



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

AKSESORIS MANIK – MANIK “LILPUTH STUDIO”

DI JAKARTA

Putri Ayu Wulandari

Rizqy Azis Basuki, M.AB.

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

Telp : (021) 65307062 / Fax : 6530 6971

75200166@student.kwikkiangie.ac.id / puttriaw2811@gmail.com

ABSTRAK

Putri Ayu Wulandari / 75200166 / 2024 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Aksesoris Manik – Manik “*Lilputh Studio*” di Jakarta / Dosen Pembimbing : Rizqy Azis Basuki, M.AB.

Lilputh Studio merupakan bisnis yang bergerak di bidang aksesoris dan perhiasan yang menyediakan kalung, cincin, gelang, dan juga phone strap yang terbuat dari manik – manik. Bisnis ini melayani pembelian custom yang beroperasi secara online melalui aplikasi *Shopee*. Lokasi usaha *Lilputh Studio* terletak di Sumur Batu, Kemayoran, Jakarta Pusat. *Lilputh Studio* memiliki visi yaitu “menjadikan usaha aksesoris manik – manik lebih dikenal dengan keunikan dan kualitasnya yang mampu bersaing di pasar aksesoris Indonesia yang berguna untuk menambah estetika penggunanya serta membantu aktivitas sehari-hari. *Lilputh Studio* juga memprioritaskan pencapaian kepuasan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dapat terjamin.”, dan memiliki misi untuk mendukung pencapaian visi, antara lain : Menyediakan produk perhiasan non emas perak dan aksesoris yang unik dan menarik guna memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat ; Memberikan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan sepenuh hati ; Menjadikan perhiasan dan aksesoris bukan hanya sekedar untuk memanjakan mata namun berguna dalam membantu aktivitas sehari – hari.

Target pasar *Lilputh Studio* yakni masyarakat daerah Jakarta, laki – laki atau Perempuan, usia 15 – 35 tahun, kelas sosial menengah hingga keatas, memiliki gaya hidup konsumtif, penyuka fashion, pengguna media sosial dan aplikasi E – Commerce. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat, *Lilputh Studio* menyusun berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan brand awareness dan meningkatkan pangsa pasar yaitu melalui media sosial untuk berinteraksi dengan konsumen dengan membuat konten – konten yang menarik dan edukatif, pemanfaatan fitur *ads* pada *Instagram*, menggunakan jasa *influencer* / *KOL*, promosi mouth to mouth, dan pemberian program diskon pada hari – hari tertentu. Sumber daya manusia yang dibutuhkan *Lilputh Studio* berjumlah 3 (tiga) orang yang terdiri dari 1 manajer, 1 admin, dan 1 staff.

Dalam perhitungan analisis kelayakan usaha, *Lilputh Studio* memiliki prospek yang positif. Hal ini dilihat berdasarkan hasil analisis keuangan yang menunjukkan bahwa *Payback Period* dalam waktu 2 Tahun 9 Bulan 9 Hari, *Net Present Value* mendapatkan hasil positif sebesar Rp. 160.564.956, hasil *Profitability Index* sebesar 6, dan hasil Break Even Point yaitu hasil penjualan per tahun *Lilputh Studio* lebih besar dari nilai *Break Even Point*. Hal ini menunjukkan bahwa usaha *Lilputh Studio* layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : *Lilputh Studio*, Pendirian Bisnis, Aksesoris Manik – Manik, Perhiasan dan Aksesoris

© 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 mengutip sumbernya.
- 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.



ABSTRACT

Putri Ayu Wulandari / 75200166 / 2024 / Business Plan for Establishing a Bead Accessories Business
"Lilputh Studio" in Jakarta / Lecturer : Rizqy Azis Basuki, M.AB.

