

J.CHA BUBBLE DRINK (PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA MINUMAN RINGAN BER-TOPPING)

**Jutin Chandra (jutinchandra@gmail.com)
Yulizar Kasih (yulizar@stmik-mdp.net),
Charisma Ayu P.(charismaayupramuditha11@gmail.com)
Jurusan Manajemen
STIE MDP**

Ringkasan Eksekutif : *J.Cha Bubble Drink* adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner, khususnya minuman. Produk yang ditawarkan *J.Cha Bubble Drink* adalah minuman (seperti teh, teh susu, dsb.) yang diberi tambahan *topping* dalam penyajiannya. Usaha *bubble drink* sendiri awalnya ditemukan di Taiwan, dan bukan merupakan usaha baru di Palembang. Kehadiran *J.Cha Bubble Drink* dipicu oleh keinginan pemilik untuk menambah pilihan produk *bubble drink* yang ada saat ini, menghadirkan menu-menu yang belum ditawarkan oleh pesaing, dan mengubah pola konsumsi masyarakat dari *soft drink* berkarbonasi menjadi minuman yang lebih menyehatkan untuk tubuh. *J.Cha Bubble Drink* memasarkan produknya dengan mempergunakan media cetak, media sosial, dan strategi WOM. Struktur organisasi *J.Cha Bubble Drink* terdiri dari *owner*, barista, dan kasir. Pada aspek keuangan, *J.Cha Bubble Drink* dinyatakan layak usahanya dengan menggunakan metode-metode seperti *payback period*, NPV, IRR dan BEP. Dari hasil perhitungan dan didukung oleh pengalaman dalam bidang ini, penulis optimis akan usaha ini.

Kata Kunci : *J.Cha Bubble Drink*, teh mutiara

Executive Summary : *J.Cha Bubble Drink is a business that engaged in the culinary field, especially beverages. The products at J.Cha Bubble Drink are beverages (such as tea, milk tea, etc..) which is coupled with a topping on its service. This bubble drink enterprise was founded in Taiwan, and it is not a new venture in Palembang. The presence of J.Cha Bubble Drink is triggered by the owner's desire to increase the choices of bubble drink products available today, to present some menus that have not been offered by competitors, and to change the consumption's patterns of carbonated soft drinks into more healthful for the body. J.Cha Bubble Drink markets their products by using printed media, social media, and WOM strategies. The organizational structure of J.Cha Bubble Drink consists of the owner, barista, and cashier. On the financial aspect, J.Cha Bubble Drink is declared as an eligible business by using some methods such as payback period, NPV, IRR and BEP. Therefore, from the calculating's results and the experiences in this business, the author is optimistic about this business.*

Keywords : *J.Cha Bubble Drink, Bubble Tea*

1. Pendahuluan

1.1 Sejarah Berdirinya Usaha

Perkembangan zaman dan gaya hidup masyarakat yang terus berkembang membuat masyarakat Palembang mulai gemar mengunjungi Mall pada berbagai kesempatan. Melihat adanya pangsa pasar yang besar tersebut, maka dapat meningkatkan niat para pebisnis untuk

memulai usahanya di dalam Mall, salah satu produk yang kini sedang mulai berkembang di antara masyarakat, adalah produk *bubble tea* atau *bubble drink*. Saat ini akan didirikan Mall baru yaitu Mall Palembang Icon. Dalam lahan baru ini belum ada produk *bubble tea* merk pesaing. Penulis berniat untuk menjalankan usaha ini dikarenakan hal tersebut, adanya peningkatan jumlah pengunjung Mall, dan adanya

pengalaman saya di bidang ini dikarenakan saya telah membuka usaha ini sebelumnya di salah satu mall di Palembang.

1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Nilai-nilai

Visi J.Cha *Bubble Drink* adalah menjadikan J.Cha sebagai usaha *franchise* yang dikenal dan diminati di Indonesia.

