



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA TOKO BANGUNAN “MAKMUR ABADI” DI JAKARTA TIMUR

Anastasia Justine Lawu

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

76200053@student.kwikkiangie.ac.id , liusanastasia14@gmail.com

ABSTRAK

Anastasia Justine Lawu / 76200053 / 2024 / Rencana Bisnis Toko Bangunan “Makmur Abadi” di Jakarta Timur Dosen Pembimbing : Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E.

Toko Bangunan Makmur Abadi merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan bahan bangunan. Toko Bangunan Makmur Abadi mendirikan usahanya di Kota Jakarta Timur.

Toko Bangunan Makmur Abadi dalam menjalankan usahanya memiliki visi yaitu “Menjadi penyedia bahan bangunan terbaik dari segi kualitas, harga, pelayanan serta dikenal oleh banyak masyarakat”.

Jenis bahan bangunan yang ditawarkan oleh Toko Bangunan Makmur Abadi diantaranya adalah semen, hebel, cat, lem, mortar, keramik, alat pertukangan. Toko Bangunan Makmur Abadi memiliki keunggulan dalam kualitas yang lebih baik, produk yang lengkap dan harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan pesaing.

Toko Bangunan Makmur Abadi menggunakan berbagai strategi pemasaran, dengan strategi awal yaitu *image building* guna memperkenalkan merek kepada masyarakat sebelum usaha mulai dijalankan. Selanjutnya Toko Bangunan Makmur Abadi melibatkan pemasaran rutin yaitu *Top Ads* untuk mendorong produk yang di jual di *e-commerce*. Selain itu Toko Bangunan Makmur Abadi merencanakan pemberian hadiah pada bulan – bulan penting dan hari besar.

Sumber daya manusia yang dibutuhkan Toko Bangunan Makmur Abadi berjumlah 4 orang, yang terdiri dari satu orang manajer, *helper*, kenek dan supir.

Investasi awal yang dibutuhkan oleh Toko Bangunan Makmur Abadi adalah sebesar Rp850.569.950, besaran dana tersebut digunakan oleh Toko Bangunan Makmur Abadi untuk kas awal perusahaan, persediaan, perlengkapan, peralatan, sewa tempat usaha, pembelian mobil dan biaya pra operasi.

Hasil analisis keuangan menunjukkan bahwa BEP nilai penjualan lebih tinggi jika dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV memperoleh nilai sebesar Rp943.642.293. Selanjutnya untuk perhitungan *Payback Period* (PP) yang diperoleh Toko Bangunan Makmur Abadi selama 3 Tahun 3 Bulan 25 Hari dengan batas maksimal yaitu 5 Tahun. Sedangkan untuk hasil perhitungan *Profitability Index* menunjukkan lebih dari 1 yaitu 2,11 yang berarti bahwa bisnis tersebut diterima. Oleh karena itu, kesimpulan dari analisis kelayakan ini adalah Toko Bangunan Makmur Abadi layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: Rencana Bisnis, Toko Bangunan Makmur Abadi, Toko Bahan Bangunan



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Timur

Toko

bangunan.

Toko

bangunan

terbaik

dari

segi

kualitas,

harga,

pelayanan

serta

dikenal

oleh

banyak

masyarakat”.

Jenis

bahan

bangunan

yang

ditawarkan

oleh

Toko

Bangunan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.



ABSTRACT

Anastasia Justine Lawu / 76200053 / 2024 / Business Plan for Business Establishment of the Building Material Store “Makmur Abadi”, East Jakarta / Advisor : Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E.

Makmur Abadi Building Store is a business that operates in the field of selling building materials. Makmur Abadi Building Store established its business in East Jakarta City.

Makmur Abadi Building Store in running its business has a vision, namely “ To be the best provider of building materials in terms of quality, price, service and known by many people”.

The types of building materials offered by the Makmur Abadi Building Store include cement, hebel brick, paint, glue, mortar, ceramics, carpentry tools. Makmur Abadi Building Store has the advantage of better quality, complete products and cheaper prices compared to competitors.

Makmur Abadi Building Store uses a variety marketing strategies, the first strategy is image building to introduce the brand to the public before the business starts running. Furthermore, Makmur Abadi Building Store involves routine marketing, namely TopAds to encourage products sold on e-commerce. Apart from that, Makmur Abadi Building Store plans to give gifts during important months and big event.

The human resources needed by Makmur Abadi Building Store are 4 people, consisting of one manager, helper, driver assistant, driver.

The initial investment required by Makmur Abadi Building Store is Rp850.569.950, the amount of these funds will be used by Makmur Abadi Building Store for the company’s initial cash, inventory, supplies, equipment business premises rental, vehicle purchases and pre-operation costs.

The results of the financial analysis show that the sales value of BEP is higher than the costs incurred. For the NPV to obtain a value of Rp943.642.293. Then for the calculation of the Payback Period (PP) obtained by Makmur Abadi Building Store for 3 year 3 month 25 days with a maximum limit of 5 years. Meanwhile, the profitability Index calculation results show a results of more than 1, namely 2.11 which means that the business is accepted. Therefore, the conclusion of this feasibility analysis is that Makmur Abadi Building Store is feasible to run.