Lilputh Studio is a business that operates in the accessories and jewelry sector, providing necklaces, rings, bracelets, and also phone straps made from beads. This business serves custom purchases that operate online via the Shopee application. Lilputh Studio's business location is in Sumur Batu, Kemayoran, Central Jakarta. Lilputh Studio has a vision, namely "Lilputh Studio's bead accessories business is better known for its uniqueness and quality that is able to compete in the Indonesian accessories market which is useful for adding to the aesthetics of its users and helping with daily activities. Lilputh Studio also prioritises achieving customer satisfaction so that customer loyalty can be guaranteed.", and has a mission to support the achievement of the vision, including: Providing non-gold silver jewelry products and accessories that are unique and attractive for use; fulfilling the wants and needs of the community; Providing customer satisfaction with product quality and wholehearted service; making jewelry and accessories not just for pleasing the eye but useful in helping with daily activities.

Lilputh Studio's target market is the people of the Jakarta area, men and women, aged 15 - 35 years, of the middle to upper social class, who have a consumer lifestyle, fashion enthusiasts, and users of social media and E-Commerce applications. To face tight business competition, Lilputh Studio has developed various marketing strategies to increase brand awareness and increase market share, namely through social media to interact with consumers by creating interesting and educational content, utilizing the ads feature on Instagram, using influencer / KOL services, word-to-mouth promotions, and providing discount programs on certain days. The human resources required by Lilputh Studio are 3 (three) people consisting of 1 manager, 1 admin, and 1 staff member.

In calculating the business feasibility analysis, Lilputh Studio has positive prospects. This is seen based on the results of financial analysis, which show that the Payback Period is 2 year, 7 months, and 9 days, the Net Present Value gets a positive result of IDR. 160,564,956, the Profitability Index result is 6 and the Break Even Point result is that Lilputh Studio's annual sales results are greater than the Break Even Point value. This shows that the Lilputh Studio business is worth running.

Keywords: Lilputh Studio, Business Establishment, Bead Accessories, Jewelry and Accessories

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

Penelitian kritis dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
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.
c. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pendahuluan

A. Konsep Bisnis

Lilputh Studio merupakan bisnis UMKM yang bergerak di bidang perhiasan dan aksesoris mulai tahun 2025 dengan menawarkan produk *handmade* berupa gelang, cincin, kalung dan *phone strap* berbahan dasar manik – manik. Dalam menghasilkan produknya, *Lilputh Studio* selalu mengutamakan kualitas dan juga keunikan produk. Harga jual produk dari *Lilputh Studio* ditargetkan untuk kelas ekonomi menengah kebawah. *Lilputh Studio* memiliki tempat produksi yang terletak di Sumur Batu, Kemayoran, Jakarta Pusat.

B. Visi dan Misi

Lilputh Studio memiliki visi 2036 yaitu menjadikan usaha aksesoris manik – manik lebih dikenal dengan keunikan dan kualitasnya yang mampu bersaing di pasar aksesoris Indonesia yang berguna untuk menambah estetika penggunaanya serta membantu aktivitas sehari-hari. *Lilputh Studio* juga memprioritaskan pencapaian kepuasan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dapat terjamin.

Misi *Lilputh Studio* adalah :

- 1) Memberikan produk perhiasan non emas perak dan aksesoris yang unik dan menarik guna memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat.
- 2) Mengutamakan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan sepenuh hati.
- 3) Menciptakan perhiasan dan aksesoris bukan hanya sekedar untuk memanjakan mata namun berguna dalam membantu aktivitas sehari-hari.

C. Peluang Usaha

Peluang bisnis aksesoris manik akan selalu menarik di berbagai pasar karena adanya desain khusus dan personalisasi yang dimana peluang besar terletak pada menawarkan layanan desain khusus dan personalisasi kepada pelanggan. Hal ini dapat mencakup pembuatan aksesoris manik-manik sesuai dengan keinginan dan preferensi individu. Layanan ini sangat terkenal di kalangan mereka yang mencari aksesoris unik dan bermakna. Adapun tema dan tren tertentu yang tidak akan pernah berhenti, seperti saat ini kembali tren dengan tema Y2K.

Dilihat dari data bahwa data peminat manik-manik cenderung mengalami peningkatan yang positif. Hal ini dapat disimpulkan angka tersebut menyatakan bahwa minat terhadap manik-manik sangat tinggi sehingga memberikan peluang yang baik bagi keberlangsungan bisnis.