Misi J.Cha *Bubble Drink* :

1. Menyelenggarakan proses riset dan inovasi secara berkesinambungan terhadap produk untuk menarik minat pasar.
2. Terus menjaga kualitas produk.
3. Melakukan promosi gencar akan *brand*.

Tujuan J.Cha *Bubble Drink* :

1. Mengubah pola hidup masyarakat dari konsumsi *soft drink* berkarbonasi menjadi minuman yang lebih sehat untuk tubuh.
2. Menciptakan produk *bubble drink* yang berkualitas.
3. Meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi teh.
4. Meningkatkan keinginan masyarakat dalam berwirausaha.
5. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja yang ada di daerah Palembang dan daerah sekitarnya.

2. Gambaran Usaha

Produk yang ditawarkan usaha ini adalah produk minuman ringan ber-*topping* atau yang biasa dikenal dengan sebutan *bubble tea / bubble drink*. Lokasi usaha saya akan dilaksanakan di Mall Palembang Icon. Proses operasional akan dijalankan pada suatu lahan (*island*) dalam bentuk *outlet*. Outlet yang akan dipergunakan di sini berbentuk seperti *booth* penjualan makanan / minuman yang umumnya dikenal masyarakat.

Tampilan *booth* ini akan didominasi oleh warna hijau. Produk minuman ringan ber-*topping* yang ditawarkan ini adalah beberapa jenis teh, seperti *black tea, green tea, milk tea, green milk tea*, dan akan digabungkan dengan perisa dari beberapa *brand* produk yang telah memiliki BPOM, kemudian ditambahkan dengan pilihan *topping*. Produk yang dibeli konsumen pun akan diracik langsung oleh barista, petugas peracik minuman, setelah konsumen memilih dan membayar pesannya tersebut di kasir. Persediaan bahan baku untuk produk J.Cha dapat disimpan dalam waktu yang cukup lama, sekitar 1-2 tahun. Akan tetapi, permasalahan bahan baku yang dapat timbul selama operasional J.Cha ini adalah dari perubahan harga bahan baku yang dapat berubah mengikuti besarnya nilai tukar mata uang, dikarenakan bahan baku yang dipergunakan merupakan bahan baku *import*. Untuk mengatasi kemungkinan perubahan harga bahan baku tersebut, J.Cha akan melakukan proses pemesanan dan penyimpanan bahan baku yang lebih besar. Kami juga akan menerapkan *safety stock* pada bahan baku untuk mencegah terjadinya kekosongan bahan baku yang dapat mengganggu kegiatan operasional J.Cha. Berikut keunikan dan keunggulan yang ditawarkan oleh J.Cha *Bubble Drink* :

1. Memiliki cita rasa yang setara atau akan lebih enak dibandingkan para pesaing
2. Memiliki *tapioca pearl* dengan kekenyalan yang pas.
3. Mempergunakan *topping* tambahan berupa buih-buih (*foam*) dari keju sebagai penambah cita rasa dari produk, yang mana belum dimiliki oleh pesaing.
4. Menerima orderan dalam jumlah besar untuk mengisi *event* tertentu,

seperti ulang tahun, arisan, dan lain sebagainya.

5. Memiliki jasa *delivery* untuk pemesanan dalam jumlah tertentu.
6. Memiliki promo-promo yang berkelanjutan bagi konsumen.

