



**PENGEMBANGAN BISNIS
USAHA SHOWROOM “KAE
MOTOR”
DI JAKARTA UTARA**

Kalvin indarto

Dibimbing oleh Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A..
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara
Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971
72190046@student.kwikkiangie.ac.id

ABSTRAK

Kalvin Indarto/ 72190046/ 2023/ Pengembangan Bisnis *Showroom* KAE MOTOR/ Pembimbing: Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A.

KAE MOTOR adalah mendirikan usaha perdagangan didalam bidang *Showroom* jual dan beli motor dengan nama perusahaan KAE MOTOR. Perusahaan direncanakan akan memasarkan dan menjual motor bekas. dimana akan dilakukannya penjualan maupun pembelian motor bekas di dalam usaha ini.

Usaha KAE MOTOR memiliki visi yaitu “Menjadi *Showroom* motor bekas yang memberikan pelayanan terbaik dan kepercayaan bagi konsumen” serta rangkaian misi yang bantu merealisasikan pencapaian visi.

Dalam menjalankan usaha KAE MOTOR saat ini dioperasikan oleh tiga orang, diantaranya adalah manajer, staff marketing/sales dan staff *mechanic*. Maka akan merencanakan kedepannya penambahan staff.

Kebutuhan investasi awal KAE MOTOR adalah Rp. 109.150.000 untuk memulai usaha tersebut agar dapat mempersiapkan berbagai peralatan, perlengkapan, dan pemegang uang kas untuk membeli kebutuhan motor bekas dan lainnya. Menurut hasil *payback period* usaha ini mampu mengembalikan modal dalam jangka waktu

1 tahun 6 bulan 3 hari. Menurut hasil dari *net present value*, usaha ini memiliki nilai positif yaitu Rp. 238.705.575. Menurut hasil *profitability index*, usaha ini memiliki nilai yang menguntungkan yaitu 3,06.

Menurut hasil *break even point*, maka penjualan tahunan mampu melebihi dari total biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Dari perhitungan kelayakan usaha KAE MOTOR layak untuk dijalankan

Kata kunci: KAE MOTOR, Pengembangan Bisnis, Otomotif, Motor bekas, Jual beli motor, motor matik.



ABSTRACT

Kalvin Indarto/72190046/ 2023/ KAE MOTOR Showroom Business Development/ Advisor: Dr. Ir. Hisar Sirait,

KAE MOTOR is to establish a trading business in the field of Showroom selling and buying motorbikes with the company name KAE MOTOR. The company plans to market and sell used motorbikes. where sales and purchases of used motorbikes will be carried out in this business.

KAE MOTOR's business has a vision, namely "To become a used motorbike showroom that provides the best and most trusted service for consumers" as well as a series of missions that help realize the achievement of the vision.

In running the business, KAE MOTOR is currently operated by three people, including managers, marketing/sales staff and mechanic staff. Then will plan to add staff in the future.

KAE MOTOR's initial investment requirement is Rp. 109,150,000 to start the business in order to be able to prepare various tools, equipment, and manage cash to buy used motorbikes and other needs. According to the results of the payback period, this business is able to return capital within 1 year 6 month 3 days. According to the results of the net present value, this business has a positive value of Rp. 238.705.575. According to the profitability index results, this business has a profitable value of 3,06.

According to the results of the break even point, the annual sales are able to exceed the total costs, namely fixed costs and variable costs. From the calculation of business feasibility KAE MOTOR is feasible to run

Keywords: *KAE MOTOR, Business Development, Automotive, Used motorbikes, Buying and selling motorbikes, automatic motorbikes.*

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gi)
1. Dilarang mengutip, sebagian atau seluruh karya atau hasil penelitian ini tanpa mencantumkan sumber.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



I. Pendahuluan

A. Konsep Bisnis

Perencanaan bisnis ini di latar belakang oleh hobi akan kendaraan/otomotif, dan menyadari tingginya tingkat kebutuhan kendaraan yaitu berupa motor khususnya di daerah Jakarta.

B. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Visi dari *Showroom* KAE MOTOR tahun 2028 “Menjadi *Showroom* motor bekas yang memberikan pelayanan terbaik dan terpercaya bagi konsumen”.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan yang terbaik setelah *after sales*.
- 2) Menyediakan *stock* motor bekas yang berkualitas.
- 3) Memberikan harga jual yang terbaik.