Keywords : Business Plan, Makmur Abadi Material Store, Material Store

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



Pendahuluan

A. Konsep Bisnis

Toko Bangunan Makmur Abadi merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan bahan bangunan. Bahan dan barang material yang dijual memiliki harga yang lebih murah, kualitas yang baik dan pelayanan yang profesional sehingga masyarakat dapat mempercayai Toko Bangunan Makmur Abadi sebagai pilihan mereka dalam membeli keperluan bahan bangunan. Toko Bangunan Makmur Abadi menggunakan konsep *hybrid* yang artinya akan terdapat toko *Online* dan *Offline* dimana Toko Bangunan Makmur Abadi memanfaatkan *e-commerce* dalam penjualan *Online* dan bangunan fisik untuk penjualan *Offline*. Konsep ini dapat memberikan keuntungan melihat dewasa ini, sebagian besar Masyarakat memilih berbelanja secara *Online* karena dinilai lebih efisien.

B. Visi dan Misi Perusahaan

Toko Bangunan Makmur Abadi memiliki visi untuk menjadi penyedia bahan bangunan terbaik dari segi kualitas, harga dan pelayanan serta dikenal oleh banyak masyarakat pada tahun 2037. Kemudian misi dari Toko Bangunan Makmur Abadi yakni sebagai berikut :

Berikut beberapa misi Toko Bangunan Makmur Abadi :

- a. Menyediakan produk yang lengkap dan berkualitas
- b. Menawarkan harga yang kompetitif
- c. Memberikan solusi dari setiap permasalahan yang dimiliki konsumen secara profesional
- d. Melakukan promosi secara efektif.

C. Peluang Bisnis

Tahun 2020 menjadi tahun yang penuh tantangan bagi sektor properti di Indonesia akibat pandemi Covid-19. Harga properti menurun tajam karena penurunan permintaan akibat kewaspadaan masyarakat terhadap pengeluaran. Meskipun demikian, beberapa masih melihat properti sebagai investasi yang menjanjikan. Pemerintah juga memberikan subsidi bunga KPR untuk mendukung pemulihan ekonomi.

Pada tahun 2021, sektor properti menunjukkan peningkatan dengan pertumbuhan 2,78%, didorong oleh adaptasi masyarakat terhadap gaya hidup *new normal*. Namun, pertumbuhan ini masih rendah, dipengaruhi oleh konsumsi rumah tangga yang tetap rendah. Ekspor barang bangunan juga meningkat drastis.

Tahun 2022, Bank Indonesia mencatat peningkatan 2% dalam Indeks Harga Properti Residensial pada triwulan IV. Sektor properti komersial juga mengalami peningkatan, terutama dalam permintaan sewa. Pemerintah mengalokasikan anggaran besar untuk infrastruktur, mendukung proyek-proyek prioritas.

Pada tahun 2023, IMF memproyeksikan pertumbuhan sektor properti sekitar 5%, didukung oleh pemulihan ekonomi yang positif dan meningkatnya daya beli konsumen. Meskipun demikian, diperlukan terobosan dan dukungan khusus untuk sektor properti *high rise*.

- 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.



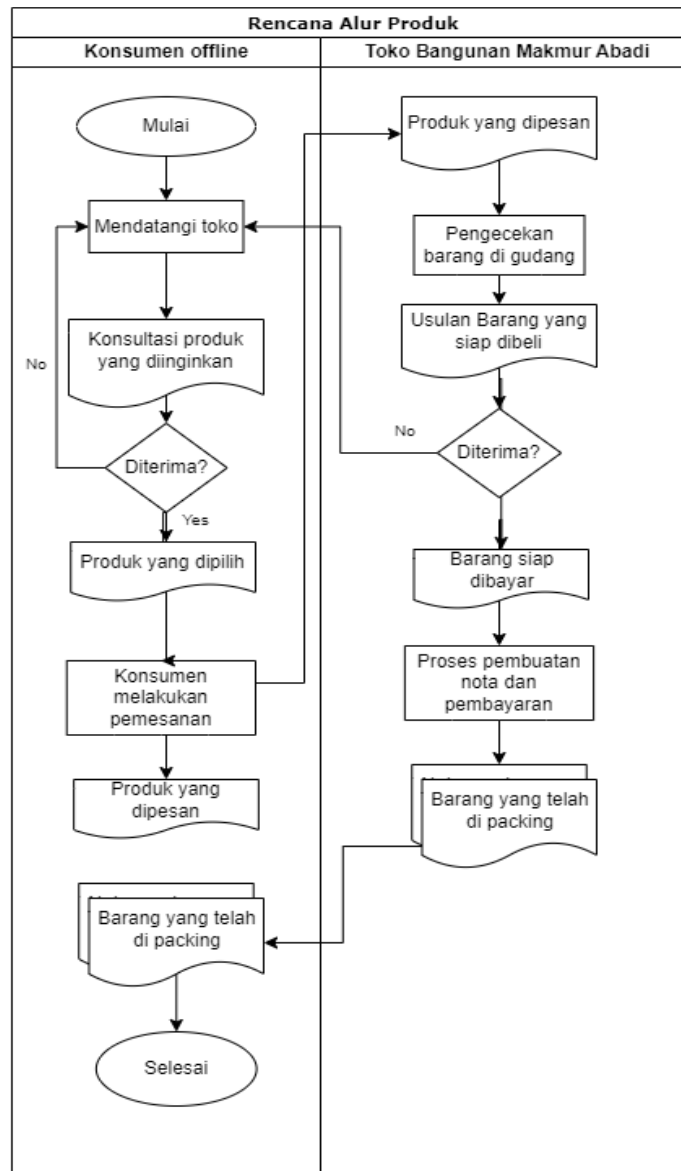
Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

A. Rencana Alur Produk

Dalam operasional usaha, setiap perusahaan memerlukan rencana alur produk yang akan mengalir dari produk yang mulai dipasarkan hingga sampai ke tangan konsumen sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Alur produk Toko Bangunan Makmur Abadi terbagi menjadi 2 proses yang memiliki beberapa perbedaan prosedur yaitu alur produk secara langsung di toko dan alur produk untuk konsumen yang memesan produk secara *online*.