Dilihat dari lokasi yang penulis ingin bangun bisnis di kota tersebut, disana penyedia produk dan layanan manik-manik *custom* di JABODETABEK masih terbilang tidak terlalu banyak dan masih memiliki potensi maupun peluang untuk membuka jasa layanan tersebut guna untuk melayani permintaan dari masyarakat yang cukup tinggi khususnya pada perhiasan dan aksesoris manik-manik.

D. Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana awal yang diperlukan oleh *Lilputh Studio* sebesar Rp 30.728.559 yang dialokasikan untuk keperluan kas yang tujuannya digunakan untuk kebutuhan dana yang mendesak seperti kebutuhan bahan baku, perlengkapan dan uang kembalian. Lalu kebutuhan juga diperlukan untuk membeli bahan baku langsung, persediaan perlengkapan, peralatan, sewa tempat usaha, adanya biaya pra operasi seperti hak paten.

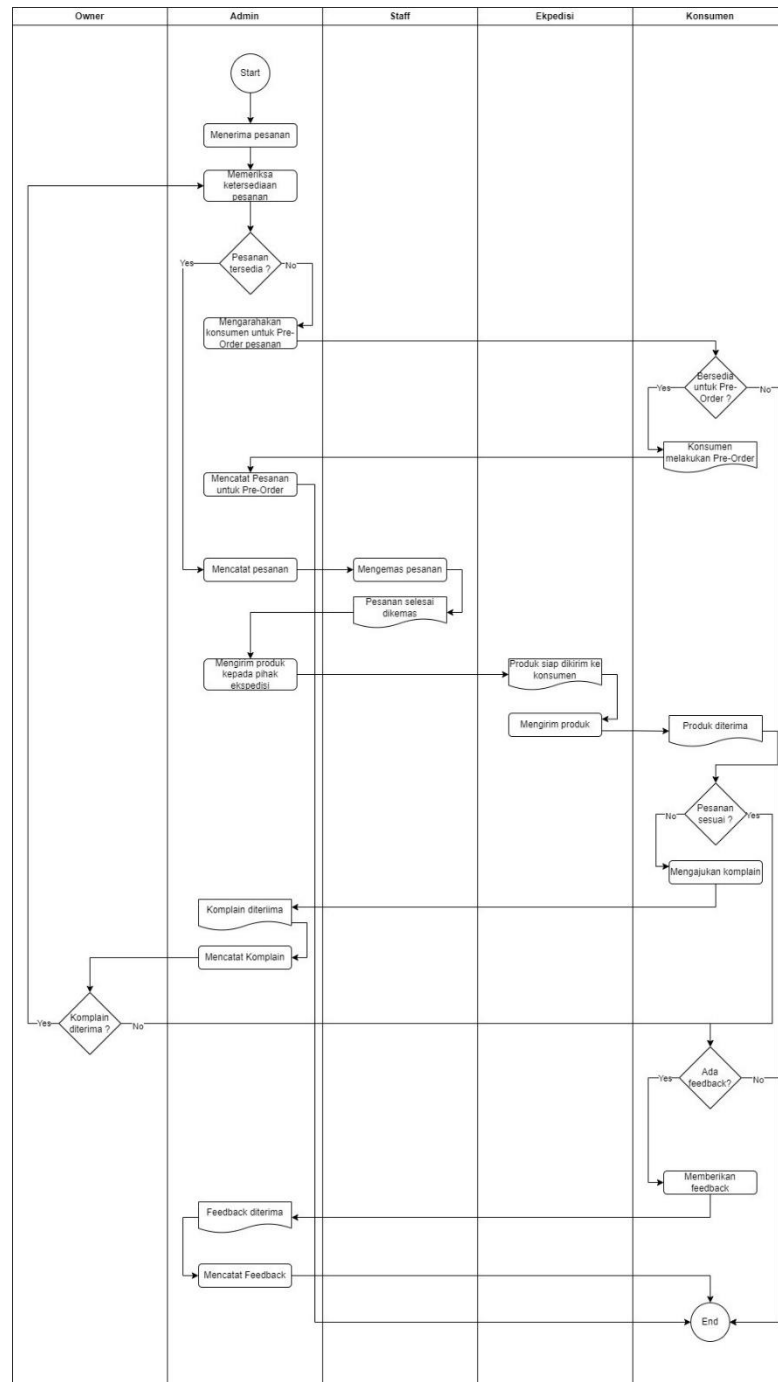
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