C. Peluang Bisnis

Peluang usaha merupakan kesempatan yang tepat yang seharusnya dimanfaatkan bagi seorang wirausaha maupun calon wirausaha untuk meraup keuntungan. Tanpa kerja keras dan keberanian untuk mengambil resiko maka peluang yang ada hanya akan menjadi peluang yang terus menerus melayang tanpa menghasilkan apapun. Saat ini usaha untuk membuka *Showroom* motor bekas kian meningkat. Penulis dapat menemukan banyak *Showroom* dan penjualan motor bekas secara online. Bagi penulis saat ini adalah saat yang tepat untuk membuka usaha *Showroom* motor bekas seiring dengan meningkat nya permintaan terhadap motor bekas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber:
a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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



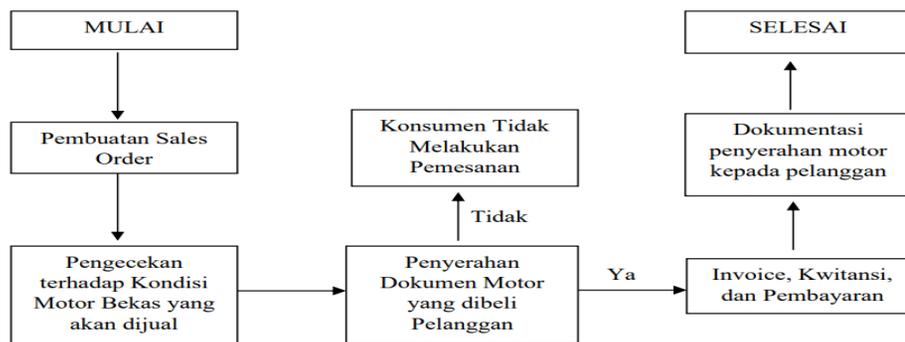
D. Kebutuhan Dana

Dana atau modal investasi diperlukan untuk merealisasikan sebuah rencana bisnis. Dana tersebut diklasifikasikan atas dasar aktiva tetap berwujud seperti tanah, bangunan, peralatan, dan lain sebagainya, aktiva tetap tidak berwujud seperti hak paten, lisensi, biaya pendirian, dan selain aktiva berwujud dan tidak berwujud dana kebutuhan juga termasuk di dalamnya adalah Kebutuhan dana awal yang di butuhkan oleh *Showroom* “KAE MOTOR” adalah sebesar Rp 109.150.000. dengan rincian untuk dana awal membeli *stock* motor bekas sebesar Rp 100.800.000, kas awal sebesar Rp 5.000.000, peralatan sebesar Rp 2.745.000, perlengkapan Rp 605.000.

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

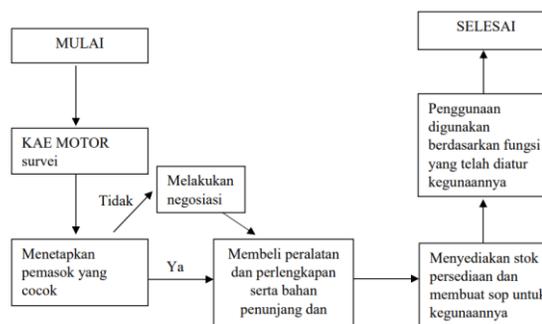
A. Rencana Alur Produk

KAE MOTOR merupakan usaha yang menjual motor bekas untuk digunakan oleh konsumen akhir (user). Pemesanan produk dari KAE MOTOR saat ini bisa dilakukan secara offline maupun online. Berikut adalah alur penjualan KAE MOTOR dari input sampai output. akan menjelaskan proses operasi dari konsumen melakukan pembelian sampai selesai yang dapat dilihat dibawah ini.



B. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Baku Persediaan

Dalam perencanaan alur pembelian dan penggunaan bahan persediaan, dijelaskan Langkah-langkah dalam mendapatkan bahan persediaan:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau cara lainnya 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 IBKGG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKGG.



C. Rencana Peralatan dan Perlengkapan

Dalam membangun sebuah usaha tentu akan memerlukan teknologi dan peralatan yang berfungsi sebagai pendukung usaha tersebut. KAE MOTOR pun menggunakan teknologi dan peralatan yang digunakan untuk menjalankan showroom motor ini. KAE MOTOR juga memperkirakan kebutuhan teknologi dan peralatan dalam 5 tahun tidak akan ada tambahan.