1. Produk Konsumen *Offline*

Produk konsumen *offline* yang dimaksud adalah produk yang dibeli oleh konsumen secara langsung dengan mendatangi toko fisik Toko Bangunan Makmur Abadi. Berikut alur proses produk konsumen *offline* Toko Bangunan Makmur Abadi :



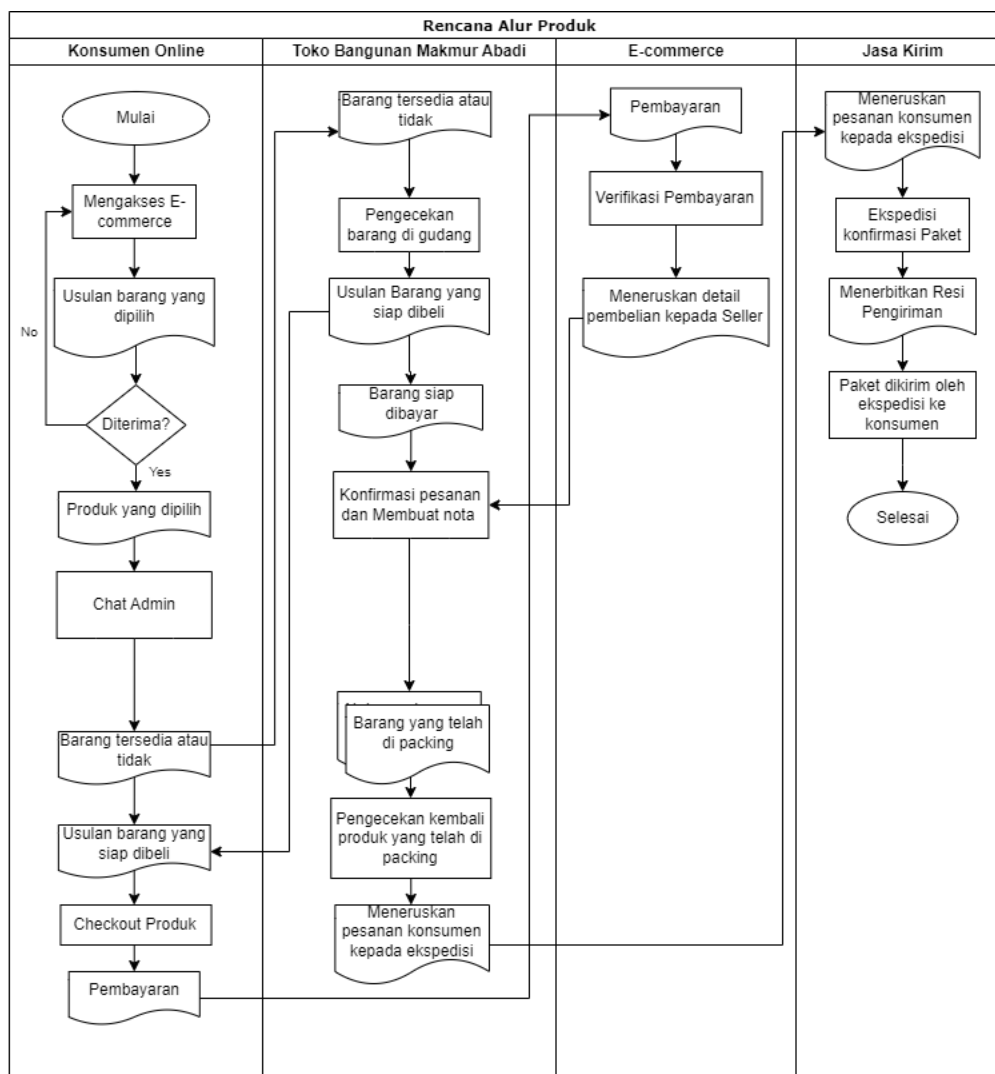
Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

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.