A. Rencana Alur Produk

Rencana alur produk menggambarkan proses pengelolaan produk mulai dari proses pemesanan produk oleh konsumen hingga produk tersebut diterima oleh konsumen. Alur proses dari *Lilputh Studio* melakukan proses pemesanan secara *online*.

Alur Proses Pemesanan Produk *Lilputh Studio*



Sumber : *Lilputh Studio*, 2024

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.

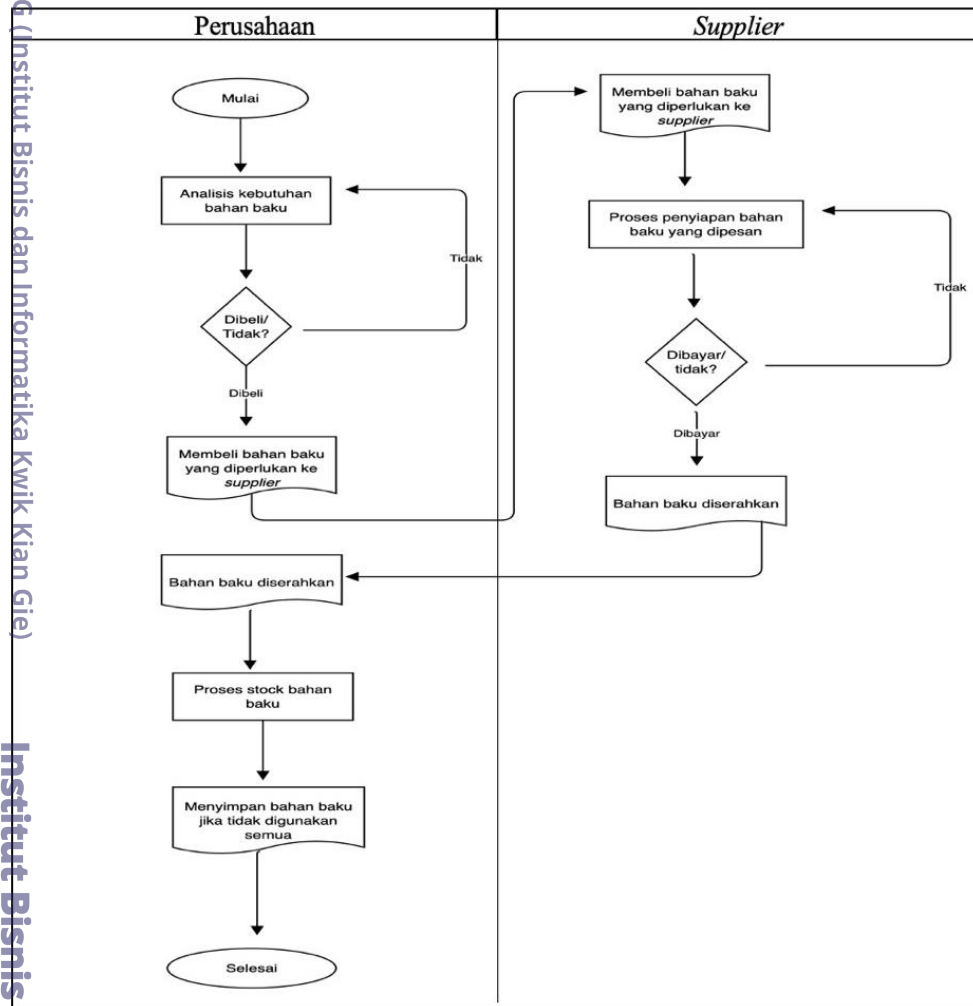
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Pembelian bahan persediaan biasanya dilakukan sebelum melakukan proses operasional usaha. Perusahaan memiliki persediaan tiap tahunnya yang terdiri dari bahan baku, perlengkapan dan pembelian barang jadi. Pembelian bahan baku langsung yang merupakan bahan utama dari proses pembuatan aksesoris manik – manik akan dilakukan selama 3 bulan sekali.

Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan



Sumber : Lilputh Studio, 2024

C. Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Pembelian peralatan dan teknologi ini dilakukan sebelum kegiatan operasional usaha berlangsung dan pastinya memiliki usia pemakaian yang berbeda untuk tiap barangnya. Peralatan dan teknologi yang digunakan oleh Lilputh Studio diperkirakan memiliki usia hingga 5 tahun. Berikut ini daftar teknologi dan peralatan yang dibutuhkan oleh Lilputh Studio dalam menjalankan usahanya :

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



(Dalam Rupiah)

Keterangan	Jumlah	Harga	Total
Tang 3 in 1 Multi Fungsi	2	24,000	48,000
Kotak Penyimpanan Manik - Manik Box Sekat Serbaguna 24 Sekat	4	35,000	140,000
Meteran Baju 150cm serbaguna otomatis	2	4,000	8,000
Kalkulator 12-Digit Elektronik Kalkulator GAONA	1	22,000	22,000
Lampu Belajar Sentuh 3 Warna	2	40,000	80,000
Meja Taman Lipat <i>Adjustable</i> KRISBOW	2	399,000	798,000
Kursi Lipat	2	148,500	297,000
Gunting Joyko SC-828-848	2	8,500	17,000
Rak Serbaguna 7 Susun	1	140,000	140,000
Laptop Lenovo Ideapad Slim 3 Core i3-1115G4 8 GB 512 SSD 14 inch	1	5,656,000	5,656,000
Air Cooler AC100-A Midea	1	844,909	844,909
Barcode Printer Thermal Waybill	1	545,000	545,000
Tempat sampah 15L	2	25,000	50,000
Total			8,645,909

Sumber : *Shopee, Supplier*

Strategi Bisnis

A. Rencana Pemasaran

1. Segmentasi

a) Segmentasi Geografis

Pada segmen ini, pasar dibagi menjadi beberapa bagian menurut geografisnya seperti negara, wilayah, kabupaten, kota, dan lingkungan sekitar. Dalam segmentasi geografis, *Lilputh Studio* memprioritaskan wilayah JABODETABEK dalam memasarkan dan memperkenalkan produknya. Namun, *Lilputh Studio* menargetkan wilayah Jakarta sebagai target segmentasi geografis yang utama.

b) Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis, pasar dibagi menjadi beberapa bagian seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, rasa, dan kelas sosial. *Lilputh Studio* menargetkan konsumen dengan usia mulai dari 15 – 35 tahun yang termasuk dalam kategori remaja hingga dewasa karena pada kelompok usia 15 hingga 35 tahun cenderung aktif secara sosial serta orang – orang dalam kelompok usia ini memiliki daya beli yang lebih tinggi atau memiliki akses lebih besar terhadap uang saku mereka dibandingkan dengan kelompok usia yang lebih muda atau lebih tua.

c) Segmentasi Psikografis

Pada segmen ini, pasar dibedakan kedalam beberapa kelompok seperti kelas sosial, karakteristik, dan gaya hidup. Dalam menjalankan usahanya, *Lilputh Studio* menargetkan masyarakat dengan gaya hidup konsumtif dan penyuka *fashion* khususnya *Y2K*. Penyuka *fashion Y2K* adalah individu yang mengadopsi atau menggemari gaya mode yang terinspirasi oleh tren dan estetika mode dari akhir tahun 1990-an hingga awal tahun 2000-an. Selain itu, *Lilputh Studio* menyajikan berbagai macam *design* dan variasi yang dapat dibuat secara *custom*. Tentunya hal ini menjadi daya tarik bagi masyarakat yang menginginkan suatu produk tetapi sesuai dengan keinginan mereka.

d) Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku membagi kelompok pasar berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, dan reaksi mereka terhadap suatu produk. Produk *Lilputh Studio*

1. Penulisan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



adalah perhiasan dan aksesoris yang terbuat dari manik-manik sebagai penyanggah estetika penggunaannya. Oleh karena itu, *Lilputh Studio* menargetkan masyarakat yang menyukai fashion khususnya gaya tahun 2000-an untuk memenuhi gaya hidupnya.

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

2. Targeting

Lilputh Studio menargetkan konsumen untuk kelas ekonomi menengah kebawah hingga keatas yang menyukai *fashion* ala tahun 2000-an atau *Y2K*.

3. Positioning

Positioning Lilputh Studio adalah sebagai penyedia produk perhiasan dan aksesoris manik – manik yang menargetkan penjualan produk pada wilayah lokal hingga Internasional dengan melakukan kegiatan bazar dan ekspor. *Lilputh Studio* menunjukan produk kepada remaja hingga orang dewasa yang memiliki usia 15 hingga 35 tahun tanpa memandang jenis kelamin. Produk *Lilputh Studio* juga diperuntukkan kepada masyarakat yang menyukai tren *fashion Y2K* atau tren ala tahun 2000-an untuk memenuhi gaya hidupnya.

B. Rencana Organisasi

Lilputh Studio memiliki 3 (tiga) pekerja yang terbagi atas jabatan manajer, admin, dan staff. Tenaga kerja memiliki kewajiban waktu kerja mulai dari hari senin hingga sabtu dengan waktu kerja 8 jam sehari termasuk istirahat. Dalam satu hari jam kerja dimulai pukul 08.00 – 16.00 WIB.

C. Rencana Keuangan

Berikut ini kebutuhan dana awal dari *Lilputh Studio* untuk melakukan pendirian usaha :

Kebutuhan Dana	
Keterangan	Jumlah
Kas	5,000,000
Bahan Baku Langsung	4,137,150
Persediaan Perlengkapan	10,445,500
Peralatan	8,645,909
Biaya Sewa Tempat Usaha	2,000,000
Biaya Pra Operasi	
Hak Paten	500,000
Total	30,728,559

Sumber : Tabel 7.1

Untuk mengetahui kelayakan dari pengembangan usaha *Lilputh Studio*, dilakukan analisis sebagai berikut :

Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period (PP)</i>	5 Tahun	2 Tahun 7 Bulan 9 Hari	Layak
<i>Net Present Value (NPV)</i>	>0	160,564,956	Layak
<i>Profitability Index (PI)</i>	>1	6	Layak

Sumber : Tabel 9.1

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.



Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa usaha Lilputh Studio layak untuk dijalankan, dengan penjelasan sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan analisis *Payback Period*, didapatkan hasil analisis *Payback Period* yaitu selama 2 tahun 7 bulan 9 hari, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Lilputh Studio* layak untuk dijalankan karena *Payback Period* kurang dari 5 tahun
- 2) Berdasarkan analisis NPV, didapatkan hasil NPV sebesar Rp 160.564.956, maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.
- 3) Berdasarkan hasil dari *Profitability Index*, didapatkan hasil PI sebesar 6 yang berarti hasil $PI > 1$, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.

(Dalam Rupiah)

Tahun	Penjualan	Biaya Variabel (VC)	Biaya Tetap (FC)	1-(VC/Penjualan)	Break Event Point
2025	233,004,000	117,784,223	110,688,182	0.494496992	223,839,950
2026	254,914,718	122,061,575	115,643,952	0.521167018	221,894,225
2027	264,397,546	125,476,100	120,832,895	0.525426380	229,971,123
2028	274,233,135	128,988,173	126,266,231	0.529640452	238,399,901
2029	284,434,607	132,600,650	131,955,729	0.533809717	247,196,192

Sumber : Tabel 7.21

Berdasarkan hasil analisis perhitungan BEP, usaha ini layak untuk dijalankan dikarenakan nilai penjualan selalu > daripada nilai BEP nya.

D. Pengendalian Resiko

1 Melakukan Evaluasi Bisnis Secara Rutin dan Meningkatkan Kualitas SDM

Evaluasi bisnis secara rutin dapat berguna bagi perkembangan bisnis. Evaluasi yang ada juga perlu diikuti dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk mengantisipasi berbagai risiko yang dapat terjadi. Antisipasi dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi pada setiap bidang yang ada dalam *Lilputh Studio*. Dari segi keuangan, perlu dilakukan evaluasi dalam pengontrolan arus kas perusahaan agar tidak terjadi pengeluaran yang berlebihan dalam kegiatan pembelian. Manajer harus lebih teliti dan memiliki perencanaan keuangan yang baik. Untuk bagian pemasaran, admin dapat meningkatkan kinerjanya untuk membangun *brand image* yang baik dalam masyarakat serta terus melakukan evaluasi terhadap keefektifan program pemasaran yang telah dilakukan. Apabila program pemasaran yang telah dilakukan kurang berhasil maka diperlukan perencanaan strategi pemasaran baru yang kreatif dan efektif. Risiko dari kualitas produk dapat diantisipasi dengan meningkatkan ketelitian dalam proses produksi / menyiapkan pesanan pelanggan serta melakukan *quality control* yang baik agar pelanggan dapat selalu mendapatkan produk yang baik dan memuaskan. Pelatihan karyawan juga dapat dilakukan agar para karyawan meningkatkan kemampuan sesuai dengan bidangnya masing – masing.

2 Melakukan *Research* dan *Development*

Lilputh Studio harus selalu mengikuti arus informasi terkait dunia bisnis terutama dalam bidang aksesoris dan perhiasan, baik terhadap akan kemunculan suatu tren baru atau perkembangan politik yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah. Dengan dilakukannya penelitian dan pengembangan ini maka *Lilputh Studio* dapat mengantisipasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan – perubahan yang dinamis sehingga dapat mampu mengikuti perkembangan dan menciptakan inovasi yang sesuai dengan tren / keinginan masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Ambarwati, R., & Supardi. (2020). Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri. Sidoarjo: UMSIDA Press.

David, F. R. (2019). Management Strategic. Jakarta: Salemba Empat.

Hajar, H. E. (2019). Manajemen Strategik - Konsep Keunggulan Bersaing. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Hamali, A. Y., & Budihastuti, E. S. (2019). Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi, dan Manajemen Strategi Mengelola Kelangsungan Hidup Organisasi. Jakarta: Prenada Media.

Imayani, N. W. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: DEEPUBLISH.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles Of Marketing. Harlow: Pearson Education.

Padli, H. A. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. Banjarmasin: Poliban Press.

Sobana, H. D. (2018). Studi Kelayakan Bisnis. Bandung: PUSTAKA SETIA.

Sumber Web Site :

Data Ekspor Impor Nasional. (2023, Desember). Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/id/exim>

Mustajab, R. (2023, September). Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2018-2017. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproeksi-capai-19647-juta-pada-2023>

Pamela. (2022, Oktober). Apa Itu Saluran Distribusi? Pengertian, Fungsi, Jenis, dan Contohnya. Retrieved from Mekari Qontak: <https://qontak.com/blog/saluran-distribusi/>

Rizaty, M. A. (2023, Maret). Daftar Negara Paling Gemar Belanja Online, Ada Indonesia. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/daftar-negara-paling-gemar-belanja-online-ada-indonesia>

Sumber Undang – Undang :

Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Hak perlindungan konsumen.

Republik Indonesia. (2008). Undang - Undang nomor 20 tahun 2008 mengenai jenis dan ukuran usaha di Indonesia tentang usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

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

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. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 36 Tahun 2021 Pasal 36 tentang ketentuan pemberian gaji pokok.



C

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 IBI KKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.

PERSETUJUAN RESUME KARYA AKHIR MAHASISWA

Diketahui dan disetujui dari

Nama Mahasiswa / I :

Putri Ayu Wulandari

NIM

:

75200166

Tanggal Sidang :

08 Maret 2024

Judul Karya Akhir

:

Rencana Bisnis Pendirian Usaha Aksesoris Manik-Manik

HiLputh Studio di Jakarta

Jakarta,

19

/ Maret 20 24

Mahasiswa/I

(.....)

Pembimbing

(.....)