No	Nama peralatan	Harga	Jumlah unit	Total harga
1	Mesin poles	475.000	1	475.000
2	Toolkit per set	1.420.000	1	1.420.000
3	Mesin impact	850.000	1	850.000
Total				2.745.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (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.



III. Strategi Bisnis

A. Target Pasar yang Dituju

Sebagai seorang pelaku bisnis, penting untuk melakukan segmentasi pasar sehingga perusahaan dapat mengetahui pasar mana yang kira-kira berpotensi untuk dimasuki oleh perusahaan. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar heterogen yang besar kedalam segmen yang lebih kecil agar dapat dijangkau secara lebih efisien dan efektif.

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.



B. Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

a) Kualitas Produk

KAE MOTOR menyediakan motor dengan kualitas produk yang baik dan dapat menjamin mesin yang terdapat pada motor yang akan dijual. Karena KAE MOTOR selalu mencari motor, memeriksa mesin, dan memperbaiki mesin yang tidak sesuai dengan standart. Sehingga KAE MOTOR berani menjamin setiap calon pembelinya untuk membeli motor *second hand* pada KAE MOTOR dengan kualitas yang terbaik.

a) Value For Money

KAE MOTOR memiliki kualitas yang sebanding dengan produk yang dijual, dengan range harga yang ditetapkan oleh KAE MOTOR. Harga yang diberikan tidak tinggi namun tidak rendah, sehingga calon pembeli dapat membandingkan harga dan kualitas yang diberikan oleh KAE MOTOR dengan kompetitor lain.

2. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:213) *positioning* adalah penempatan merek produk ke dalam pikiran konsumen. KAE MOTOR menempatkan diri pada bisnis di bidang kendaraan roda dua *second hand* yang memiliki kualitas dan harga yang terjangkau. Dengan memberikan kemudahan dalam mencari dan membeli kendaraan roda dua yang tidak kalah kualitasnya dengan kendaraan roda dua yang harganya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tersedia dari KAE MOTOR. Dengan ini, KAE MOTOR dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi calon pembeli yang ingin membeli motor namun dengan harga yang sesuai dengan kemampuan pembeli.

3. Penetapan Harga

KAE MOTOR memperhitungkan harga jual motor bekas dengan *competitor* sekelasnya agar dapat bersaing di pasar dan memiliki daya saing yang tinggi dengan diimbangi kualitas yang ada. Kemudian untuk metode yang digunakan KAE MOTOR adalah *competitor pricing* dimana KAE



MOTOR menambah laba yang ingin di terima dengan harga beli yang tidak memiliki biaya produksi dan di *competitor* untuk menambah laba yang di dapatkan pada KAE MOTOR atas motor bekas yang dibeli dan dijual Kembali.

4. Saluran Distribusi Definisi

Distribusi menurut Kotler dan Armstrong (2018:359), adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. KAE MOTOR menggunakan tingkat distribusi antara produsen dan konsumen. Dimana kegiatan penjualan yang dilakukan oleh KAE MOTOR tidak menggunakan perantara melainkan langsung kepada pelanggan.

5. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan usaha yang dilakukan suatu bisnis untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produk sehingga penjualan usaha tersebut tercapai. Berikut ini bauran komunikasi yang digunakan oleh KAE MOTOR:

1) Advertising

Dengan berkembangnya teknologi, banyak media yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan dalam meraup laba. KAE MOTOR memilih untuk menggunakan platform advertising digital atau online untuk meningkatkan penjualan. Berikut media advertising online yang digunakan KAE MOTOR.

1. Facebook Ads

Pada saat ini, masyarakat Indonesia masih terdapat beberapa yang aktif dalam menggunakan facebook, namun KAE MOTOR sesuai dalam beriklan di Facebook Ads. Dengan menggunakan Facebook Ads, KAE MOTOR dapat beriklan mencapai target audience yang lebih banyak dan tepat karena Facebook Ads memiliki marketplace yang menyediakan KAE MOTOR untuk memudahkan calon pembeli mencari kendaraan roda dua yang ingin dibeli dan sesuai dengan kriterianya. Selain itu, Facebook Ads juga menyediakan platform untuk KAE MOTOR memilih siapa target yang ingin dituju, sehingga iklan tersebut dapat tertuju pada audience yang tepat secara efektif. Dengan ini, KAE MOTOR



memiliki target audience yakni orang yang belum atau sudah memiliki keluarga yang mencari motor second hand dengan kualitas yang baik dan biasanya digunakan untuk pergi beraktifitas. Target audience ini KAE MOTOR mengelompokkan pada usia 25-40 tahun dengan SES Upper-middle class.

2. Instagram Ads

Instagram memiliki platform ads yang hampir mirip dengan Facebook Ads. Namun, pengguna Instagram lebih menuju kepada generasi yang lebih muda seperti generasi millennial. KAE MOTOR memutuskan untuk menggunakan Instagram Ads untuk menargetkan pada audience yang lebih sering menggunakan Instagram dibandingkan Facebook. Dengan Instagram, KAE MOTOR juga menyediakan portofolio berupa foto dari kendaraan roda dua atau motor yang tersedia maupun yang telah terjual, sehingga dapat membangun trust atau rasa percaya calon pembeli kepada KAE MOTOR untuk mengurangi rasa curiga atau takut ditipu. Hampir sama seperti Facebook Ads, KAE MOTOR menargetkan audience dengan SES Upper-middle namun pada generasi millennial dengan usia 20-35 tahun yang belum maupun sudah berkeluarga dan membutuhkan kendaraan roda dua untuk memudahkan mereka dalam beraktifitas sehari-harinya.

3) Sales Promotion

Metode sales promotion juga digunakan KAE MOTOR yang berfungsi sebagai penarik perhatian dan rasa ingin membeli kendaraan roda dua di KAE MOTOR. KAE MOTOR akan memberikan potongan harga atau discount TDP (Total Down Payment) bagi calon pembeli yang akan membeli kendaraan roda dua di KAE MOTOR dengan kredit bersama leasing.

3) Marketing Direct

KAE MOTOR menggunakan media sosial Instagram, facebook, olx dan sebagai sarana promosi yang digunakan dalam proses penjualannya.

4) Media Social

KAE MOTOR menggunakan social media untuk melakukan promosi yaitu Instagram, dimana ini membuat KAE MOTOR lebih mudah dalam menjalankan promosi. Kedepannya diinstagram KAE MOTOR akan lebih

gencar lagi untuk melakukan promosi karena Sebagian besar para pesaing yang lain pun telah menggunakannya.

5. E-commerce.

KAE MOTOR menggunakan platform e-commerce OLX untuk menunjang penjualan produknya. Fitur-fitur penunjang promosi seperti *high light*, *power showroom*, dan *live chat* akan semakin memudahkan penjual untuk memasarkan produknya kepada konsumen. Sehingga dapat diketahui oleh pelanggan yang melihat nya dari berbagai daerah dan Ketika pelanggan meminati biasanya dapat menghubungi dengan live chat yang ada, juga jika dapat menarik nomor yang ada di olx untuk selanjutnya menghubungi menggunakan whatsapp yang kemudian dapat datang untuk melihat kendaraan yang di minati tersebut kemudian bertransaksi jika sudah cocok dengan unit yang ada.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



IV. Rencana Organisasi

A. Kebutuhan Tenaga Kerja

KAE MOTOR merupakan usaha bergerak dibidang jual beli motor bekas, dimana perusahaan ini membutuhkan jumlah tenaga kerja yang tidak banyak dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. KAE MOTOR memerlukan anggota perusahaan yang terdiri dari manajer/pemilik, mechanic, dan sales/marketing.

B. Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan

<u>Jabatan</u>	<u>Gaji/bulan</u>	<u>jumlah</u>	<u>Gaji/tahun</u>	<u>THR/tahun</u>	<u>Total/tahun</u>
<u>Manajer</u>	5.500.000	1	66.000.000	5.500.000	71.500.000
<u>Sales</u>	4.900.000	1	58.800.000	4.900.000	63.700.000
<u>Mechanic</u>	4.500.000	1	54.000.000	4.500.000	58.500.000
total	14.900.000	3	178.800.000	14.900.000	193.700.000

V. Rencana Keuangan

Dalam membuka suatu bisnis maka diperlukan modal atau dana awal untuk proses berjalannya suatu bisnis.

Berikut rencana keuangan KAE MOTOR :

Keterangan	Total/rupiah
Kas awal	5.000.000
Pembelian <i>stock</i> motor bekas	100.800.000
Peralatan <i>Showroom</i>	2.745.000
Perlengkapan <i>Showroom</i>	605.000
Total kebutuhan yang diperlukan	109.150.000

VI. Pengendalian Resiko

Resiko bisnis adalah segala sesuatu yang berpotensi menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai target keuangannya. Kehadiran risiko dalam bisnis dapat dihasilkan dari sejumlah variabel yang

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.



saling terkait. Suatu bisnis dapat mengalami tingkat risiko yang lebih tinggi karena keputusan yang dibuat oleh manajemen senior atau eksekutif perusahaan dalam keadaan tertentu. KAE MOTOR memiliki risiko internal dan eksternal yang diberikan penjelasan rinci sebagai berikut:

1. Risiko Internal

Faktor Risiko Karyawan Yang Dikeluarkan/keluar

Tenaga kerja merupakan aset dalam suatu perusahaan untuk menjalani kegiatan operasional setiap harinya. Jika tenaga kerja tersebut dikeluarkan/mengundurkan diri dari perusahaan, maka kegiatan operasional akan terganggu. Dalam hal ini disamping kegiatan operasional terganggu, tenaga kerja yang keluar akan dapat dibajak oleh pesaing. Pembajakan tersebut adalah informasi-informasi penting dalam hal pembelian motor bekas, dan kegiatan operasional lainnya. Dalam faktor tersebut hal ini menjadi salah satu risiko bagi KAE MOTOR.

2. Faktor Eksternal

1) Faktor Munculnya Pesaing Baru

Dalam hal ini, risiko adanya pesaing baru tidak dapat dihindari oleh setiap pembisnis. Akan tetapi dalam jangka waktu panjang ini, akan banyak pesaing KAE MOTOR yang akan bermunculan. Melihat jumlah penggunaan motor di Indonesia semakin terus meningkat setiap tahunnya, Melihat peluang penggunaan motor di Indonesia kian meningkat, maka akan ada banyak pesaing baru yang bermunculan. Faktor munculnya pesaing baru menjadi salah satu risiko bagi KAE MOTOR untuk dikemudian hari.

2) Faktor Munculnya Varian Baru

Dalam hal menghadapi model/varian motor listrik yang lebih menarik dibandingkan Motor bekas yang masih menggunakan bensin, hal ini menjadi salah satu risiko bagi KAE MOTOR. Para pesaingpun ingin produk mereka menjadi produk yang bagus dan unik, dimana hal tersebut menjadi kekuatan untuk menarik perhatian konsumen.

VII. Daftar Pustaka

Sumber Buku :

- David, F. R. & Forest R. D. (2017), Strategic Management, A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Edisi 16, Pearson Education.
- Dessler G. (2020), Human Resource Management, Edisi 16, Harlow: Pearson Education Limited.
- Heizer J, Render B & Munson C. (2017), Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, Edisi Ke-12, Global Edition, United States: Pearson Education.
- Kotler P & Armstrong G. (2020), Principle Of Marketing. Edisi 18. New Jersey: Pearson Education.
- Robbins, P. S & Coulter M. (2017). Management, Edisi 14, Pearson Education.
- Team FME. (2018a). Porter's Five Forces – Strategy Skills. Free Management E-Books.
- Zutter, C. J., & Smart, S. B. (2021), Principle of Managerial Finance, Edisi 14, Global Edition, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Sumber Web :

- Aisi.or.id (2022), Penjualan motor di Indonesia, diakses pada tanggal 6 januari 2023, <https://www.aisi.or.id/statistic/>
- edrawmind.com (2022), Porter's Five Forces Analysis Definition and Examples, diakses pada tanggal 8 Januari 2023, <https://www.edrawmind.com/article/porters-five-forces-analysis-definition-and-examples.html>

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : KALVIN Indarto

NIM : 72190046

Tanggal Sidang : 15 Agustus 2023

Judul Karya Akhir : Pengembangan bisnis Usaha Showroom "KAE MOTOR"
Di Jakarta Utara

Jakarta, 24 / Agustus 20 23
Mahasiswa/I

(KALVIN..Indarto...)

Pembimbing


Mikhael Herbisya, M.Hj Informatika Kwik Kian Gie

© 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.