2. Produk Konsumen Online

Konsumen tidak hanya dapat melakukan pembelian produk secara langsung dengan datang ke toko namun konsumen dapat melakukan pembelian secara online lewat e-commerce. Berikut alur proses produk yang dilakukan oleh konsumen yang melakukan pembelian secara online melalui e-commerce yaitu sebagai berikut :



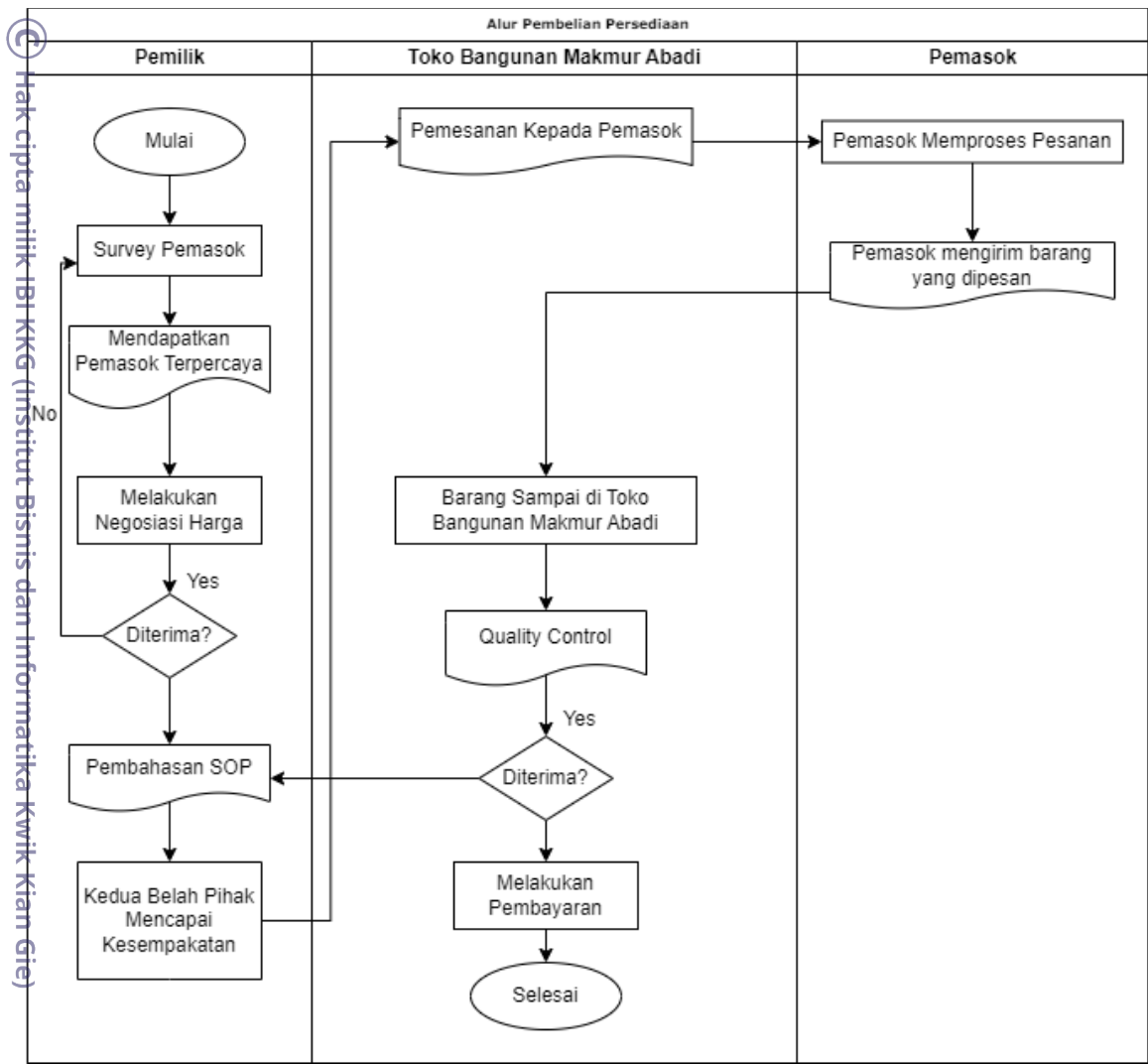
Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

B. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Alur pengadaan dan penggunaan barang mencakup juga langkah – langkah pengadaan peralatan, perlengkapan dan barang penunjang lainnya yang dibutuhkan untuk menjalankan operasi perusahaan. Dalam hal penggunaannya, penting untuk memastikan penggunaan ini berjalan dengan efisien dan tidak mengakibatkan pemborosan. Pembelian persediaan yang dimaksud biasanya dilakukan sebelum melakukan proses operasional usaha.



Berikut ini alur pembelian dan penggunaan bahan persediaan Toko Bangunan Makmur Abadi :



Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

C. Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Penting bagi suatu usaha dalam memiliki teknologi dan peralatan yang memadai guna mendukung efektivitas dan efisiensi pekerjaan atau aktivitas yang dilakukan di toko. Toko Bangunan Makmur Abadi menggunakan komputer yang dilengkapi dengan *software* guna memudahkan dalam melacak stok, proses pembayaran, aktivitas pembukuan serta dapat dihubungkan dengan printer thermal. Toko Bangunan Makmur Abadi juga menggunakan CCTV untuk pengawasan operasional toko sehari – hari sehingga dapat membantu mencegah perilaku kriminal seperti pencurian dan kerusakan barang dagangan toko, memantau aktivitas karyawan serta dapat menjadi bukti pendukung apabila terjadi peristiwa yang memerlukan Tindakan hukum. Teknologi yang ada dapat mendukung operasional toko agar lebih efektif dan efisien sehingga pelanggan pun merasa nyaman.

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.

iiik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bismillah Kewirausahaan dan Informatika Kwik Kian Gie)

- a. 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.



