAN**

**Steven A Gracia**

**Brastoro, Drs., M.M.**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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

**Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971**

**ABSTRAK**

Steven A Gracia / 73150544 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Ritel “Home Mart” di Palembang, Sumatera Selatan / Dosen Pembimbing: Brastoro, Drs., M.M.

Home Mart merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang ritel modern dengan konsep bisnis yaitu supermarket. Home Mart menjual berbagai macam bahan bangunan dan perlengkapan. Home Mart terletak di Jl. Kopral Anwar,Kenten, Palembang, Sumatera Selatan.

Home Mart memiliki visi menjadi tempat pusat ritel terbaik bagi para konsumen dengan berorientasi selalu kepada pemenuhan kebutuhan masyarakat akan bahan bangunan dan perlengkapan rumah mereka. Home Mart juga memiliki misi yaitu menyediakan produk yang berkualitas, lengkap, dan terjangkau, selalu menghadirkan pelayanan yang terbaik, terus mengalami perkembangan lewat inovasi dan teknologi.

Produk yang dijual oleh Home Mart merupakan kebutuhan masyarakat akan bahan-bahan bangunan dan perlengkapan rumah mereka. Jenis produk yang ditawarkan seperti semen, cat, paku, alat listrik, engsel pintu, pegangan pintu, obeng, fasilitas kebersihan dan alat elektronik lainnya.

Untuk dapat bersaing maka dibutuhkan strategi pemasaran. Strategi yang dipakai ialah dengan menggunakan slogan usaha yaitu “*just build it*” untuk meningkatkan brand Home Mart serta strategi pemasaran *direct selling*.

Sumber daya manusia sangat diperlukan untuk menjalankan usaha serta kegiatan operasional. Pada saat ini Home Mart berencana memperkerjakan 12 orang termasuk direktur.

Investasi awal yang dibutuhkan oleh Home Mart sebesar Rp. 1.186.999.000, yang digunakan untuk biaya sewa, peralatan, perlengkapan, gaji, kas awal, renovasi, kendaraan, biaya perizinan, dan pembelian bahan baku.

Hasil analisis keuangan menunjukkan BEP nilai penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV didapat sebesar Rp. 1.280.488.078,24. PI sebesar 1,078 dan *Payback Period* selama 1 tahun 10 bulan 4 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisia kelayakan keuangan tersebut adalah Home Mart layak dijalankan.

**PENDAHULUAN**

**Konsep Bisnis**

Home Mart merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang ritel modern dengan konsep supermarket bangunan. Dengan prinsip harga yang murah dan belanja lebih nyaman, menjadikan bisnis ritel berkonsepkan supermarket ini menjadi daya tarik dalam industri ritel modern. Konsep bisnis ini dibuat untuk memudahkan konsumen berbelanja dalam satu tempat dengan menyediakan keragaman produk yang bahan bangunan dan perlengkapan rumah yang bervariasi dan dengan harga terjangkau.

**Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi : tempat pusat ritel terbaik bagi para konsumen dengan berorientasi selalu kepada pemenuhan kebutuhan masyarakat akan bahan bangunan dan perlengkapan rumah mereka, pelayanan terbaik serta kenyamanan konsumen dalam berbelanja.
2. Misi:
3. Menyediakan produk-produk berkualitas dengan pilihan yang lengkap & terbaru dengan harga yang terjangkau.
4. Menghadirkan pelayanan yang unggul dangan bersikap ramah, baik dan sopan santun kepada konsumen.
5. Terus mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik lagi dalam segi operasional lewat inovasi dan teknologi.

**Peluang Bisnis**

Kebutuhan akan bahan bangunan dan perlengkapan rumah juga akan selalu ada. Perumahan maupun gedung tempat tinggal merupakan kebutuhan manusia yang akan selalu ada dari waktu ke waktu, adanya kenyataan ini membuat bisnis material akan selalu dibutuhkan keberadaannya. Hal ini menyebabkan Home Mart yang menyediakan berbagai kebutuhan konsumen dengan konsep ritel modern ini memiliki prospek yang sangat baik.