3. Aspek Pemasaran

3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, Positioning

Segmentasi yang dilayani oleh J.Ch *Bubble Drink* adalah pria maupun wanita dari anak-anak hingga dewasa, pada kelas ekonomi menengah ke atas, yang bertindak sebagai pengunjung maupun para karyawan serta pemilik *tenant* yang berada di lokasi usaha (Mall) serta para penduduk / karyawan di daerah sekitar area Mall Palembang Icon. Target pasar yang ingin diraih J.Ch *Bubble Drink* adalah perempuan dari anak-anak hingga dewasa yang berada pada kelas ekonomi menengah ke atas yang berada di lokasi usaha (Mall) baik sebagai pengunjung, karyawan, maupun pemilik *tenant*. *Positioning* dari J.Ch *Bubble Drink* adalah sebagai pilihan minuman ringan yang dapat menemani Anda di tiap *moment* pada waktu kapan pun, dengan citarasa yang unik dan menarik melalui penambahan buih-buih keju pada minumannya, serta dapat lebih mudah untuk didapatkan konsumen.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

Dalam perhitungan perkiraan besarnya permintaan dan penawaran terhadap produk ini, saya akan mempergunakan data yang ada, yaitu data yang diperoleh dari situs *palembang-pos.com* mengenai jumlah pengunjung Mall tahun 2013 dan data dari BPS Palembang mengenai jumlah penduduk tahun 2013 sebagai landasan perhitungan. Untuk melakukan perhitungan perkiraan

permintaan, sebelumnya saya akan memperhitungkan jumlah besarnya permintaan potensial, baik dari jumlah pengunjung Mall serta jumlah penduduk yang berada di sekitar area tersebut (kecamatan Ilir Barat I). Jumlah pengunjung Mall diasumsikan sama dengan jumlah pengunjung rata-rata Mall Palembang Square 2013 yaitu sebesar 40.000 orang. Untuk data jumlah penduduk di area sekitar Mall Palembang Icon, yaitu area kecamatan Ilir Barat I, saya akan mempergunakan data yang telah didapatkan dari sebuah tabel pada katalog BPS Kota Palembang. Dari data tersebut, diketahui bahwa jumlah penduduk di kecamatan Ilir Barat I pada tahun 2009 berjumlah 129.604 orang. Maka dari itu, jumlah pasar yang potensial berjumlah 169.604 orang. Diasumsikan bahwa 5% dari pasar potensial tersebut adalah permintaan potensial, yaitu 6.480 orang. Melihat dari jumlah permintaan potensial tersebut, bila seluruh pesaing memasuki pasar yang sama, yaitu Mall Palembang Icon, maka jumlah permintaan potensial yang belum terlayani oleh pesaing adalah sebesar 6.215 orang. Untuk perhitungan perkiraan penawaran J.Ch, saya mempergunakan asumsi jumlah besarnya penawaran kami adalah sebesar 2,5% dari jumlah permintaan potensial yaitu sebesar 6.215 orang, jadi perkiraan besarnya penawaran adalah 150 gelas/hari. Besarnya jumlah perkiraan ini saya ambil berdasarkan pada informasi jumlah penawaran pesaing sejenis di Palembang.

3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa pasar

Pangsa pasar yang tersedia saat ini adalah sebanyak 169.604 orang. Angka ini didapatkan dari perhitungan jumlah pengunjung Mall beserta jumlah

penduduk yang berada di kecamatan Ilir Barat I yang telah ada pada poin poin 4.2. Perkiraan Permintaan dan Penawaran. Diasumsikan bahwa 5% dari pasar potensial tersebut adalah permintaan potensial, yaitu 6.480 orang. Melihat dari jumlah permintaan potensial tersebut, maka jumlah permintaan potensial yang belum terlayani oleh pesaing adalah sebesar 6.215 orang. Jumlah ini didapatkan dari hasil pengurangan permintaan potensial dengan jumlah permintaan para pesaing.