Strategi Bisnis

A. Rencana Pemasaran

1. Segmentasi

a. Geografis

Toko Bangunan Makmur Abadi beroperasi di Jl. Pahlawan Revolusi No.19, RT 03 / RW 08, Kota Jakarta Timur dikarenakan posisinya strategis, berada di daerah dengan banyak proyek pembangunan termasuk perumahan dan juga karena merupakan lokasi padat penduduk. Selain itu, Toko Bangunan Makmur Abadi juga aktif secara daring melalui *platform* seperti Tokopedia agar dapat melayani konsumen dengan lebih luas.

b. Demografis

Segmentasi demografis dari Toko Bangunan Makmur Abadi yaitu masyarakat yang memiliki usia produktif (15-64 tahun) yang meliputi baik pria ataupun wanita yang beragam dalam jenis pekerjaan, termasuk siswa, pengusaha ataupun profesi lainnya. Dari sisi target berdasarkan komposisi keluarga, Toko Bangunan Makmur Abadi mencakup seluruh status sosial mulai dari individu lajang atau belum menikah, pasangan muda tanpa anak, pasangan muda yang telah memiliki anak, orang dewasa yang belum menikah, orang dewasa yang telah menikah, hingga segmen lainnya. Selain itu, fokus target pasar Toko Bangunan Makmur Abadi sendiri adalah individu maupun pemborong yang sedang atau akan melakukan proyek pembangunan dan renovasi rumah.

c. Psikografis

Toko Bangunan Makmur Abadi berfokus pada masyarakat yang menyukai desain rumah, ingin membangun maupun melakukan renovasi rumah dan konsumen yang menyukai hal praktis. Konsumen yang ditargetkan adalah konsumen dengan kelas sosial menengah kebawah, menengah maupun menengah ke atas karena semua kalangan dapat membeli produk yang ditawarkan.

2. Strategi Promosi

a. Advertising

Menurut Syahbudi et al.,(2022:56), *Advertising* merupakan penyajian konten secara persuasif kepada publik melalui media massa dengan tujuan mempromosikan barang atau jasa yang dihasilkan, Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023, (Admin, 2023). Oleh karena itu, Toko Bangunan Makmur Abadi memanfaatkan pemasaran melalui media sosial dan *e-commerce* guna memaksimalkan keuntungan. Media sosial yang digunakan Toko Bangunan Makmur Abadi adalah Instagram dan Tiktok untuk pengunggahan konten *behind the scene* (bts) dalam proses *packaging* produk *online*, edukasi produk yang dijual serta menyediakan *link* yang dapat mengarahkan konsumen ke *e-commerce* melalui bio Instagram dan Tiktok. Selain itu untuk Toko Bangunan Makmur Abadi juga menggunakan *e-commerce* yaitu Tokopedia dan melakukan promosi *TopAds* atau *ads on top*.

b. Sales Promotion

Sales Promotion merupakan program penjualan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dengan cara menawarkan produk atau jasa. Dalam menjalankan usahanya, Toko Bangunan Makmur Abadi meningkatkan daya tarik konsumen dengan menerapkan program pemberian hadiah berupa produk yang dijual saat hari raya dan ulang tahun Toko Bangunan Makmur Abadi

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.



c. *Personal Selling*

Personal selling merupakan strategi pemasaran dengan menawarkan produk / jasa yang dihasilkan agar konsumen tertarik sehingga dapat meningkatkan penjualan. Penawaran yang dilakukan juga dapat menjaga hubungan baik dengan konsumen dimana *personal selling* ini biasanya dilaksanakan oleh *helper* maupun *manager*.

d. *Direct Marketing*

Hubungan secara langsung yang dijalin dengan konsumen dapat memberikan efek yang baik pada hubungan jangka panjang dengan konsumen yang dapat dilakukan melalui media seperti *email* dan *Whatsapp*.

B. Rencana Organisasi

Toko Bangunan Makmur Abadi memiliki 4 (empat) pekerja dengan berbagai posisi yaitu manajer, *helper*, *supir* dan *kenek*. Dalam menjalankan usahanya, manajer Toko Bangunan Makmur Abadi sebagai pemilik usaha akan bekerja di bagian keuangan sembari memonitor aktivitas usaha. Tenaga kerja pada Toko Bangunan Makmur Abadi memiliki kewajiban waktu kerja dari hari senin hingga minggu dengan waktu kerja mulai dari jam 08.00 -17.00 WIB terkecuali di hari minggu, Toko Bangunan Makmur Abadi hanya beroperasi dari jam 08.00-14.00 WIB.

C. Rencana Keuangan

Berikut ini kebutuhan dana awal Toko Bangunan Makmur Abadi :

Keterangan	2024
AKTIVA	
Aktiva Lancar	
Kas	11.000.000
Persediaan Barang Jadi Langsung	263.309.950
Persediaan Barang Jadi Tidak Langsung	3.938.000
Persediaan Perlengkapan	1.003.000
Total Aktiva Lancar	279.250.950
Aktiva Tetap	
Peralatan	24.019.000
Akumulasi Penyusutan Peralatan	
Tempat usaha	500.000.000
Akumulasi Penyusutan Tempat Usaha	
Mobil	45.000.000
Akumulasi Penyusutan Mobil	
Total Aktiva Tetap Berwujud	569.019.000
Aktiva Tidak Berwujud	
Aktiva Tidak Berwujud	2.300.000
Akumulasi Amortisasi Aktiva Tidak Berwujud	
Total Aktiva Tidak Berwujud	2.300.000
Total Aktiva Tetap	571.319.000
Total Aktiva	850.569.950
PASIVA	
Modal sendiri	850.569.950
Akumulasi Laba Ditahan	
Total Pasiva	850.569.950