**Kebutuhan Dana**

**Rincian Kebutuhan Dana Usaha Home Mart**



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

**Rencana Alur Produk**

**Alur pembelian produk di toko**

Konsumen datang ke Home Mart

Karyawan Home Mart menyapa dan melayani konsumen

Konsumen memilih produk di rak produk dan membawa ke kasir

Kasir menghitung jumlah pembelian yang dibawa oleh konsumen

Kasir membungkus produk kedalam plastik belanjaan

Konsumen melakukan pembayaran dan produk telah diterima oleh konsumen

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Teknologi dan peralatan merupakan hal yang berperan penting dalam bisnis agensi media sosial. Teknologi dapat mempermudah proses kerja dan menghemat waktu pekerjaan. . Kegunaanya juga sangat beragam seperti menjadi alat komunikasi, alat transportasi, dan peralatan lainnya. Berikut adalah kebutuhan peralatan untuk mendukung kegiatan operasional Home Mart:

1. Internet

Teknologi internet menghubungkan Home Mart dengan dunia digital atau bisa dikatakan menghubungkan Home Mart dengan para pelanggan. Jaringan internet terdapat fitur yang dapat dimanfaatkan seperti:

1. Penggunaan internet banking untuk mendukung aktivitas keuangan Home Mart
2. Pemanfaatan jaringan internet yang dipakai manajemen untuk pemasaran dengan membuat katalog promosi atau hal promosi lainnya
3. Internet untuk diakses oleh para pelanggan
4. Telepon / *Smartphone*

Telepon atau smartphone digunakan sebagai alat komunikasi yang efektif untuk berhubungan dengan pemasok dan antar karyawan di Home Mart. Telepon juga berguna untuk menghubungkan toko dengan konsumen yang ingin menanyakan beberapa hal seputar produk atau mengenai toko Home Mart itu sendiri.

1. Meja kasir

Meja kasir digunakan untuk menyimpan mesin kasir serta untuk menyimpan barang yang sudah dipilih oleh konsumen untuk dibayar dan dibawa pulang setelah melakukan proses pembayaran di kasir.

1. Rak

Rak digunakan untuk memajang produk yang akan dijual agar keliatan rapi. Rak juga berfungsi memudah konsumen dalam mencari dan membeli produk-produk yang telah disediakan Home Mart.

1. *Filling Cabinet*

 Peralatan ini digunakan untuk menyimpan data-data seperti berbagai faktur pembelian dan faktur penjualan yang diarsipkan maupun seluruh kegiatan operasional yang dilakukan.

1. *Air Conditione*r (AC)

Home Mart menggunakan AC pada ruangan administrasi yang berada di lantai 3 toko berjumlah 1 buah, hal ini guna menunjang kenyamanan manajemen Home Mart dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari. Sedangkan pada lantai tempat konsumen berbelanja Home Mart akan menyediakan 6 buah AC. AC yang dipakai merupakan AC dengan performa cukup baik dan ber-merk Panasonic .

1. Printer

Peralatan printer yang digunakan bermerk Cannon dengan tipe G3010. Printer ini digunakan oleh bagian administrasi dan bagian gudang Home Mart dan dibutuhkan 1 buah.

1. Motor Operasional

Motor operasional yang dipilih adalah kendaraan motor beroda tiga merk Viar tipe New Karya 150 B. kendaraan ini digunakan untuk segala keperluan operasional Home Mart dan pengiriman barang kepada pelanggan dengan ketentuan minimal pembelanjaan diatas Rp. 500.000,- dan radius pengiriman maksimal 20 Km. Kendaraan ini seharga Rp. 30.000.000 dengan daya angkut sampai 377 Kg dan kapasitas bahan bakar mencapai 12,5 Lt. Sehingga kendaraan ini dipilih oleh Home Mart untuk membantu kegiatan usaha.

1. Kamera Pengawas dan Monitor (CCTV)

Home Mart akan menggunakan kamera pengawas atau *closed circuit television* (CCTV) untuk membantu kegiatan operasional dan menghindari aktivitas yang merugikan banyak pihak. Home Mart berencana memasang 8 kamera pengawas dengan merk Hikvision Turbo yang memiliki kelengkapan yang baik dan jasa pasang dengan harga Rp 6.000.000,-.

Berikut adalah kebutuhan teknologi untuk mendukung kegiatan operasional Home Mart:

1. *Software*

Penggunaan perangkat dilakukan untuk menunjang proses yang berlansung pada Home mart seperti adanya sistem *barcode,* memudahkan melihat stock barang, pembuatan laporan keuangan toko, dan lain-lain. Oleh sebab itu, pihak Home Mart akan memakai sistem digital untuk mempermudah proses pekerjaan Home Mart. Sistem yang dipakai merupakan sistem yang berkelas sedang yang mampu mengerjakan beberapa hal penting seperti yang telah dijelaskan.

1. PC/ *Notebook*/ *Laptop*

Peralatan komputer dan laptop digunakan unutk menunjang kegiatan adminisratif seperti penyimpanan data perusahaan, pembuatan dokumen, penyimpanan pembelian, pencatatan, alat komunikasi dengan para konsumen dan yang lainnya. Peran dari komputer atau laptop sangat penting bagi operasional Home Mart, maka penulis memutuskan sebagai awal bukanya usaha untuk memiliki 2 buah komputer dan 1 buah laptop dengan spesifikasi produk yang baik dan merk untuk komputer ialah komputer Hp dan laptop Asus.

1. Peralatan lengkap mesin kasir

Mesin kasir digunakan untuk mempermudah menghitung belanjaan konsumen agar transaksi dilakukan secara efektif, peralatan kasir meliputi mesin kasir, alat menginput barcode barang peralatan ini digunakan untuk melakukan proses scan barcode pada produk agar produk yang dibeli pelanggan tersebut dapat terbaca dalam sistem yang ada, printer yang akan digunakan pada bagian kasir guna dapat mencetak nota pembelian saat pelanggan berbelanja. Home Mart akan menyediakan 3 set peralatan lengkap tersebut.

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

1. **Advertising**

Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, atau dalam bentuk poster (benuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis. *Advertising* yang dilakukan oleh Home Mart adalah dengan memasang poster dijalan dalam radius beberapa kilometer dari lokasi Home Mart agar masyarakat mengetahui bahwa terdapat pusat belanja yang dapat memenuhi kebutuhan bahan bangunan mereka yang terdekat dari situ, serta membagikan brosur promosi setiap bulannya di sekitar komplek perumahan warga dan tempat-tempat rumah makan.

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. Cara Home Mart melakukan promosi penjualan ini adalah dengan memasang berbagai plang promosi bulanan pada bagian atas kasir pada umumnya agar dapat dilihat oleh konsumen serta ada tanda-tanda potongan pembelain pada produk yang sedang diskon. Strategi dengan mengadakan katalog promosi setiap bulannya juga dilakukan oleh Home Mart sebagai strategi peningatan promosi penjualan.

**Organisasi**

Rencana jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh Home Mart dalam menjalankan kegiatan operasional ialah sebanyak 12 orang, yang meliputi beberapa jabatan yaitu seorang direktur, 1 orang kepala toko yang menjadi pengelola umum, 3 orang kasir, 4 orang pramuniaga, dan 3 orang logistik atau pergudangan.

**Keuangan**

**Kesimpulan Analisis Kelayakan Usaha**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Instrumen Analisis** | **Batasan Minimal** | **Hasil Analisis** | **Keterangan** |
| **Break Event Point** | Penjualan > nilai BEP | Penjualan pertahun > BEP pertahun | Layak |
| **Net Present Value** | >0 | Rp 1.280.488.078,24 | Layak |
| **Profitability Index** | >1 | $$1.078$$ | Layak |
| **Payback Period** | <5 tahun | 1 tahun 10 bulan 14 hari | Layak |

**Pengendalian Resiko**

**1. Faktor Internal**

1. Meminta *feedback* dari para karyawan

Pelaksanaan umpan balik merupakan proses penting dalam perusahaan, hal ini akan dilaksanakan oleh pihak Home Mart. Home Mart akan meminta *feedback* dari para karyawan setiap satu bulan sekali dengan tujuan pencapaian kepuasan karyawan dalam bekerja dan mengetahui mengenai pendapat karyawan terhadap Home Mart selama bekerja. Kemudian Home Mart akan meninjau pendapat dari karyawan berdasarkan hasil dari *feedback* tersebut. Pelaksanaan ini akan dibantu oleh sejumlah staff dalam melakukan evaluasi dan diharapkan mampu mengurangi tingkat *turn over* karyawan.

1. Melakukan pelatihan pada karyawan

Sebelumnya Home Mart akan melakukan proses seleksi karyawan yang ketat dalam memilih karaywan yang bekerja. Kemudian karyawan diberikan pelatihan terlebih dahulu sebelum bekerja. Pelatihan yang diberikan merupakan pelatihan yang sesuai dengan bidang masing-masing karyawan seperti cara menangani konsumen yang datang, cara memberikan pelayanan, pemeliharaan aset usaha, cara penggunaan teknologi operasional yang baik dan benar serta pelatihan lainnya yang dirasa perlu bagi para karyawan.

1. Melakukan pemasaran yang lebih menarik

Pemasaran akan ditingkatkan untuk menarik minat konsumen dan bersaing dengan para kompetitornya dengan cara mengeluarkan strategi yang lebih menarik dan sesuai dengan lingkungan masyarakat. Home Mart akan terus melakukan pemasaran demi menjangkau konsumennya dengan menggunakan perkembangan teknologi yang ada. Seperti promosi dilakukan melalui internet, melalui perkembangan web, inovasi potongan harga denga kupon online yang bekerja sama dengan penyedia kupon online dan kedepannya menciptakan aplikasi yang memudahkan konsumen dalam berbelanja serta terus melakukan promosi setiap harinya di berbagai media sosial dan juga promosi pada saat terdapat *event* tertentu.

1. Mengantisipasi ketidakjujuran pihak internal

 Resiko ini diatasi dengan pemasangan CCTV untuk mengawasi aktivitas karyawan dalam bekerja serta membangun relasi yang baik dengan para karyawan. Selain itu, segala jenis transaksi akan diarsip secara digital oleh pihak Home Mart.

1. **Faktor eksternal**
2. Mengawasi para pesaing

 Pesaing harus selalu diawasi setiap saat baik strategi yang digunakannya dalam merebut pasar. Pengawasan dilakukan terhadap pesaing lama maupun pesaing baru yang memiliki potensi dalam merebut pasar. Melalui pengawasan yang dilakukan maka Home Mart dapat mencari dan merencanakan strategi untuk menghadapi konsumen.

1. Mengantisipasi kecurangan

Dalam mengatasi masalah kecurangan transaksi dengan pihak pemasok, Home Mart akan melakukan arsip data pembelian barang, nota pembelian barang yang dibeli akan direkapitulasi agar tidak terjadi pembayaran ganda, serta Home Mart akan membuat perjanjian tertulis dengan pemasok yang harus ditandatangani kedua belah pihak apabila terjadi keterlambatan pengiriman barang atau terjadi kekurangan dalam pengiriman barang yang dipesan.

1. Melakukan cek ulang dan retur

Ketika barang yang telah dipesan oleh Home Mart sampai, maka akan dilakukan pengecekan ulang di setiap produk yang telah dipesan apakah terjadi kerusakan atau tidak. Bagian ini dilakukan oleh pihak gudang Home Mart bersama kepala toko dan disaksikan oleh pihak pengirim. Bila terjadi kerusakan pada produk yang dipesan setelah pengecekan ulang maka barang akan disimpan oleh Home Mart serta dicatat oleh bagian gudang bahwa terjadi kerusakan serta kepala toko membuat laporan kerusakan barang saat diterima kepada pihak pengirim dan barang dikirim kembali.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. **Buku dan Jurnal**

David, Fred R. dan Forest R. David (2015), *Strategic Managemen: Concepts and Cases*, Edisi 15, Global Edition, New Jersey : Peason Education.

Dessler, Gary (2015), *Human Resources Management*, Edisi 14, Harlow: Pearson Education Limited.

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

Gitman, Lawrence J., Chad J. Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, Pearson Education.

Heizer, Jay, Barry Render, Chuck Munsion (2017), *Operations Management: Sustainbility and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, Pearson Education.

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2014), *Principles Of Marketing*, Edisi 14, Global Edition, New Jersey: Pearson Education.

Keller Kevin Lane (2013), *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Edisi 4, Global Edition, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Shimp, Terence A dan J. Craig Andrew (2013), *Integreted Marketing Comunication: Advertising, Promotion, and other aspect,* Edisi 9, International Edition, South Western : Cengage Learning.

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2016), *Principles Of Marketing*, Edisi 16, Global Edition, United States : Pearson Education.

Robbins, Stephen P., Mary Coulter (2014), *Management*, Edisi 12, Global Edition, Pearson Education.

1. **Peraturan Pemerintah dan Undang-Undang**

Republik Indonesia (2008). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM Bab 1 Pasal* . Sekretariat Negara Jakarta.

Republik Indonesia (2013). *Peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia pasal 1 nomor 3 tahun 2013 tentang penertiban surat izin usaha perdagangan dan tanda daftar perusahaan.* Seketariat Negara Jakarta.

Republik Indonesia (2003). *Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 pasal 1 tentang Ketenagakerjaan*, Lembaran Negara RI Tahun 2003*.* Seketariat Negara Jakarta.

Republik Indonesia (2016). *Peraturan ketenagakerjaan Republik Indonesia nomor 6 tahun 2016 tentang tunjangan hari raya keagamaan bagi pekerja di perusahaan,* Lembaran Negara RI Tahun 2008*.* Seketariat Negara Jakarta.

Republik Indonesia (2003). *Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 pasal 90 ayat 1 tentang Ketenagakerjaan*, Lembaran Negara RI Tahun 2003*.* Seketariat Negara Jakarta.

Republik Indonesia (2018). *Peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 23 tahun 2018 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima.* Berita Negara RI Tahun 2018.

Republik Indonesia (2008). *Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 17 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima.* Sekertariat Negara Jakarta.

1. **Internet**

Dosen ekonomi (2016), *Macam–Macam Bentuk Kepemilikan Usaha*, diakses pada 1 Maret 2019. <https://dosenekonomi.com/bisnis/bentuk-kepemilikan-bisnis>

Ojk.go.id (2008), *Batasan usaha mikro, kecil, menengah, dan besar menurut Undang-undang No.20/2008*, diakses pada 1 Maret 2019. [https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/UndangUndang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro,%20Kecil,%20dan%20Menengah.pdf](https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/UndangUndang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro%2C%20Kecil%2C%20dan%20Menengah.pdf)

Badan Pusat Statistik Kota Palembang (2015), *Tingkat Pertumbuhan Penduduk di Kota Palembang*, diakses pada 18 Maret 2019. <https://palembangkota.bps.go.id/dynamictable/2015/12/17/30/jumlah-penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-menurut-kecamatan-di-kota-palembang-2013-2014.html>

Badan Pusat Statistik Kota Palembang (2018), *Laju Pertumbuhan PDRB Kota Palembang Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha Tahun 2015-2017*, diakses pada 18 Maret 2019. https://palembangkota.bps.go.id

Badan Pusat Statistik Kota Palembang (2018), *Pertumbuhan Ekonomi di Kota Palembang*, diakses pada 19 Maret 2019.<https://palembangkota.bps.go.id/>

CNBC Indonesia (2019), *Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Stagnan di Tahun 2019*, diakses pada 18 Maret 2019. [https://www.cnbcindonesia.com/market/20190404125718-17- 64606/proyeksi-adb-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-stagnan-di-2019](https://www.cnbcindonesia.com/market/20190404125718-17-%20%2064606/proyeksi-adb-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-stagnan-di-2019)

CNBC Indonesia (2019), *Transaksi E-commerce RI 2018 Capai 77 Triliun, Lompat 151%*, diakses pada 19 Maret 2019. <https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20190311101823-37-59800/wow-transaksi-e-commerce-ri-2018-capai-rp-77-t-lompat-151>

 Badan Pusat Statistik Kota Palembang (2015), *Jumlah Keluarga Pra Sejahtera dan Keluarga Sejahtera di Kota Palembang Tahun 2014*, diakses pada 19 Maret 2019.<https://palembangkota.bps.go.id/dynamictable/2015/12/22/40/jumlah-keluarga-pra-sejahtera-dan-keluarga-sejahtera-di-kota-palembang-tahun-2014.html>

Info Publik Indonesia (2019), *Upah Minimum Kota Palembang Tahun 2019*, diakses pada 10 Juli 2019. <http://infopublik.id/kategori/nusantara/315437/umk-palembang-2019-ditetapkan-rp2-9-juta>

*Tarif* *Air,* Pamjaya.com, diakses pada 12 Juli 2019. [www.pamjaya.co.id](http://www.pamjaya.co.id)/pages/info-pelanggan/tarif-air-minum

*Pembatalan Biaya Administrasi Pajak STNK*, Kompas.com, diakses pada 12 Juli 2019. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/22/123706726/ma-batalkan-biaya-administrasi-jadi-berapa-perhitungan-pajak-stnk>

*PPh Pasal 17 Penjelasan Tarif dan Perhitungannya*, Cermati.com, diakses pada 23 Juli 2019. <https://www.cermati.com/artikel/pph-pasal-17-penjelasan-tarif-dan-perhitungannya>

*Pengertian Peredaran Bruto*, Wibowopajak.com, diakses pada 23 Juli 2019. <http://www.wibowopajak.com/2012/02/pengertian-peredaran-bruto-wajib-pajak.html>

*Poin Penting dalam PP No.23 Tahun 2018 Tentang PPh Final*, Onlinepajak.com, diakses pada 23 Juli 2019. <https://www.online-pajak.com/7-poin-penting-dalam-pp-232018-tentang-pph-final-05>

CNBC Indonesia (2019), *Besaran Bunga Kredit Deposito Bank Terbaru, diakses pada 28 Juli 2019*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190524130251-17-74861/ini-besaran-bunga-kredit-deposito-bank-terbaru>