3.4 Analisis SWOT

1. *Strength* (Kekuatan)

Kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh J.Chai *Bubble Drink* antara lain:

- A. Bahan baku *import*
- B. *Brand* terlihat *brand* asing / internasional
- C. Harga lebih terjangkau
- D. Menggunakan sarana promosi yang efektif
- E. Lokasi strategis
- F. Memiliki jasa *delivery* dan *event*
- G. Memiliki *topping* khusus
- H. Mengadakan promo yang berkelanjutan

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan J.Chai *Bubble Drink* adalah :

- A. Harga sewa yang tinggi
- B. Ukuran *counter* yang terbatas
- C. Kemungkinan terjadinya kekosongan stok cukup besar

3. *Opportunities* (Peluang)

Peluang bisnis J.Chai *Bubble Drink* ini masih sangat tinggi karena masih banyak pangsa pasar yang belum digapai oleh pesaing dan masyarakat menyukai produk *import*. Sehingga diharapkan J.Chai *Bubble Drink* dapat ikut bersaing dan berkembang di kota Palembang.

4. *Threat* (Ancaman)

Ancaman yang akan ditemui oleh J.Chai *Bubble Drink* adalah adanya pesaing usaha sejenis yang sudah beroperasi saat ini, munculnya pesaing baru, karyawan yang kurang terlatih dalam kegiatan operasional dan besarnya nilai kurs yang tidak menentu.

3.5 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap pesaing

3.5.1 Produk (*Product*)

Strategi pemasaran yang diterapkan dalam segi produk ini adalah dengan mencoba menawarkan beraneka jenis produk yang lebih banyak atau setara dengan pesaing pada umumnya. Selain dari varian produk, kami juga menekankan pada penawaran kualitas produk yang lebih baik kepada pelanggan.



3.5.2 Harga (*Price*)

Harga yang ditetapkan oleh J.Chai *Bubble Drink* adalah Rp 13.000 – Rp 18.000 untuk harga produknya.

3.5.3 Promosi (*Promotion*)

3.5.3.1 Periklanan (*Advertising*)

- Memasang poster promosi di area kampus.

- Mempromosikan J.Cha *Bubble Drink* secara *offline* dan *online* melalui jejaring sosial.
- Melakukan kegiatan *sponsorship* di berbagai acara kampus yang berhubungan langsung dengan pangsa pasar.

3.5.3.2 Penjualan Personal

Penjualan personal yang dapat dipergunakan sebagai media promosi J.Cha adalah melalui promosi oleh pemilik (*owner*) secara pribadi dan langsung kepada kerabat, teman, dan masyarakat yang dekat dengannya.

3.5.3.3 Hubungan Masyarakat

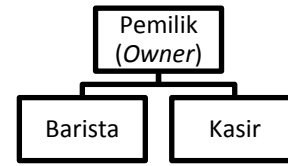
Bentuk promosi *public relation* yang dilakukan oleh J.Cha *Bubble Drink* berbentuk balasan atas setiap *comment* yang ada di jejaring sosial, sehubungan dengan hal yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk J.Cha *Bubble Drink* ini sendiri.

3.5.4 Penyaluran (*Placement*)

Untuk poin penyaluran di sini, penyaluran yang dimiliki J.Cha *Bubble Drink* merupakan bentuk penyaluran langsung, yang mana penyampaian produk dari titik produksi hingga ke konsumen dilakukan di satu tempat yang sama, yaitu *counter* (gerai) J.Cha *Bubble Drink* ini sendiri.

4. Aspek Organisasi dan Manajemen

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia



4.2 Perijinan

J.Cha *Bubble Drink* merupakan usaha yang berbentuk badan hukum usaha perorangan dan perijinan yang dibutuhkan adalah SITU (Surat Izin Tempat Usaha), dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). SITU dan SIUP ini harus diproses di Kantor pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Palembang.

4.3 Kegiatan Pra Oprasi dan Jadwal Pelaksanaan

Jadwal Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan (dalam minggu)			
	1	2	3	4
Survei lokasi	√			
Menyusun konsep dan rencana	√			
Menghubungi pihak <i>marketing</i>	√	√		
Perijinan		√	√	
Pembuatan <i>counter</i> dan papan nama		√	√	
Penyediaan produk, peralatan, dan perleng.			√	
Mendesain <i>tenant</i>				√
<i>Training</i> karyawan				√

4.4 Inventaris Kantor dan Suplai Kantor

Untuk menunjang operasional dari J.Cha *Bubble Drink* diperlukan inventaris dan *supply* kantor. Inventaris kantor adalah segala hal yang dipergunakan kantor dan memiliki umur ekonomis 4 – 16 tahun penggunaan, sedangkan *supply* kantor adalah segala sesuatu yang dipergunakan kantor dengan umur ekonomis 1 tahun penggunaan. Untuk menentukan umur ekonomis dari inventaris J.Cha *Bubble Drink*,

inventaris tersebut akan dikelompokkan sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan PMK-96/PMK.03/2009 dan berdasarkan observasi kami terhadap usaha sejenis, seluruh inventaris (aktiva tetap) J.Cha *Bubble Drink* akan memiliki nilai residu sebesar 50%.

5. Aspek Produksi

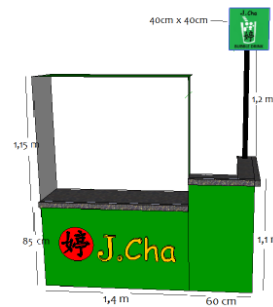
5.1 Pemilihan Lokasi

Lokasi yang akan dijadikan sebagai lokasi produksi untuk usaha J.Cha *Bubble Drink* adalah sama dengan lokasi penjualan dan pemasarannya, yaitu pada Mall “Palembang Icon” yang berlokasi di Jl. Pom IX, Palembang. Pemilihan lokasi produksi, penjualan, dan pemasaran yang sama ini didasari oleh bentuk usaha kami yaitu pembuatan produk setelah diterimanya pesanan *customer* oleh kasir kami.

Alasan pemilihan lokasi di Mall “Palembang Icon” adalah lokasi merupakan tempat perbelanjaan yang mana konsumen / pengunjunnya akan lebih mudah dan mau untuk mengeluarkan uangnya dan melakukan pembelian, lokasi tersebut berada di tengah kota, dan berada di dekat area perkantoran dan pemukiman masyarakat, sehingga pangsa pasar menjadi lebih besar lagi, tidak hanya untuk para pengunjung Mall saja.

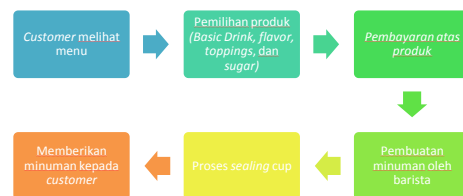
5.2 Rencana Tata Letak

Counter J.Cha *Bubble Drink* akan diletakkan dalam *island* Mall. “Bentuk Bebas”. Tata letak untuk penempatan peralatan dan bahan baku dalam kegiatan operasional disusun sedemikian rupa sehingga penampilan rapi dan bersih. Sehingga baik karyawan maupun *customer* dapat merasa nyaman selama proses transaksi.



5.3 Proses Produksi

Proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk. Berikut ini diagram alur yang menjelaskan tahapan proses produksi dari J.Cha *Bubble Drink* :



5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Dalam menjalankan operasionalnya J.Cha *Bubble Drink* tentunya membutuhkan bahan baku dan bahan pembantu untuk proses produksi. Biaya yang dibutuhkan untuk bahan baku adalah Rp 24.200.000 dan bahan pembantu Rp 4.065.000.

5.5 Tenaga Produksi

J.Cha *Bubble Drink* dalam menjalankan usahanya akan menggunakan 2 karyawan yang bertugas sebagai barista (peracik minuman) dan kasir. Kriteria tenaga kerja yang akan digunakan J.Cha *Bubble Drink* adalah Warga Negara Indonesia (WNI) yang berada pada usia produktif, baik pria maupun wanita. Kualifikasi tenaga produksi yang dibutuhkan adalah minimal tamatan SMP yang memiliki kemampuan berbahasa Indonesia dan

Inggris, serta memiliki kemampuan mempergunakan komputer.