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023



Untuk mengetahui kelayakan dari pendirian usaha Toko Bangunan Makmur Abadi, dilakukanlah analisis sebagai berikut :

Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period (PP)</i>	> 5 tahun	3 tahun 3 bulan 25 hari	Layak
<i>Net Present Value (NPV)</i>	> 0	Rp 943.642.293	Layak
<i>Profitability Index (PI)</i>	>1	2,11	Layak

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa usaha Toko Bangunan Makmur Abadi layak untuk dijalankan, dengan penjelasan sebagai berikut :

Hasil analisis *Payback Period (PP)* menunjukkan bahwa Toko Bangunan Makmur Abadi diproyeksikan mencapai titik balik dari modal dalam kurun waktu 3 tahun 3 bulan 25 hari. Hal ini menunjukkan secara *Break Even*, Toko Bangunan Makmur Abadi layak untuk dijalankan dengan periode kurang dari 5 tahun.

Hasil analisis *Net Present Value (NPV)* menunjukkan bahwa Toko Bangunan Makmur Abadi diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar Rp 943.642.293. Hasil NPV dengan nilai lebih besar dari 0 menunjukan bahwa usaha Toko Bangunan Makmur Abadi layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan arus kas positif secara nilai waktu

Hasil analisis *Profitability Index (PI)* menunjukkan bahwa Toko Bangunan Makmur Abadi diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar 2,11. Hasil analisis menunjukan bahwa Toko Bangunan Makmur Abadi layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan profit dengan indeks melebihi 1.

Hasil analisis *Break Even Point (BEP)* menunjukkan bahwa Toko Bangunan Makmur Abadi diproyeksikan mampu mendapatkan nilai BEP per tahun yang berbeda dibawah nilai penjualan. Hasil BEP menunjukan bahwa Toko Bangunan Makmur Abadi layak untuk dijalankan karena penjualan mampu melebihi biaya – biaya yang ada dengan nilai $BEP < \text{nilai penjualan}$.

Tahun	Biaya Variabel (VC)	Biaya Tetap (FC)	Penjualan	Break Even Point (BEP)
2024	4.050.048.765	410.608.800	4.528.377.783,00	3.887.265.244,66
2025	4.307.271.863	425.113.680	4.825.948.717,50	3.955.404.607,41
2026	4.581.148.091	440.335.036	5.143.073.776,08	4.030.204.770,37
2027	4.872.764.777	456.308.445	5.481.037.908,73	4.111.711.922,16
2028	5.183.280.505	473.071.258	5.841.210.502,68	4.200.004.272,26

Sumber : Toko Bangunan Makmur Abadi, 2023

D. Pengendalian Risiko Usaha

Toko Bangunan Makmur Abadi memiliki dampak positif terhadap masyarakat melalui kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* di kalangan masyarakat. Melalui upaya ini, diharapkan angka penjualan meningkat dan memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat. Selain itu, operasional toko yang menggunakan sistem *hybrid* dengan adanya toko fisik dan *online*, serta pemanfaatan teknologi internet, memberikan kemudahan akses bagi konsumen dalam berbelanja serta memudahkan proses promosi dan pemesanan. Dengan jumlah sumber daya manusia yang dimiliki, toko ini juga memberikan kontribusi positif dalam perekonomian Indonesia dengan menciptakan lapangan kerja dan mendukung mitra usaha untuk berkembang.

Toko Bangunan Makmur Abadi juga berkomitmen untuk merawat keberlanjutan lingkungan dengan tidak menyebabkan dampak negatif dari operasionalnya. Penanganan limbah dilakukan dengan hati-hati dan bertanggung jawab, serta rutin membersihkan fasilitas penyimpanan limbah untuk menjaga kebersihan dan menghindari gangguan terhadap masyarakat sekitar. Selain itu, sebagai antisipasi terhadap risiko usaha seperti



krisis finansial dan perkembangan teknologi, perusahaan berencana untuk melakukan evaluasi kinerja bisnis secara rutin, meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia, dan mengikuti perkembangan tren melalui penelitian dan pengembangan. Dengan strategi ini, Toko Bangunan Makmur Abadi berupaya untuk tetap relevan, berkontribusi positif bagi masyarakat, dan menjaga keberlanjutan bisnisnya.

