



# RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA RETAIL ALAS KAKI

## “MICHAEL SHOES” DI DEPOK

Michael Stevanus Sirait

Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E.

Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl.  
Yos Sudarso Kav 85 No.87, Jakarta 14350

[michaelstevanus1122@gmail.com](mailto:michaelstevanus1122@gmail.com)

### ABSTRAK

Michael Shoes merupakan usaha *retail* dan bergerak dalam penjualan alas kaki dan memberikan pilihan produk alas kaki dengan harga dan murah dan terjangkau, kepada masyarakat menengah kebawah hingga menengah di kawasan Citayam sampai Depok. Selain menjual retail alas kaki Michael Shoes dan berjasa untuk mengurangi jumlah dari potensi limbah industri dengan cara memanfaatkan dan menjual kembali produk dan tidak dapat atau tidak layak dijual oleh produsen. Produk dan dijual oleh Michael Shoes diantara lain adalah sepatu dan terdiri dari sepatu untuk aktivitas formal, informal, hingga olah raga. Selain itu dan ada varian sandal dan disediakan untuk menambah produk supstitusi. Usaha retail Michael Shoes ini memiliki persaingan sempurna dan memiliki pesaing potensial sebagai tolak ukur dalam melihat peluang dan potensi dan ada dipasar, pesaing dan dimaksud adalah pelaku usaha retail alas kaki di sekitar Depok dan toko retail alas kaki di dalam pasar Citayam itu sendiri.

Kata kunci: bisnis retail, alas kaki, target market

### ABSTRACT

*Michael Shoes is a retail business and is engaged in selling footwear and providing a choice of footwear products at low and affordable prices, for middle to lower to middle class people in the Citayam area to Depok. In addition to selling the Michael Shoes footwear average and contributing to reducing the amount of potential industrial waste by utilizing and reselling products that cannot or are not suitable for sale by manufacturers. Products sold by Michael Shoes include shoes and consist of shoes for formal, informal and sports activities. In addition, there are variants of sandals and are provided to add supplementary products. Michael Shoes retail business has perfect competition and has potential competitors as a benchmark in seeing opportunities and potential and there are in the market, competitors and referred to are footwear retail businesses around Depok and footwear retail stores in the Citayam market itself.*

**Keywords:** retail business, footwear ,and target market.



## I. Pendahuluan

Komoditas alas kaki kini dapat dikatakan tidak lagi menjadi menjadi barang kebutuhan inferior melainkan komoditas ini dapat menjadi barang kebutuhan superior. Seperti halnya busana, alas kaki kini telah memiliki beragam model fashion dan beredar di pasar. Tidak hanya model fashion alas kaki wanita saja dan kini memiliki banyak model, melainkan alas kaki untuk pria kini dan berkembang menjadi banyak model seperti model sepatu boots, pantofel, sneakers, loafers dan derby. Hal inilah yang menjadi ide dasar bisnis toko retail Michael Shoes untuk memperoleh peluang bisnis di kota Depok.

Keunggulan bersaing dari Michael Shoes antara lain adalah lini produk dan luas dari berbagai merek bauran produk dan terdiri dari berbagai lini produk. Bauran produk dapat disebut dan sebagai gabungan macam produk dan terdiri dari sekumpulan semua lini produk dan item dan ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Banyak produk dari berbagai merek ditawarkan oleh Michael Shoes diantaranya dari merek lokal seperti ardiles, proatt, new three-second. Selain merek lokal dan sudah eksis dan terkenal

### A. Konsep bisnis

Michael Shoes adalah bisnis retail alas kaki yang menjual berbagai macam produk alas kaki yang didominasi oleh sepatu dan sandal dengan harga yang lebih murah dari pada pesaing sejenis.

### B. Visi dan Misi

#### 1. Visi

“menjadi yang terdepan dalam Memberikan semua orang produk

alas kaki yang baik dan berkualitas dengan harga terjangkau pada 2036”

#### 2. Misi

1. Mengatasi permasalahan konsumen mengenai produk yang memiliki harga yang tinggi
2. Menyerap tenaga kerja bagi masyarakat sekitar
3. Mengurangi dampak dari sampah industri alas kaki
4. Menjadi pemimpin pasar baik domestik dan mancanegara

### C. Besarnya Peluang Bisnis

Segmentasi pasar Michael Shoes dapat didefinisikan bahwa segmentasi pasar merupakan strategi membagi berbagai kelompok pembeli dan mempunyai perbedaan berdasarkan kebutuhan dasar, karakteristik dan perilaku dan berbeda-beda dalam satu pasar Menurut Limakrisna & Purba (2017: 40).

Michael Shoes memiliki target pasar dan khusus, jawabnya adalah tidak, karena Michael Shoes menyediakan dan menjual semua kebutuhan alas kaki baik untuk laki-laki ,perempuan, orang tua, bahkan sampai generasi muda semua disediakan oleh Michael Shoes.

Kota Depok menjadi lokasi dimana Michael Shoes berdiri dikarenakan jumlah penduduk dan padat dengan jumlah penduduk Depok ditahun 2020 sebanyak 2.484.186 jiwa (sumber jumlah penduduk Depok 2020 BPS) dan menjadi kota satelit Jakarta, kota satelit sendiri merupakan kota dan terletak di

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.



pinggir atau berdekatan dengan kota besar dan secara ekonomi, sosial, administrasi dan politis tergantung pada kota besar itu (menurut Gede Budi: 2018).

#### D. Kebutuhan Dana

Berdasarkan kebutuhan dana yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha retail alaskaki Michael Shoes adalah sebesar Rp103.044.083.

### II. Rencana Produk, Kebutuhan, Operasional, dan Manajement

#### A. Rencana Alur Produk

Berawal dari produk yang akan dijual kembali dari supplier, Michael Shoes pembelian produk setelah melewati proses seleksi dan pengecekan produk yang terpilih akan dijual ditoko fisik yang akan dilayani langsung oleh staff dan penjualan secara *online* akan dilayani secara daring oleh staff Michael Shoes. Produk yang sudah ingin dibeli oleh konsumen terlebih dahulu dilakukan pengecekan untuk mengurangi kesalahan dan mengerahui kualitas rodok yang diberikan kepada konsumen.

#### B. Rencana Alur Pembelian Tersediaan

Produk yang dibeli oleh Michael Shoes adalah produk an ditawarkan oleh supplier atau pihak pabrik langsung, dan melakukan pembayaran secara tunai ketika produk sampai di lokasi toko.

#### C. Rencana Kebutuhan Teknologi dan peralatan

Menjalankan usaha ini perlunya teknologi untuk menunjang dan mempermudah pekerjaan di toko.

Teknologi dan peralatan yang digunakan antara lain adalah:

1. Laptop
2. Smart phone
3. Japitan pastik
4. Hook ram
5. CCTV
6. Meja kasir
7. Kipas angin

### III. Strategi Bisnis

#### A. Segmentasi

##### 1. Segmentasi Geografis

Berdasarkan geografis Michael Shoes memiliki lokasi di jalan Citayam no.70, pemilihan lokasi karena lokasi ini berada di tengah pemukiman penduduk pondok terong dan padat sekitar 250.000 data BPS 2020. 7 sekolah dalam radius 2 km toko, mulai dari madrasah, SD, SMP, hingga SMA. Sumber (www. BPS penduduk Citayam, Depok 2020).

##### 2. Segmentasi Demografis

Michael Shoes menargetkan konsumen pada kategori anak dengan rentang usia 6-10 tahun, remaja dengan rentang usia 11-20 tahun, dewasa dengan rentan usia 21-45 tahun dan lansia dan berumur lebih dari 45 tahun. Dengan pekerjaan dan dimulai dari pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, hingga pekerja bisa menentukan keinginannya sendiri produk apa dan mereka inginkan dan butuhkan, dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan Lalu untuk komposisi keluarga dengan sasaran di semua status, mulai dari lajang atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institusi 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.



belum menikah, pasangan muda tanpa anak, pasangan muda dengan anak, dewasa tanpa status pernikahan, dewasa dengan status pernikahan, hingga lainnya.

### 3. Segmentasi Psikografis

Michael Shoes menyoar pada segmentasi pasar dan memiliki pendapatan rendah sampai menengah dimana mereka diharuskan memenuhi kebutuhan dengan harga dan pas, Michael Shoes datang dengan produk dan memiliki harga rendah dan cocok dengan konsumen dengan pendapatan rendah menengah, sehingga dana dan harus dikeluarkan konsumen tidak besar dan dana tersebut dapat dialokasikan untuk kebutuhan lain.

#### D. Produk

Dalam menjual produk Michael Shoes membuat paket harga diantara lain adalah: paket a samapai dengan paket h dengan rentan harga 35.000 rupiah sampai dengan 250.000 rupiah. Produk yang dijual adalah alaskaki yang terdiri dari sepatu dan sandal

#### E. Penetapan Harga

metode yang digunakan oleh Michael Shoes adalah *Customer Value – Based Pricing*. Michael Shoes memilih menggunakan metode ini agar mampu bersaing dan menandingi para pesaing sejenis. Karena dengan metode ini Michael Shoes akan menawarkan harga dibawah para pesaingnya tetapi tetap memperhatikan kualitas dan

#### F. Saluran Distribusi

### B. Targeting

Michael Shoes menargetkan konsumen dengan penghasilalan dibawah sampai dengan menengah di daerah Citayam, dengan rentan usia 6 tahun samapi dengan lansia yang membutuhkan alaskaki.

### C. Positioning

Michael Shoes memiliki positioning sebagai usaha retail alaskaki dengan harga yang terjangkau dan menyediakan hampir semua kebutuhan konsumen dari berbagai kalangan dengan harga dan terjangkau, dengan kualitas produk dan baik. Sehingga memberikan kesan *dan* baik dan penilaian dan berbeda dengan toko retail sejenis.

Michael Shoes masuk kedalam *three Level Channel* dimana terjadi pergerakan produk dari Produsen ke Pedagang Besar disalurkan kepada Pengecer memberikan produk kepada Konsumen akhir. Saluran distribusi dua tingkat atau *three level channel* adalah saat pedagang besar membeli produk dari produsen dalam jumlah besar atau grosir, kemudian dikelompokkan menjadi paket-paket kecil dan menjualnya lagi ke pengecer dan nantinya akan disalurkan lagi ke konsumen atau pelanggan akhir.

### G. People

Michael Shoes akan selalu memperhatikan attitude karyawan dalam segala kondisi dan situasi, karena karyawan adalah wajah dari suatu perusahaan. Pengetahuan dan cara mereka mengkomunikasi tentang suatu produk dan pelayanannya perlu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



dioptimalkan *untuk* menambah kepuasan pelanggan.

#### H. *Process*

Proses disini meliputi bagaimana perusahaan melayani setiap pelanggan, mulai dari pelanggan melakukan pemesanan sampai akhirnya pelanggan mendapatkan apa dan diinginkan. Michael Shoes akan menyediakan kertas kuisioner untuk mengumpulkan *feedback* dari pelanggan dan nantinya dapat dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan kinerja Michael Shoes.

#### I. *Physical evidence* (Tampilan Fisik)

Tampilan tempat usaha dapat menjelaskan identitas perusahaan, tata letak atau desain interior dan eksterior dan baik dan dapat mempengaruhi suasana hati konsumen. Michael menyediakan kursi untuk *sejenak* istirahat dan mencoba produk ataupun konsultasi untuk konsumen dan datang. Bangku tersebut terletak ditempat dan mudah dilihat dan dijangkau agar konsumen tetap nyaman ketika berada Michael Shoes.

#### J. Strategi Promosi

##### 1. *Advertising* (Iklan)

Iklan atau *Advertising* adalah bentuk penyampaian dan pemasaran mengenai gagasan, produk, dan layanan melalui koran, radio, majalah, TV, bioskop, media *online*, atau dalam bentuk poster (pemasaran berbayar) dan ditempatkan di lokasi strategis. Pengiklanan dan dapat membentuk persepsi perusahaan dalam jangka waktu

dan lama. Pengiklanan dan dilakukan oleh Michael Shoes yaitu melalui sosial media dengan tujuan untuk menarik pelanggan. Untuk sosial media Michael Shoes yaitu melalui Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Michael Shoes dan menggunakan iklan berbayar untuk di *marketplace* yaitu Shopee dan Tokopedia.

##### 2. *Sales Promotion*

Promosi penjualan atau *sales promotion* merupakan sebuah upaya untuk meningkatkan respons pembeli dengan cepat dan bertujuan untuk meningkatkan permintaan konsumen. Di samping itu, promosi penjualan bisa dipakai untuk meningkatkan nama merek dan menarik perhatian konsumen untuk mencoba dan memahami lebih lanjut produk atau layanan dan ditawarkan. Penjualan dengan metode promosi penjualan dan efektif bisa meningkatkan penjualan dan menarik perhatian konsumen dengan memberikan penawaran istimewa seperti kupon diskon, hadiah langsung, hadiah dengan pembelian tertentu, program keanggotaan, dan penawaran paket hemat.

##### 3. *Personal Selling*

*Personal selling* merupakan strategi dan dilakukan oleh perusahaan melalui perwakilan penjualan untuk meyakinkan pelanggan dalam membeli produk tertentu. Dalam *personal selling*, seorang *sales* akan menggunakan kemampuan jualannya untuk mempengaruhi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



calon konsumen agar membeli produk tersebut. Selain itu, *personal selling* dan berfungsi untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan menjadi sumber pemasukan bagi perusahaan. Berdasarkan teori ini, Michael Shoes berkomunikasi langsung dengan calon pelanggan melalui *sales* dengan tujuan menunjukkan produk dan ditawarkan dan menjalin hubungan baik dengan konsumen. Ini merupakan teknik dan digunakan Michael Shoes untuk membangun hubungan dan interaksi dan baik dengan para pelanggan. Melalui interaksi informatif dan komunikatif akan membuat konsumen merasa diperhatikan, sehingga ada harapan untuk melakukan pembelian ulang jika strategi ini diterapkan dengan baik.

#### 4. Public Relation

*Public Relation* adalah proses mempertahankan citra baik dan membangun hubungan dan menguntungkan antara perusahaan dengan konsumen atau rekan bisnis. Strategi promosi ini memberikan informasi tentang bisnis, barang, atau layanan, serta mengelola kemungkinan masalah dan rumor dan mungkin tersebar melalui media massa. *Public Relation* bertujuan untuk menciptakan sebuah persepsi dan positif, meningkatkan reputasi dan baik, dan memperbaiki reputasi perusahaan dan menurun atau dianggap tidak baik oleh masyarakat. Michael Shoes akan senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kualitas

layanan kepada calon konsumen dan pelanggan, serta memberikan layanan dan terbaik agar pelanggan dan calon konsumen merasa puas dan memiliki pandangan baik terhadap Michael Shoes .

#### 5. Direct Marketing

Pemasaran langsung atau *direct marketing* adalah strategi promosi dan digunakan perusahaan untuk memperoleh respon atau umpan balik secara langsung dari konsumen. Selain itu, strategi ini bisa membantu perusahaan dalam berhubungan dan membangun relasi dan positif dengan pelanggan dan diinginkan. Dalam hal ini, pemasaran secara langsung dapat dilakukan dengan berbagai metode, seperti mengirimkan pesan secara online melalui platform media sosial dan menghampiri secara langsung untuk membagikan brosur, flyer atau kartu nama kepada calon pelanggan dan telah dipilih. Berdasarkan teori tersebut, untuk bisa tetap berinteraksi dengan pelanggan, Michael Shoes selalu melakukan kunjungan langsung ke toko untuk melihat kondisi pasar dan sedang terjadi untuk mendapatkan respon dari pelanggan serta memberikan kartu nama kepada pelanggan untuk mempermudah pelanggan ketika ingin mendatangi toko secara langsung atau memesan barang melalui telepon. Pelanggan dan dapat menghubungi Michael Shoes melalui whatsapp dan nomor telepon dan sudah tertera di kartu nama maupun media sosial untuk memesan

### 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

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.



barang atau menanyakan stock ketersediaan suatu produk.

## K Rencana Organisasi

Dalam menjalankan usaha ini Michael Shoes membutuhkan 3 orang tenaga kerja yang terdiri dari 1 orang manajer dan 2 orang staff, pembagian kerja dan ada semakin jelas dan fungsi tiap bidang divisi terbagi. Struktur tersebut kemudian dikembangkan untuk menentukan bagaimana perusahaan beroperasi dan mencapai tujuan

## L Rencana Keuangan

### a. Payback Period (PP)

*Payback Period* adalah metode untuk mengevaluasi jangka waktu kembalinya investasi awal dan dihitung dari arus kas masuk selama 2 Tahun 5 Bulan 13 hari.

### b. Net Present Value (NPV)

NPV atau Net Present Value adalah metode evaluasi dan paling sering *digunakan* perusahaan. NPV menghitung profitabilitas suatu investasi, apabila NPV positif ( $NPV > 0$ ) maka ada peningkatan kekayaan, dan apabila NPV negatif ( $NPV < 0$ ) maka sebaliknya. Dalam Michael Shoes NPV adalah 775.924.944 dinyatakan layak.

### c. Dari perhitungan *Profitability Index*

Michael Shoes dapat dilihat bahwa Michael Shoes mendapatkan PI sebesar 7,53 dimana angka tersebut lebih besar dibanding angka 1. Hal ini membuktikan bahwa investasi yang dilakukan ke Michael Shoes termasuk layak

## M. Pengendalian Resiko

Antisipasi yang dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi pada setiap bidang dalam usaha Michael Shoes. Bagian keuangan perlu adanya pengontrolan dan perhitungan yang lebih akurat agar tidak terjadi kesalahan dalam memasukan data penjualan dan pengeluaran. Pemasaran diharapkan mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitor dan merebut hati masyarakat. Peningkatan *quality control* barang dapat dilakukan dengan tujuan peningkatan kualitas produk dan meminimalisir produk cacat sampai ke tangan konsumen. Pelatihan sumber daya manusia yang harus dilakukan setiap waktu berkala untuk meningkatkan motivasi bekerja.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Teks

Arafah, Willy, Mutis, Thoby, Ramly, Mansyur, Zainal, Rivai (2018), *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Edisi 3, Depok : PT RajaGrafindo Persada.

Armstrong, Gary, Kotler, Philip (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, United Kingdom : Pearson Education Limited.

Asnawi, Said Kelana (2017), *Manajemen Keuangan*, Edisi 2,



Banten : Penerbit Universitas  
Terbuka.

Assauri, Sofjan (2015), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Cadle, James, Paul, Debra, Turner, Paul (2017), *Business Analysis Techniques*, Edisi 2, United Kingdom : BCS The Chartered Institute for IT.

Horan, Jim (2020), *The One Page Business Plan*, Edisi 7, United States of America : The One Page Business Plan Company.

Kim, W. Chan & Mauborgne, Renée (2017), *Blue Ocean Shift*, Edisi 1, United States of America : Hachette Book Group, Inc.

Krajewski, Lee J., Malhotra, Manoj K., Ritzman, Larry P. (2019), *Operations Management Processes and Supply Chains*, Edisi 12, United Kingdom : Pearson Education Limited.

Putra, P.P (2016), EVALUASI

BAURAN PROMOSI PADA

PERUSAHAAN INVYNIA,

Vol.1, no.5, E-ISSN 25274635,

diakses 23 Juli 2023,

[https://journal.uc.ac.id/index.ph](https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/338/307)

[p/performa/article/download/33](https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/338/307)

8/307 Website yang disertai

pengarang atau penulis

### Website yang disertai tanpa penulis

Dzulfaroh, A. Naufal (2022), *Rumus Perhitungan dan Batas Akhir Penetapan UMP dan UMK 2022*, kompas.com, diakses 7 Agustus 2023, [https://www.kompas.com/tren/read/2022/11/25/153000765/rumus-perhitungan-dan-batas-akhir-penetapan-ump-dan-umk-2022?page=all#:~:text=Rumus%20perhitungan%20UMP%202023&text=Sementara%20penyesuaian%20nilai%20upah%20minimum,tahun%20berjalan%20\(dalam%20persen\)](https://www.kompas.com/tren/read/2022/11/25/153000765/rumus-perhitungan-dan-batas-akhir-penetapan-ump-dan-umk-2022?page=all#:~:text=Rumus%20perhitungan%20UMP%202023&text=Sementara%20penyesuaian%20nilai%20upah%20minimum,tahun%20berjalan%20(dalam%20persen))

Mahdi, M Ivan (2022), *Berapa Jumlah UMKM di Indonesia?*, dataindonesia.id, diakses pada 9 November 2022, <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>

*Upaya Pemerintah Mengembangkan Ekonomi Kreatif 2022*, Kompas.com, diakses 5 Agustus 2023, <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/21/04000091/upaya-pemerintah-mengembangkan-ekonomi-kreatif#:~:text=Mengadakan%20Pelatihan%20Ekonomi%20Kreatif&text=Sehingga%20para%20pelaku%20usaha%20dapat,dengan%20baik%20dan%20tepat%20sasaran.&text=Peningkatan%20penggunaan%20teknologi%20melalui%20program,produk%20kreatif%20indonesia%20atau%20PPKI>

( sumber : <https://www.bps.go.id/indicator/13/383/2/suku-bunga-kredit-rupiah-menurut-kelompok-bank.html> )

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBI KKG (Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



**Undang-undang, Peraturan  
Pemerintah, Keppres, Keputusan  
Menteri, Surat Edaran Dirjen**

Republik Indonesia. 2003. *Undang -  
Undang No.13 tahun 2003 Bab  
1 pasal 1 ayat 2 Tentang  
Ketenagakerjaan.* Pemerintah  
Pusat. Jakarta

Republik Indonesia. 2003. *Undang -  
Undang No.13 tahun 2003  
pasal 79 ayat 2 huruf a jo.  
Undang - Undang Cipta Kerja  
No.11 tahun 2020 Tentang  
Ketenagakerjaan.* Pemerintah  
Pusat. Jakarta. (Gajimu.com.  
[https://gajimu.com/pekerjaan-  
yanglayak/jam-kerja/istirahat-  
kerja#:~:text=Setiap%20pekerj  
a%20berhak%20atas%20istirah  
at,No.%2011%20tahun%20202  
0](https://gajimu.com/pekerjaan-yanglayak/jam-kerja/istirahat-kerja#:~:text=Setiap%20pekerja%20berhak%20atas%20istirahat,No.%2011%20tahun%202020)). Diakses pada hari Minggu 5  
Februari Pukul 16.49

Republik Indonesia. 2008. *Undang -  
Undang nomor 20 tahun 2008  
Tentang Usaha Mikro, Kecil,  
dan Menengah* pasal 1.  
Pemerintah Pusat. Jakarta.

Peraturan Pemerintah Republik  
Indonesia No. 36 Tahun 2021  
Pasal 36.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah diterima dari

Nama Mahasiswa / I : Michael Stevanus Sibule

NIM : 7516203097 Tanggal Sidang : 6 September 2023

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Pendirian Usaha Retail Abas  
Kategori "Michael Shop" di Depok

Tanggal : 20 / 9 / 2023

Mahasiswa  
([Signature])

Pembimbing  
([Signature])

© Hak cipta milik IBIKKG (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 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.