5.6 Mesin dan Peralatannya

Dalam menjalankan usaha memerlukan mesin dan peralatan untuk mendukung kegiatan operasional. Total biaya yang dibutuhkan untuk Mesin dan peralatan yang dibutuhkan oleh J.Ch*a Bubble Drink* dalam menjalankan kegiatan operasionalnya adalah Rp 18.765.000

5.7 Tanah, Gedung dan Perlengkapannya

J.Ch*a Bubble Drink* direncanakan akan dibuka di sebuah Mall, sehingga tidak memerlukan perencanaan tanah. J.Ch*a Bubble Drink* akan menyewa lokasi *island* yang kosong di lantai 2, Mall Palembang Icon. Untuk perencanaan gedung dan fasilitas lainnya seperti tempat parkir tidak perlu dikhawatirkan karena J.Ch*a Bubble Drink* berlokasi di wilayah Mall, sehingga untuk pengelolaan gedung dan tempat parkir akan dikelola oleh pihak Mall. J.Ch*a Bubble Drink* pun tidak mempergunakan perlengkapan lainnya, perlengkapan yang dipergunakan adalah lemari penyimpanan untuk bahan baku yang ditempatkan di kediaman pribadi pemilik. Penempatan bahan baku yang tidak di lokasi toko dikarenakan karena ukuran *counter* yang terbatas dan terbilang cukup minim, yaitu 2m x 1m, yang hanya cukup untuk proses operasional saja.

6. Aspek Keuangan

6.1 Sumber Pendanaan

Total modal yang diperlukan J.Ch*a Bubble Drink* adalah Rp 515.000.000. Modal tersebut berasal dari dana pribadi sebesar 30% yaitu Rp 154.500.000 dan modal dari orang tua sebesar 70% yaitu Rp 360.500.000.

6.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

Modal investasi yang dibutuhkan J.Ch*a Bubble Drink* adalah Rp 32.115.000.

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Modal kerja yang dibutuhkan J.Ch*a Bubble Drink* adalah Rp 40.125.000.

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

6.4.1 Payback Period

Payback Period untuk J.Ch*a Bubble Drink* adalah selama **2 tahun 2 bulan**.

6.4.2 Net Present Value (NPV)

$$NPV = \frac{\text{kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{kas bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{kas bersih N}}{(1+r)^n} - I_n$$

Menggunakan BI rate sebesar 7,5% (Bank Indonesia 2013) : Dihasilkan nilai NPV Positif sebesar Rp 167.881.978.

6.4.3 Internal Rate of Return (IRR)

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Melihat dari hasil perhitungan IRR yaitu 23,1%, dan mempergunakan *BI rate* (sebesar 7,5%) sebagai perhitungan bunga pinjaman, dapat dinyatakan bahwa investasi J.Ch*a Bubble Drink* melalui perhitungan IRR dinyatakan dapat diterima.

6.5 Analisis Keuntungan

6.5.1 BEP per Unit

$$BEP = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}}$$

Tahun Pertama :

$$BEP = \frac{Rp\ 148.231.250}{Rp\ 15.444 - Rp\ 7.666} = 19.058\ \text{unit}$$

Tahun kedua :

$$BEP = \frac{Rp\ 148.231.250}{Rp\ 15.444 - Rp\ 7.323} = 18.253\ unit$$

Tahun ketiga :

$$BEP = \frac{Rp\ 148.231.250}{Rp\ 15.444 - Rp\ 7.323} = 18.253\ unit$$

Berdasarkan pada perhitungan BEP per unit di atas, diketahui bahwa J.Cha *Bubble Drink* perlu menjual sebanyak 19.058 unit pada tahun pertama, 18.253 unit pada tahun kedua, dan 18.253 unit pada tahun ketiga untuk mencapai titik impasnya.

6.5.2 BEP dalam Rupiah

$$BEP = \frac{Biaya\ tetap}{1 - \frac{biaya\ variabel\ satuan}{harga\ jual\ per\ satuan}}$$

Tahun pertama :

$$BEP = \frac{Rp\ 148.231.250}{1 - \frac{Rp\ 7.666}{Rp\ 15.444}} = Rp\ 290.649.510$$

Tahun kedua :

$$BEP = \frac{Rp\ 148.231.250}{1 - \frac{Rp\ 7.323}{Rp\ 15.444}} = Rp\ 279.681.600$$

Tahun kedua :

$$BEP = \frac{Rp\ 148.231.250}{1 - \frac{Rp\ 7.323}{Rp\ 15.444}} = Rp\ 279.681.600$$

Berdasarkan pada perhitungan BEP per rupiah di atas, diketahui bahwa J.Cha *Bubble Drink* perlu melakukan penjualan atas produknya sebesar Rp 290.649.510 pada tahun pertama, Rp 279.681.600 unit pada tahun kedua, dan Rp 279.681.600 unit pada tahun ketiga untuk mencapai titik impasnya.

6.6 Laporan Keuangan

Untuk menilai kinerja J.Cha *Bubble Drink* untuk tahun operasionalnya selama 1 hingga 3 tahun, diperlukan evaluasi terhadap laporan keuangannya. Berikut adalah laporan keuangan J.Cha *Bubble Drink* berupa laporan arus kas, laba/rugi dan neraca per tahun ke-1,2, dan 3.

- Arus kas

Tahun pertama : Rp 198.782.341

Tahun kedua : Rp 259.983.200

Tahun ketiga : Rp 339.290.600

- Laba Rugi

Tahun pertama : Rp 195.951.091

Tahun kedua : Rp 254.151.950

Tahun ketiga : Rp 336.459.350

- Neraca

Tahun pertama : Rp 586.566.091

Tahun kedua : Rp 814.490.041

Tahun ketiga : Rp 1.142.702.391

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2001, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Revisi Fakultas Universitas Indonesia, Jakarta.
- Anonim. 2013, *Data BI Rate*, Diakses 20 Desember 2013, www.bi.go.id
- Jumingan. 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Icon, Palembang. 2013, *Concept*, Diakses 14 September 2013 <http://palembangicon.com>
- Kasmir dan Jakfar. 2009, *Studi kelayakan Bisnis*, Kencana, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.
- Mulyani Indrawati, Sri. 2009, *Jenis-jenis Harta yang Termasuk dalam Kelompok Harta Berwujud Bukan Bangunan untuk Keperluan Penyusutan*. Diakses 15 Desember 2013, <http://www.sjdih.depkeu.go.id>
- Palembang, Badan Pusat Statistik. 2013, Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin pada Pertengahan Tahun 2013, *Statistik Daerah Kota Palembang 2013*, 11010021671, BPS Kota Palembang, Palembang.
- Palembang, Kota. 2009, *Penduduk dan Ketenagakerjaan: Jumlah Penduduk Kota Palembang Tahun 2006 – 2009*, Diakses 17 September 2013, <http://kota.palembang.go.id>
- Paramitha, Niken dan Taufik Rachman. 2013, *Penerapan PP 46 Tahun 2013 Untuk Keadilan Pajak*, Diakses 17 Desember 2013, <http://www.republika.co.id>
- Pos, Palembang. 2013, *Mall Dipadati Pengunjung*, Diakses 7 september 2013, <http://Palembang-pos.com>
- Suliyanto. 2010, *Studi Kelayakan Bisnis*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana. 2008, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.
- Wibisono, D. 2006, *Manajemen Kinerja: Konsep, Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, Erlangga, Jakarta.
- Wijaya, Trisnadi. 2013, *Capital Budgeting Kantin “Gun”*, Diakses 15 Desember 2013, <http://www.slideshare.net>