Hak cipta milik IBI KKG (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.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Ajagar. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Daed, T. G. & Nasution, M. A. (2021). STUDI KELAYAKAN BISNIS (Teori dan Aplikasi Keuangan Dalam Bisnis). Medan: Undhar Press.
- David, F. R. (2017). Strategic Management A Competitive Advantage Approach Concepts and cases.
- Fahrurrozi, M. (2023). Entrepreneurship & Digitalisasi : Mengembangkan Bisnis di Era 5.0. Nusa Tenggara Barat: Universitas Hamzanwadi Press.
- Fatma, N., Alimuddin, M., Nursaifullah, Hardiyono, & Latiep, I. F. (2023). Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Gusnafitri. (2022). Pengantar Ilmu Manajemen (Teori dan Implementasi). Banten: PT SADA KURNIA PUSTAKA.
- Hajar, J. (2019). Manajemen Strategik Konsep Keunggulan Bersaing. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Harlow: Pearson Education.
- Muhdar. (2021). MANAJEMEN SDM: Teori dan Aplikasi Pada Bank Umum Syariah. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Muhtadin, F., & Yusuf, M. (2023). Perilaku Organisasi. Pasaman: CV. Azka Pustaka.
- Prasetya, D. A. (2023). Teknik Analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia.
- Purwanti, A. (2023). Akuntansi Manajemen. Jakarta: Salemba Humanika.
- Riyanto, S. (2022). Analisis Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan Strategis. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rizka. (2022). Pengantar Ekonomi (Mikro dan Makro). Serang: PT. Sada Kurnia Pustaka.
- Sari, S. (2023). Manajemen Pemasaran Modern. Padang, Sumatera Barat: CV. Gita Lentera.
- Stiawan, E. (2021). Bahan Ajar Manajemen Keuangan (Konsep Laporan Keuangan dan Obligasi). Bengkulu: CV. Sinar Jaya Berseri.
- Sumiyati, & Suwartini. (2021). Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Supratiningrum. (2022). Akuntansi Manajemen. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Syahbudi, M., Barus, E. E., & Ramadhani, S. (2022). Ekonomi Kreatif. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Thian, A. (2022). Mengenal & Memahami Laporan Keuangan. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wijaya, A. (2020). Manajemen Operasi Produksi (1st ed.). Medan: Yayasan Kita menulis. F
- Winata, E. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia. Praya: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Yam, J. H. (2020). Manajemen Strategi Konsep & Implementasi. Makasar: Nas Media Pustaka.
- Yuswono, I. (2023). Dasar - Dasar Marketing. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.



Sumber Web site / Internet :

- Admin, I. (2023, Oktober 3). Usia Pengguna Internet Indonesia . Retrieved from Indonesia go.id: <https://www.indonesia.go.id/mediapublik/detail/2093#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,orang%20pada%20periode%202022%2D2023>
- Andi, D. (2023, Maret 17). idEA Prediksi Nilai Transaksi E-commerce Nasional Mencapai Rp 572 Triliun pada 2023. Retrieved from Kontan: <https://industri.kontan.co.id/news/idea-prediksi-nilai-transaksi-e-commerce-nasional-mencapai-rp-572-triliun-pada-2023>
- Asumsi Pertumbuhan Ekonomi 2024 Realistis. (2023, Mei 30). Retrieved from Kemenkeu: <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Asumsi-Pertumbuhan-Ekonomi-2024-Realistis>
- Cakti, A. (2022, Oktober 27). Antara . Retrieved from Konsultan Memperkirakan Sektor Properti Akan Tumbuh Pada 2023: <https://makassar.antaranews.com/berita/437309/konsultan-memperkirakan-sektor-properti-akan-tumbuh-pada-2023>
- Faizal, A., & Alexander, H. B. (2023, Februari 12). Sektor Konstruksi Diprediksi Naik 5-6 Persen Tahun 2023. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/properti/read/2023/02/12/133000921/sektor-konstruksi-diprediksi-naik-5-6-persen-tahun-2023>
- Hakim, A. R. (2023, Februari 3). Konstruksi Lokal Menggeliat, IKM Bahan Bangunan Berpeluang Ambil Bagian Membangun Infrastruktur. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5197617/konstruksi-lokal-menggeliat-ikm-bahan-bangunan-berpeluang-ambil-bagian-membangun-infrastruktur>
- Haryono, E. (2023, Februari 17). Survei Harga Properti Residensial Triwulan IV 2022 : Harga Properti Residensial Terus Meningkat. Retrieved from Bank Indonesia: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news.release/Pages/sp_253923.aspx
- Hutauruk, D. M. (2023, Februari 4). Industri Konstruksi Tumbuh, Ini Dampaknya Terhadap IKM Bahan Bangunan. Retrieved from Kontan: <https://industri.kontan.co.id/news/industri-konstruksi-tumbuh-ini-dampaknya-terhadap-ikm-bahan-bangunan>
- Kusnandar, V. B. (2022, Maret 11). Didukung Belanja Pemerintah, Sektor Konstruksi Tumbuh 2,81% pada 2021. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/11/didukung-belanja-pemerintah-sektor-konstruksi-tumbuh-281-pada-2021>
- Kusnandar, V. B. (2022, Maret 11). Nilai dan Pertumbuhan PDB Sektor Konstruksi. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/11/didukung-belanja-pemerintah-sektor-konstruksi-tumbuh-281-pada-2021>
- Kusumawardhani, F. (2022, Mei 22). BPS Catat Pada Triwulan I/2022 Sektor Konstruksi Tumbuh 4,83 Persen. Retrieved from Foto Bisnis: <https://foto.bisnis.com/view/20220522/1535545/bps-catat-pada-triwulan-i-2022-sektor-konstruksi-tumbuh-483-persen>
- Lestari, R. (2022, Februari 21). Kemenperin Targetkan Industri Komponen Bahan Bangunan Tumbuh 5 Persen. Retrieved from Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220221/257/1502896/kemenperin-targetkan-industri-komponen-bangunan-tumbuh-5-persen>
- Mahdi, M. I. (2021, Desember). Sektor Konstruksi Tumbuh 3,4% Pada Kuartal III/2021. Retrieved from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/infrastruktur/detail/sektor-konstruksi-tumbuh-384-pada-kuartal-iii-2021>
- Muawwan, (2023, Februari 23). Permintaan Hunian Tinggi. Retrieved from Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/1029189/permintaan-hunian-tinggi-sektor-properti-masih-jadi-primadona>
- Mustajab, R. (2023, September 3). Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023. Retrieved from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>



Pangastuti, T. (2021, Agustus 18). Anggaran Infrastruktur Rp 384,8 Triliun di 2022. Retrieved from Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/815333/anggaran-infrastruktur-rp-3848-triliun-di-2022-untuk-apa-saja>

Pasar Konstruksi Diprediksi Mulai Tumbuh di Kuartal III 2021. (2021, Februari 1). Retrieved from Gabpekna: https://gabpekna.or.id/Berita/baca/82740139C08KbRnwZ-aip5kvabTfGf-OIV40iBQG45ILAS4Dw36EAXDwZ8Bu0Q59dlyTDoxqOO4IK133xJdSr_sVqEmz4Lw~

Proedjo, W. A., & Angelica, G. (2022, Oktober 11). 6 Tips Sukses Memulai Bisnis Toko Bangunan. Retrieved from Kompas: <https://umkm.kompas.com/read/2022/10/11/173400783/6-tips-sukses-memulai-bisnis-toko-bangunan?page=all>

Purwanti, T. (2023, Februari 19). Simak Peluang Sektor Infrastruktur & Properti di 2023. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230219155213-4-415088/simak-peluang-sektor-infrastruktur-properti-di-2023>

Rahardian, L. (2022, Februari 16). Potensi Sektor Properti Tahun 2021. Retrieved from CNBC INDONESIA: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220216085750-4-315705/kupas-tuntas-potensi-sektor-properti-di-tahun-macam>

Raharjo, B. (2023, Februari 3). IKM Bahan Bangunan Berpeluang Pembangunan Infrastruktur. Retrieved from Republika: <https://news.republika.co.id/berita/rphx8z415/ikm-bahan-bangunan-berpeluang-ikut-pembangunan-infrastruktur>

Romualdus, S. (23, Oktober 12). Industri Konstruksi di Indonesia di Prediksi Tumbuh 4,5% di 2024. Retrieved from Stabilitas.id: <https://www.stabilitas.id/industri-konstruksi-di-indonesia-diprediksi-tumbuh-45-di-2024/>

Sasongko, Y. A., & DW, A. (2023, Februari 25). Sektor Properti Komersial Tumbuh Berinvestasi. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/properti/read/2023/02/25/110146421/sektor-properti-komersial-tumbuh-selama-2024-haruskah-mulai>

Setyaningsih, P. (2021, November 26). Pasar Properti Residensial Di Tengah Pandemi Covid-19. Retrieved from djkn.kemenkeu: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-tarakan/baca-artikel/14441/Pasar-Properti-Residensial-Di-Tengah-Pandemi-Covid-19.html>

Ubaidullah, M. (2022, Desember 20). Prediksi Sektor Properti Tahun 2023. Retrieved from SWA: <https://swa.co.id/swa/prediksi-sektor-properti-tahun-2023-seperti-apa>

Winata, E. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia. Praya: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.



Sumber Undang – Undang :

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Usaha Mikro, dan Usaha Menengah

Republik Indonesia. 2009. Undang – undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan

Republik Indonesia. 2016. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan (Permenaker) Nomor 6 Tahun 2016 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/buruh Di Perusahaan

Republik Indonesia. 2018. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 mengatur pengenaan PPh Final Pasal 4 ayat (2) Tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Pelaku Usaha oleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu

Republik Indonesia. 2018. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 Pasal 25 ayat 1 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau Online Single Submission (OSS)

Republik Indonesia. 2020. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 138/PMK.05/2020 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pemberian Subsidi Bunga/Subsidi Margin dalam rangka Mendukung Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional

Republik Indonesia, 2021. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruh isi karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penyalinan, pengutipan, atau penjiplakan yang dilakukan untuk kepentingan pribadi atau komersial.
 - b. Penyalinan, pengutipan, atau penjiplakan yang dilakukan untuk kepentingan umum, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - c. Penyalinan, pengutipan, atau penjiplakan yang dilakukan 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.

**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Anastasia Justine Lawu

NIM : 76200053

Tanggal Sidang : _____

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Pendirian Usaha Toko Bangunan "Makmur Abadi"
di Jakarta Timur

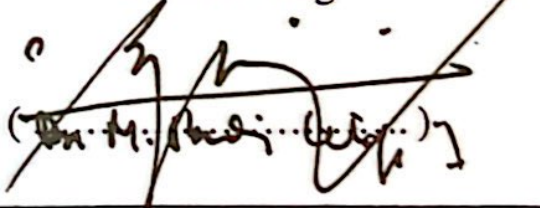
Jakarta, 19 / Februari 2024

Mahasiswa/I


(.....)

Anastasia Justine Lawu

Pembimbing


(Bn. M. Rudi...)

Hak Cipta Ilmiah IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis