

Perencanaan Bisnis Neja.Net (Teaching Factory SMKN Jatiluhur)

Renita Anjarsari¹, Yenny Maya Dora²

Universitas Widyatama, Indonesia

renita.anjarsari@widyatama.ac.id¹, yenny.maya@widyatama.ac.id²

Submitted: 24th July 2024 | **Edited:** 28th Sept 2024 | **Issued:** 01st Dec 2024

Cited on: Anjarsari, R., & Dora, Y. M. (2024). Perencanaan Bisnis Neja.Net (Teaching Factory SMKN Jatiluhur). *INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 11(2), 303-318.

Abstract

Neja.Net is a startup company that provides fast and stable internet services for households, academic communities, and local businesses. These services encompass various internet packages, ranging from basic needs to high-speed options tailored for business use. Neja.Net competes with rivals through loyal customer bases and adaptable products that cater to market demands and technological advancements. Financial analysis indicates that Neja.Net exhibits strong financial performance, enabling sustainable and healthy operations. Support from partners and distributors in marketing and finance strengthens Neja.Net's position to offer dedicated internet services at competitive prices and superior quality compared to broadband internet. The initial funding requirement for Neja.Net amounts to Rp. 154,298,000, with a projected Break Even Point (BEP) in the second year. The company holds significant potential for growth under effective management, with profit projections reaching Rp. 1,000,102,000 within the first five years. Collaborations with partners through student internship programs, graduates' partnerships, and training initiatives foster mutually beneficial symbiosis. The action plan encompasses five stages: infrastructure preparation and development, staff recruitment and training, launch and operations, development and expansion, and consolidation and sustainability. Regular evaluations and continuous innovation are expected to enhance services and maintain competitiveness. Potential risks include financial, technological, cyber-security, and regulatory risks, necessitating effective mitigation strategies to ensure operational continuity.

Keywords: Neja.Net; Internet Services; Startup; Financial Analysis; Business Risks; Technological Innovation

Abstrak

Neja.Net adalah perusahaan startup yang menyediakan layanan internet cepat dan stabil bagi rumah tangga, civitas akademik, dan bisnis lokal. Layanan ini mencakup berbagai paket internet, mulai dari kebutuhan dasar hingga kecepatan tinggi untuk penggunaan bisnis. Neja.Net bersaing dengan kompetitor melalui pelanggan setia dan produk yang dapat dikembangkan sesuai kebutuhan pasar serta kemajuan teknologi. Analisis keuangan menunjukkan bahwa Neja.Net memiliki performa keuangan yang baik, memungkinkan operasional yang sehat dan berkelanjutan. Dukungan dari mitra dan distributor dalam pemasaran serta keuangan memperkuat posisi Neja.Net untuk menyediakan layanan internet dedicated dengan harga yang kompetitif dan kualitas unggul dibandingkan internet broadband. Kebutuhan dana awal untuk Neja.Net adalah

Rp. 154.298.000, dengan prediksi Break Even Point (BEP) pada tahun kedua. Perusahaan ini memiliki potensi besar untuk berkembang jika dikelola dengan baik, dengan proyeksi keuntungan mencapai Rp. 1.000.102.000 dalam lima tahun pertama. Kerjasama dengan mitra melalui program PKL siswa, magang, kerjasama lulusan, dan pelatihan memberikan simbiosis mutualisme yang menguntungkan. Rencana tindakan mencakup lima tahap: persiapan dan pengembangan infrastruktur, rekrutmen dan pelatihan staf, peluncuran dan operasional, pengembangan dan ekspansi, serta konsolidasi dan keberlanjutan. Evaluasi berkala dan inovasi berkelanjutan diharapkan meningkatkan layanan dan mempertahankan daya saing. Potensi risiko meliputi risiko keuangan, teknologi, keamanan siber, dan regulasi, yang memerlukan mitigasi yang efektif untuk menjamin kelangsungan operasional.

Kata Kunci: Neja.Net; Layanan Internet; Startup; Analisis Keuangan; Risiko Bisnis; Inovasi Teknologi

PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 ditandai dengan semakin meningkatnya teknologi komunikasi dan informasi. Saat ini, internet telah menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan, terlebih lagi dengan semakin meningkatnya teknologi digital. Adanya internet dapat memudahkan komunikasi dan meningkatkan interaksi social. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) terbaru, jumlah penduduk di Indonesia kini telah mencapai sebanyak 278,69 juta jiwa pada pertengahan 2023. Angka tersebut naik 1,05% dari tahun sebelumnya. Pada pertengahan 2022, jumlah penduduk di Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa (<https://www.bps.go.id/id>, 2023).

Internet menjadi salah satu kebutuhan pokok untuk manusia saat ini, hal ini karena memang segalanya kini berhubungan dengan internet. Dari internet semua hal dapat diakses dengan mudah mulai dari hiburan, wawasan, informasi ataupun pengetahuan mudah didapatkan. Teknologi internet dinilai sangat cocok untuk masyarakat di era dinamis seperti sekarang ini pasalnya internet tidak seperti televisi yang hanya bisa dilihat di satu tempat saja, namun bisa diakses dimana saja asalkan ada koneksi atau signal bisa dari komputer, laptop, tablet maupun smartphone bisa dengan mudah menampilkan informasi yang diakses dan bisa diulang-ulang tidak seperti televisi. Banyaknya teknologi multiplatform yang dikembangkan semuanya memanfaatkan internet agar dapat diakses dimana saja (Syam et al., 2023).

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022-2023) diketahui bahwa berdasarkan hasil survei APJII, pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna (<https://dataindonesia.id/>, 2023).

Berdasarkan data Pengguna Internet di Indonesia tahun 2015-2023 (apps.detik.com/detik/, 2023), pengguna internet dari tahun ke tahun yaitu tahun 2015-2023 mengalami kenaikan setiap tahunnya, pada tahun 2015 sebanyak 110,2 juta pengguna, ditahun 2016 mengalami kenaikan pengguna sebanyak 22,5 juta pengguna, pada tahun 2017 mengalami kenaikan 10,56 juta pengguna, pada tahun 2018 mengalami kenaikan 27,91 juta pengguna, dari tahun 2018 ke tahun 2019-2020 kenaikan pengguna sebesar 25,54 juta pengguna. Pada tahun 2021-2022 mengalami kenaikan sebesar 13,32, dan pada tahun 2022-2023 mengalami 5,6 juga pengguna. Dari data pengguna

internet tersebut, dapat kita lihat bahwa pengguna internet dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang cukup tinggi setiap tahunnya. Sehingga untuk menyediakan jasa ISP (*Internet Service Provider*) akan menjadi peluang yang sangat besar guna memenuhi kebutuhan masyarakat, dan profitabilitas yang bagus untuk perusahaan.

Lebih dari setengah penduduk dunia telah menggunakan internet pada 2024. Laporan Data Reportal yang bekerja sama dengan Meltwater dan We Are Social, menunjukkan 5,35 miliar jiwa atau sebanyak 66,2 persen orang di dunia aktif berinternet. Angka ini tumbuh sebesar 1,8 persen dalam setahun terakhir (<https://goodstats.id/>, 2024).

Teknologi internet merupakan jaringan data yang mampu menghubungkan seluruh dunia, menyamarkan batas ruang dan waktu, dan memungkinkan berbagai aktivitas elektronik seperti *e-commerce* maupun layanan data publik. Dengan beragam kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan, internet menjadi elemen yang penting dalam dunia komunikasi yang modern. Dengan semakin luasnya pemanfaatan internet oleh masyarakat, trafik backbone menjadi padat dan kualitas koneksi menjadi tantangan. Penyelenggara jasa (*Internet Service Provider*) secara kompetitif menyediakan layanan dengan ragam *Quality of Service* untuk trafik jaringan. Semakin pentingnya akses internet berkecepatan tinggi, kualitas layanan jasa akses internet di Indonesia menjadi elemen penting yang perlu diperhatikan. ISP adalah perusahaan atau badan yang menyelenggarakan jasa sambungan internet dan jasa lainnya yang berhubungan. Kebanyakan perusahaan telekomunikasi merupakan penyelenggara jasa internet. ISP ini mempunyai jaringan baik secara domestik maupun internasional sehingga pelanggan atau pengguna dari sambungan yang disediakan oleh ISP dapat terhubung ke jaringan internet global. Jaringan di sini berupa media transmisi yang dapat mengalirkan data yang dapat berupa kabel (modem, sewa kabel, dan jalur lebar), radio, maupun VSAT. Biasanya, ISP menerapkan biaya bulanan kepada pelanggan. (Sanjaya, 2015).

Sejak tahun 1990, penggunaan internet dunia terus mengalami kenaikan. Bahkan, di 13 negara, angka penetrasi internetnya hampir atau mencapai 99 persen. Negara-negara tersebut di antaranya Norwegia, Denmark, Swedia, Finlandia, Bahrain, Kuwait, Qatar, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab. Hanya Korea Utara yang angka penetrasinya masih di bawah 10 persen. Pada awal 2023, internet di Indonesia telah menghampiri 77 persen masyarakat atau sekitar 212,9 juta jiwa. Angka ini tumbuh 10 juta atau sekitar 5,2 persen dari capaian di 2022. Dari data Ookla, rata-rata kecepatan koneksi internet tetap Indonesia mencapai 24,32 Mbps dan rata-rata kecepatan koneksi internet seluler melalui jaringan seluler baru mencapai 17,27 Mbps. Meskipun lebih dari setengah penduduk Indonesia telah mengakses internet, persebarannya belum merata. Kualitas sinyal yang diterima masyarakat juga beragam. Perkembangan internet nasional yang cukup tinggi, belum disertai pemerataan yang signifikan. Mengingat Indonesia mempunyai mimpi besar di 2045 sebagai Indonesia Maju, tentu akses internet ini menjadi salah satu kunci keberhasilannya. Dilansir dari website resmi Kominfo RI, Menteri Komunikasi dan Informatika Budi Arie Setiadi menyebut transformasi digital dan pemerataan akses internet mengambil bagian untuk mencapai target Indonesia

Maju. Kedua poin ini pun saling berkaitan, transformasi digital dimana perubahan aktivitas konvensional menjadi digital, membutuhkan akses dan kualitas internet nasional yang mumpuni. Akan tetapi, keberagaman kondisi geografis Indonesia memberi tantangan tersendiri untuk proses pemerataan ini. Untuk mewujudkan visi Indonesia Maju 2045, kita perlu melakukan akselerasi konektivitas. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kapasitas, *coverage*, dan kualitas infrastruktur telekomunikasi (<https://goodstats.id/>, 2024).

Pemerataan akses internet di Indonesia masih menjadi tantangan besar. Banyak daerah yang belum terjangkau jaringan internet. Kendalanya antara lain keterbatasan infrastruktur, biaya, dan beberapa daerah yang sulit dijangkau menjadi faktor utama yang menghambat pemerataan akses internet di Indonesia. Beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan akses internet di Indonesia adalah dengan meningkatkan investasi di infrastruktur jaringan telekomunikasi, mengurangi biaya akses internet, dan memberikan edukasi mengenai manfaat internet untuk masyarakat. Selain itu, perlu adanya peran serta aktif dari masyarakat untuk memanfaatkan internet dengan bijak dan produktif. Data Kementerian Kominfo menyebutkan saat ini masih ada 12.548 desa dan kelurahan yang belum mendapatkan layanan *internet dedicated*. Utamanya adalah wilayah terluar, terpencil, dan terdepan (3T). Kalau pun sudah ada yang mendapatkan layanan internet, namun kecepatannya belum mencukupi (<https://news.republika.co.id/>, 2024).

Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan berupaya secara maksimal meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) melalui berbagai program pendidikan, menanamkan jiwa wirausaha di setiap jenjang dan tingkat pendidikan. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan (Direktorat PSMK) berpartisipasi dengan berupaya meningkatkan kompetensi kerja dan jiwa wirausaha lulusan SMK. Salah satu inovasi yang kini diterapkan di berbagai SMK yaitu dengan penerapan model pembelajaran *Teaching Factory* (Tefa). Tefa di SMK dapat dijelaskan sebagai model pembelajaran yang mengoptimalkan kurikulum, sumber daya, dan sumber daya manusia di sekolah. Ini dilakukan dengan menyelaraskan proses produksi dan standar di dunia kerja untuk menghasilkan lulusan SMK yang memiliki *soft skill* dan *hard skill* yang diperlukan. Melalui pembelajaran *Teaching Factory* yang dirancang berdasarkan standar proses dan kualitas produk di dunia kerja sesuai dengan bidang atau program keahlian yang dipilih. Dengan merangkul konsep ini, SMK berpotensi menciptakan lulusan yang tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dibutuhkan oleh industri.

Model pembelajaran *Teaching Factory* (Tefa) ini menjadi salah satu bentuk implementasi Merdeka Belajar dalam rangka menguatkan *soft skills* dan *hard skills* siswa, termasuk menumbuhkan kreativitas siswa. Pembelajaran dengan *Teaching Factory* juga diharapkan dapat menghasilkan produk ataupun jasa hasil praktik siswa yang sudah sesuai standar industri sehingga dapat dijualbelikan kepada masyarakat umum. *Teaching Factory* atau disebut dalam PP 41 tahun 2015 "pabrik dalam sekolah (*Teaching Factory*) adalah sarana produksi yang dioperasikan berdasarkan prosedur dan standar bekerja yang sesungguhnya untuk menghasilkan produk sesuai dengan kondisi nyata Industri dan tidak berorientasi mencari keuntungan". Dalam *Grand Design* TeFa

SMK di definisikan sebagai “suatu konsep pembelajaran di SMK berbasis produksi/jasa yang mengacu kepada standar dan prosedur yang berlaku di industri dan dilaksanakan dalam suasana seperti yang terjadi di industri”, dan dalam pelaksanaannya menuntut keterlibatan mutlak pihak industri sebagai pihak yang relevan menilai kualitas hasil pendidikan dari SMK (Direktorat PSMK, 2015).

Direktorat Pembinaan SMK memiliki visi terbentuknya insan dan ekosistem pendidikan SMK yang berkarakter berlandaskan gotong royong. Salah satu program prioritas untuk merealisasikan visi tersebut adalah dengan program pengembangan pembelajaran *Teaching Factory*. Pembelajaran *Teaching Factory* merupakan pembelajaran berbasis produksi/jasa yang mengacu pada standar dan prosedur yang berlaku di industri dan dilaksanakan dalam suasana seperti yang terjadi di industri. Implementasi *Teaching Factory* di SMK dapat menjembatani kesenjangan kompetensi antara kebutuhan industri, dan kompetensi yang dihasilkan oleh SMK. Pelaksanaan *Teaching Factory* menuntut keterlibatan mutlak pihak industri sebagai pihak yang relevan menilai kualitas hasil pendidikan di SMK. Pelaksanaan *Teaching Factory* juga harus melibatkan pemerintah, pemerintah daerah dan *stakeholders* dalam pembuatan regulasi, perencanaan, implementasi maupun evaluasinya SMK (Direktorat PSMK, 2015).

Dalam proses pendidikan di SMK, keterlibatan DUDI dalam proses pembelajaran sangat penting, karena perkembangan teknologi dan prosedur/proses produksi/jasa sangat pesat. Penerapan *Teaching Factory* di SMK akan mendorong terbangunnya mekanisme kerjasama antar SMK dan DUDI yang saling menguntungkan, sehingga SMK akan selalu mengikuti perkembangan industri/Jasa secara otomatis dalam transfer teknologi, manajerial, perkembangan kurikulum, prakerin dan lainnya. Dengan menerapkan pembelajaran *Teaching Factory* diharapkan akan meningkatkan kompetensi lulusan SMK yang relevan dengan kebutuhan industri/jasa sehingga akan berdampak pada penguatan daya saing tenaga kerja dan industri di Indonesia (Direktorat PSMK, 2015).

SMKN Jatiluhur adalah salah satu pendidikan dengan jenjang SMK di Cikaobandung, Kec. Jatiluhur, Kab. Purwakarta, Jawa Barat. Dalam menjalankan kegiatannya, SMKN JATILUHUR berada di bawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Dalam upaya meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) melalui program *Teaching Factory*, salah satu kejuruan yang ada di SMKN Jatiluhur adalah Teknik Jaringan Komputer dan Telekomunikasi (TJKT). Program keahlian ini yang membekali peserta didik dengan keterampilan, pengetahuan, dan sikap agar kompeten dalam merakit, menginstall program, merawat dan memperbaiki komputer serta jaringannya. Lulusan program keahlian ini memiliki kemampuan melakukan instalasi jaringan komputer, baik itu jaringan komputer dalam rumah /kantor, antar kantor, antar kota, antar provinsi, bahkan antar negara.

Pada era digital yang semakin maju, Teknik Jaringan Komputer dan Telekomunikasi (TJKT) memegang peran penting dalam menghubungkan dunia melalui jaringan komputer dan sistem telekomunikasi. *Teaching Factory* yang dikembangkan oleh SMKN Jatiluhur yaitu pada jurusan TJKT yaitu penyedia Internet Service Provider (ISP) dengan *Brand* Neja.Net. Dengan harapan ini

akan menjadi *factory* unggulan di SMKN Jatiluhur dan di Jawa Barat, selain itu dengan adanya *Teaching Factory* Neja.Net, dapat mendorong program pemerintah menuju program Indonesia Maju, dan dapat meningkatkan kemampuan soft skill dan hard skill lulusan SMKN Jatiluhur.

Untuk mendukung ketercapaian tujuan kemdikbud dan kominfo dalam pemerataan internet untuk menuju Indonesia maju, Neja.Net menjadi salah satu *Teaching Factory* yang dapat mendorong percepatan pemerataan internet di Indonesia, dan juga meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dengan menyediakan *Internet Service Provider* (ISP) yang dapat dipercaya oleh masyarakat dan warga sekolah SMKN Jatiluhur.

LANDASAN TEORI

Perencanaan Operasional

Perencanaan proses merupakan tahapan untuk menentukan bagaimana suatu produk itu diproduksi. Tahapan tersebut mendefinisikan secara detail proses produksi dan perakitan, termasuk waktu produksi dari setiap komponen dan perakitanya, material serta peralatan yang dibutuhkan. Sehingga hasil perencanaan proses ini dapat langsung digunakan untuk produksi. Perancangan proses merupakan suatu aktivitas yang memerlukan serangkaian langkah/kegiatan yang berurutan di mulai dengan penetapan tahapan proses produksi sampai dengan evaluasi/pemilihan alternative proses produksi dari masing-masing tahapan sesuai dengan produk yang dibuat (Rusdiana, 2014).

Dalam flowchart Neja.Net dijelaskan bagaimana proses dari mulai pencarian informasi oleh calon pelanggan, sampai pemasangan dan konfigurasi, sehingga ada SOP yang jelas untuk tahapan-tahapan dalam proses pendaftaran sampai pemasangan Neja.Net.

Perencanaan Keuangan

Cash Flow

Menurut (Hayat et al., 2021) Laporan Arus Kas menggambarkan jumlah kas masuk penerimaan kas dan jumlah kas keluar – pembayaran atau pengeluaran kas dalam suatu periode tertentu. Aktivitas usaha akan menghasilkan arus kas masuk bersih (bila penerimaan kas lebih besar dari pengeluaran kas), serta arus kas keluar bersih (bila penerimaan kas lebih kecil dari pengeluaran kas). Laporan arus kas menggambarkan kenaikan atau penurunan bersih kas yang dimiliki perusahaan selama periode berjalan, serta saldo kas yang dimiliki perusahaan pada akhir periode. Laporan arus kas (*statement of cash flows*) merupakan laporan utama arus kas masuk dan arus kas keluar dari perusahaan selama satu periode.

Berdasarkan project Arus Kas Neja.Net dari tahun 2024-2028, dapat diketahui bahwa project cash flow Neja.Net di tahun pertama akan mengalami keadaan defisit, dikarenakan biaya operasional dan modal yang cukup tinggi. Selanjutnya di tahun ke dua perusahaan baru akan mengalami keuntungan, begitupun tahun-tahun berikutnya. Dengan target setiap bulannya Neja.Net akan mendapatkan tambahan pelanggan sebanyak 10 pelanggan untuk layanan wifi, dan 20 voucher internet yang terjual kepada siswa SMKN Jatiluhur setiap harinya.

Income Statement

Laporan Laba-Rugi (*Income Statement*) Laporan Laba-Rugi merupakan ringkasan pendapatan dan biaya perusahaan pada periode waktu tertentu. Menurut (Siswanto, 2021) Laporan laba rugi merupakan laporan pendapatan dan beban selama periode waktu tertentu berdasarkan konsep penandingan (*matching concept*). Konsep ini diterapkan dengan menandingkan beban dengan pendapatan yang dihasilkan selama periode terjadinya beban tersebut. Laporan laba-rugi juga melaporkan kelebihan pendapatan terhadap beban-beban yang terjadi. Kelebihan ini di sebut laba bersih atau keuntungan bersih (*net income atau net profit*). Jika beban melebihi pendapatan, maka di sebut rugi bersih.

Berdasarkan Project Laporan Laba Rugi Neja.Net Tahun 2024-2028, bahwa perusahaan belum mengalami keuntungan di tahun pertama, sedangkan tahun ke dua sampai ke 5 perusahaan akan mengalami keuntungan yang cukup tinggi dari tahun ke tahunnya, karena sudah terpenuhinya target pelanggan yang direncanakan setiap tahunnya.

Balance Sheet

Menurut Siswanto, 2021 Laporan Posisi Keuangan atau Neraca (*Balance Sheet*) menyajikan potret posisi keuangan perusahaan pada suatu waktu tertentu. Neraca (*Balance Sheet*) terdiri dari rekening-rekening di sisi aktiva dan rekening-rekening di sisi pasiva. Aktiva menunjukkan jenis-jenis kekayaan (aset) yang dimiliki perusahaan dalam rangka kegiatan operasional dan administratif perusahaan.

Berdasarkan Project Neraca Neja.Net tahun 2024-2028 menunjukan bahwa setiap tahun perusahaan mengalami peningkatan kebutuhan yang cukup besar, dengan pendapatan dari pelanggan setiap bulannya meningkat pula. Ini akan membuat perusahaan tetap sehat, jika direalisasikan secara konsisten setiap tahunnya.

Break Even Chart & Calculation

Break Even Point (BEP) merupakan suatu kondisi di mana usaha tidak memperoleh laba ataupun menderita suatu kerugian yang artinya adalah penghasilan yang didapatkan sama dengan biaya yang dikeluarkan. BEP membantu perusahaan untuk mengetahui kapan laba ataupun rugi. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung BEP dalam rupiah. Sehingga diperoleh BEP rupiah Neja.Net sebagai berikut: **BEP = FC / (P-VC)**

Tabel 1. Break Even Point produk Voucher Internet

| | |
|--|--------------|
| Biaya Tetap | 3,897,000 |
| Harga Jual Per voucher | 2,000 |
| Biaya Variabel | 1,125 |
| Keterangan : | |
| Harga jual per voucher | 2,000 |
| Biaya variabel per Voucher = total biaya operasional (biaya peralatan dan ISP) setahun dibagi jumlah voucher setahun | 1,125 |
| Rumus BEP unit = Biaya Tetap : (Harga jual per Voucher - Biaya Variabel) | 4,454 |

Sumber : Data Penelitian, 2024

Dari table di atas dapat diketahui bahwa BEP unit produk Neja.Net dalam voucher yaitu ketika perusahaan sudah mempunyai pelanggan voucher pada

jumlah 4.454 voucher. Jika diproject kan sehari voucher terjual 20, maka ini akan diperoleh pada BEP tahun pertama.

Tabel 2. Break Even Point produk Layanan Internet Bulanan

| | |
|---|------------|
| Biaya Tetap | 4,794,500 |
| Harga Jual Per unit | 120,000 |
| Biaya Variabel | 96,791 |
| Keterangan : | |
| Harga jual | 120,000 |
| Biaya variabel per unit = total biaya operasional (insentif manajemen dan ISP) setahun dibagi jumlah unit setahun | 96,791 |
| Rumus BEP unit = $\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya Variabel Unit}}$ | 206 |

Sumber : Data Penelitian, 2024

Tabel BEP produk layanan internet bulanan menunjukkan kemampuan perusahaan dapat mengalami BEP pada pelanggan ke 206, jika ditargetkan 1 bulan perusahaan mendapatkan 10 pelanggan, maka untuk layanan internet bulanan akan diperoleh pada tahun ke dua. Selain itu, perhitungan BEP juga dapat dihitung dalam bentuk rupiah. Rumus yang digunakan dalam penentuan BEP unit adalah sebagai berikut.

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}}$$

Keterangan

- BEP : Break Even Point
- P : Price per unit
- FC : Fixed Cost
- S : Sales volume
- VC : Variabel cost

Sehingga perhitungan BEP unit Neja.Net adalah sebagai berikut.

BEP (rupiah) produk voucher internet

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rupiah)} &= \frac{3.897.000}{1 - \frac{1.125}{2.000}} \\ &= \mathbf{8.907.429} \end{aligned}$$

BEP (rupiah) produk layanan internet bulanan

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rupiah)} &= \frac{4.794.500}{1 - \frac{96.791}{120.000}} \\ &= \mathbf{24.789.521} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas, dapat dilihat bahwa BEP dalam rupiah sejalan dengan hitungan BEP unit, bahwa BEP rupiah akan diperoleh ketika

voucher sudah terjual sebesar Rp. 8.907.429, dan untuk layanan internet bulanan yaitu Rp. 24.789.521.

Net Present Value

Net present value merupakan teknik capital budgetting yang paling sering digunakan. Teknik NPV mendasarkan pada pertimbangan bahwa nilai sekarang dari uang kas lebih tinggi dari nilai uang di masa datang. Arus kas yang digunakan adalah arus kas yang telah didiskon berdasarkan biaya modal atau return yang dibutuhkan atau tingkat suku bunga. Jika nilai NPV lebih besar dari 0 (nol) maka proyek sebaiknya diterima. Jika nilai NPV lebih kecil dari 0 (nol), maka proyek tersebut sebaiknya ditolak (Siswanto, 2021). Dalam bahasa Indonesia, Net Present Value atau NPV ini disebut juga dengan “Nilai Bersih Sekarang” atau “Nilai Bersih Saat Ini”. Rumus NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = \sum \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I$$

Keterangan :

CF_t = aliran kas pertahun pada periode t

I = Investasi awal pada tahun 0

r = Suku bunga

Kriteria penilaian:

Jika NPV > 0, maka usulan investasi diterima.

Jika NPV < 0, maka usulan investasi ditolak.

Jika NPV = 0, maka nilai perusahaan tetap walaupun usulan investasi diterima atau ditolak.

Setelah diperhitungkan NPV Neja.Net sebesar 2.523.345.803, ini diartikan bahwa nilai investasi akan sangat menguntungkan.

IRR

IRR adalah salah satu teknik penganggaran modal dengan menghitung tingkat bunga yang dapat menjadikan NPV sama dengan nol. Sebab, jika NPV = 0 maka nilai sekarang (present value) arus kas pada tingkat bunga tersebut sama dengan investasi awal yang dikeluarkan. Dengan demikian, proyek diterima jika nilai IRR lebih besar dari required rate of return, dan proyek ditolak jika nilai IRR lebih kecil dari required rate of return. Metode ini memperhitungkan nilai waktu uang, jadi arus kas masuk harus didiskonto dulu atas dasar biaya modal (tingkat bunga) (Siswanto, 2021). Rumus IRR adalah sebagai berikut:

$$IRR = i + \frac{NPV}{NPV' - NPV''} (i'' - i')$$

Keterangan :

i = discount rate pada saat ini

i' = discount rate terendah yang membuat NPV negatif

i'' = discount rate yang tinggi yang memberi NPV positif
NPV „ = NPV positif
NPV “ = NPV negative
Kelebihan metode perhitungan IRR yakni tidak dipertimbangkan time value of Money. Dengan demikian perhitungan dapat dilakukan lebih tepat dan realistis dibandingkan dengan metode accounting rate of return. Sedangkan kekurangan metode ini adalah perlu waktu untuk

menghitungnya, termasuk saat cash inflow tidak terdistribusi secara merata (walaupun kebanyakan kalkulator bisnis sudah dilengkapi dengan program untuk menghitung IRR). Selain itu metode ini tidak dapat mengidentifikasi ukuran investasi dalam berbagai proyek yang bersaing dan tingkat keuntungannya. Setelah dilakukan perhitungan, nilai IRR Neja.Net sebesar 289%,

Payback Period

Pengertian *Payback Period* menurut Dian Wijayanto (2012:247) adalah periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*). Rumus PP adalah sebagai berikut:

$$PP = \text{Nilai Investasi} / \text{Kas Masuk Bersih}$$

Sehingga diperoleh nilai *Payback Period* Neja.Net sebagai berikut.

Tahun pertama

$$PP = 82.298.000 / 0 \\ = 0$$

Tahun ke dua

$$PP = 314.400.000 / 172.102.000 \\ = 1,83$$

Dari perhitungan di atas, *Payback Period* Neja.Net akan dialami pada Tahun ke dua bulan ke 6. Kelebihan metode *Payback Period* yaitu akan dengan mudah dan sederhana bisa di hitung untuk menentukan lamanya waktu pengembalian dana investasi, memberikan informasi mengenai lamanya break even project, bisa digunakan sebagai alat pertimbangan resiko karena semakin pendek *Payback Period*nya maka semakin pendek pula resiko kerugiannya dan dapat digunakan untuk membandingkan dua proyek yang memiliki resiko dan rate of return yang sama dengan cara melihat jangka waktu pengembalian investasi (*Payback Period*) apabila *Payback Period*-nya lebih pendek itu yang dipilih.

Kesimpulan dilakukan dengan ketentuan, jika nilai PP lebih kecil (lebih pendek) dari periode yang dipersyaratkan, maka proyek tersebut sebaiknya diterima. Jika nilai PP lebih besar (waktu kembalinya modal lebih lama) dari periode yang dipersyaratkan, maka proyek sebaiknya ditolak. PP dengan Diskonto adalah metode PP dengan menyesuaikan arus kas tahunannya dengan tingkat suku bunga yang berlaku. Dengan kata lain PP Diskonto menyesuaikan arus kasnya dengan nilai waktu uang (Siswanto, 2021).

Return On Investmen

ROA sering juga disebut sebagai ROI (*Return on Investment*) (Endaryono, Bakti, 2019). Pengembalian investasi (*Return on Investment*) / ROI adalah rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efektivitas manajemen yaitu dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. Rata – rata industri untuk ROI adalah 30% (Sitanggang, 2019).

Return on Investment merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari modal yang diinvestasikan. Return on investment dapat dihitung dengan cara membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva perusahaan (Asakdiyah, 2020). Rasio tersebut bisa dihitung sebagai berikut ini :

$$\text{Rumus ROI} = (\text{Total Penjualan} - \text{Nilai Investasi}) / (\text{Investasi} \times 100\%).$$

Sehingga diperoleh perhitungan ROI Neja.Net sebagai berikut.

Tahun Pertama

$$\text{ROI} = (\text{Total Penjualan} - \text{Nilai Investasi}) / (\text{Investasi} \times 100\%).$$

$$\text{ROI} = (103.200.000 - 154.298.000) / (154.298.000 \times 100\%)$$

$$= -0.33\%$$

Tahun Kedua

$$\text{ROI} = (\text{Total Penjualan} - \text{Nilai Investasi}) / (\text{Investasi} \times 100\%).$$

$$\text{ROI} = (338.400.000 - 166.298.000) / (166.298.000 \times 100\%)$$

$$= 1.03\%$$

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa *Return On Investmen* pada tahun pertama negative, pada tahun ke dua menunjukkan persentase yang positif, yaitu sebesar 1.03%.

METODE PENELITIAN

Secara prinsip, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data penelitian diperoleh secara langsung dari Neja.Net berupa dokumen-dokumen keuangan yang selanjutnya dianalisis. Teknik sampel yang digunakan bersifat purposive, di mana data keuangan yang digunakan hanyalah data yang diperlukan dalam penelitian, seperti laporan neraca, laba dan rugi.

HASIL PENELITIAN

Analisis Kelayakan Bisnis

Menurut Barringer et al dalam (Sitanggang, 2019) analisis kelayakan bisnis adalah proses yang menentukan apakah ide bisnis wirausaha dapat menjadi bisnis yang sukses dan manfaatnya adalah untuk menentukan apakah ide bisnis wirausaha, jika hendak direalisasikan, akan menjadi bisnis yang sukses, sehingga analisis kelayakan bisnis sebagai alat untuk menilai dan mengurangi risiko pada usaha pemula (*business start-up*). Berikut merupakan analisis kelayakan bisnis model Model Timmons.

Tabel 3. Analisis Kelayakan

| VARIABEL | KRITERIA | INDIKATOR | | Hasil Analisis Neja.Net |
|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| | | POTENSI TINGGI | POTENSI RENDAH | |
| Pasar Hal Yang Terkait | Kebutuhan keinginan konsumen | Teridentifikasi | Tidak teridentifikasi | Teridentifikasi |
| | Konsumen | Terjangkau dan menerima Produk | Tidak atau sulit dijangkau | Terjangkau dan menerima Produk |
| | Waktu Kembali Modal | <1 Tahun | >3 Tahun | 1,6 Tahun (Tinggi) |
| | Nilai Tambah | IRR 40%+ | IRR <20% | 289% (Tinggi) |
| Keunggulan Kompetitif | Tingkat pertumbuhan pasar | 20% | <20% | 20% (Tinggi) |
| | Tingkat laba kotor | >40% | <20% | >40% (Tinggi) |
| | Biaya tetap dan tidak tetap | Tinggi | Rendah | Tinggi |
| | Tingkat pengendalian harga biaya | Tinggi | Rendah | Tinggi |
| Kreasi nilai dan isu-isu realisasi | Jaringan | Luas dan kuat | Sempit | Luas dan Kuat |
| | Laba setelah pajak | 10-15% atau lebih | <5% | 10-15% atau lebih |
| | Waktu arus kas positif | <2 Tahun | >3Tahun | 1 Tahun (Tinggi) |
| | Tingkat pengembalian investasi | 40-70% atau lebih | <20% | 1.03% (Rendah) |

Sumber: Analisis, 2024

Perusahaan Neja.Net melakukan pengukuran kelayakan investasi menggunakan beberapa metode seperti NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return), dan PBP (Payback Period). Dari hasil perhitungan tersebut, diperoleh beberapa angka kunci yang memberikan gambaran tentang potensi proyek ini. Pertama, nilai NPV proyek sebesar Rp 2.523.345.803 mengindikasikan bahwa proyek ini diharapkan menghasilkan keuntungan lebih dari nilai investasi awalnya. NPV yang positif menunjukkan bahwa proyek ini layak untuk dikejar dan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi perusahaan.

Selanjutnya, tingkat pengembalian internal (IRR) sebesar 289% menunjukkan bahwa proyek ini memiliki tingkat pengembalian yang sangat tinggi. IRR yang tinggi biasanya dianggap menguntungkan karena melebihi tingkat minimum yang diharapkan atau MARR (Minimum Acceptable Rate of Return), yang dalam konteks ini adalah 10%. Hal ini menunjukkan bahwa proyek Neja.Net berpotensi untuk menghasilkan laba yang substansial dan menarik bagi investor.

Selain itu, periode pengembalian modal (PBP) proyek sebesar 1 tahun 6 bulan juga memberikan gambaran tambahan tentang waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal. PBP yang relatif singkat menunjukkan bahwa proyek ini tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga dapat menghasilkan aliran kas positif dalam waktu relatif cepat.

Secara keseluruhan, dengan nilai NPV yang tinggi, tingkat pengembalian yang sangat menguntungkan, dan periode pengembalian modal yang relatif singkat, perusahaan Neja.Net menunjukkan potensi yang sangat baik untuk menjadi pemain yang kuat di pasar pelayanan internet. Hasil evaluasi ini mendukung keputusan untuk melanjutkan proyek ini, karena menjanjikan manfaat finansial yang signifikan serta potensi pertumbuhan yang berkelanjutan bagi perusahaan.

KESIMPULAN

Produk Potensial (Unggulan)

Neja.Net menyediakan layanan internet yang cepat dan stabil untuk rumah tangga, civitas akademik, dan bisnis lokal. Paket internet yang ditawarkan bervariasi mulai dari kebutuhan dasar hingga kecepatan tinggi untuk penggunaan bisnis. Selain itu juga Neja.Net dapat bersaing dengan kompetitor karena mempunyai pelanggan yang tetap yang mendukung akan tujuan dari Neja.Net. produk potensial setiap tahunnya dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar dan kemajuan teknologi.

Dari hasil perhitungan keuangan, Neja,Net mempunyai hasil yang bagus, sehingga ini menunjukkan bahwa perusahaan Neja.Net akan dapat beroperasi dengan sehat dan berhasil. Dengan dukungan mitra dan distributor Neja.Net dalam pemasaran maupun keuangan, Neja.Net dapat mengupayakan keberhasilan usaha setiap tahunnya, dengan menyediakan harga yang murah tapi kualitas internet *dedicated*, sehingga jaringan internet dapat berjalan dengan stabil dan lebih unggul dibanding layanan internet yang menyediakan layanan dengan internet *broadband*.

Usulan Perusahaan

Kebutuhan dana perusahaan StartUp Neja.Net yaitu sebesar Rp. 154.298.000 untuk kebutuhan pembelian alat-alat layanan internet. Dengan prediksi BEP di tahun ke dua. Perusahaan Neja.Net ini memiliki potensi yang besar untuk jangka panjang, apabila dikelola dengan baik. Di Tahun pertama, modal yang di butuhkan cukup besar, sehingga BEP tidak dapat dicapai di tahun pertama. Sehingga perusahaan memprediksikan BEP akan di capai di tahun ke dua. Dalam perhitungan keuangan lima tahun pertama, keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan akan mencapai Rp. 1.000.102.000 sehingga Neja.net dapat dikatakan perusahaan StartUp yang dapat berjalan dengan efektif.

Selain itu, banyak kerjasama yang dapat dijalin dengan para mitra, diantaranya program PKL siswa, program magang, program kerjasama lulusan, dan program pelatihan ke sekolah atau studi banding ke perusahaan-perusahaan mitra. Ini akan sangat menjadi simbiosis mutualisme yang menguntungkan bagi sekolah maupun perusahaan mitra, karena dapat saling membantu memenuhi kebutuhan perusahaan dan saling mendukung untuk mencapai tujuan perusahaan.

Rencana Tindakan

Tahap 1: Persiapan dan Pengembangan Infrastruktur

1. Riset dan Analisis Kebutuhan
 - a) Melakukan riset pasar dan analisis kebutuhan komunitas dan sekolah.
 - b) Mengidentifikasi kebutuhan infrastruktur dan sumber daya manusia.
2. Pembangunan Infrastruktur
 - a) Memasang kabel fiber optic dan infrastruktur jaringan lainnya.
 - b) Mengakuisisi perangkat keras seperti router, switch, server, dan komputer untuk laboratorium pelatihan.
 - c) Menyiapkan ruang pelatihan dan fasilitas pendukung lainnya.
3. Pengadaan Perangkat Lunak
 - a) Membeli perangkat lunak manajemen jaringan, dan lisensi sistem operasi server.

Tahap 2: Rekrutmen dan Pelatihan

1. Rekrutmen Staf
 - a) Merekrut staf teknis, instruktur pelatihan, dan tenaga administrasi.
 - b) Memberikan pelatihan awal kepada staf tentang tujuan dan operasi Neja.Net.
2. Pengembangan Kurikulum Pelatihan
 - a) Mengembangkan kurikulum pelatihan.
3. Pemasaran dan Promosi Awal
 - a) Melakukan kampanye pemasaran untuk menarik peserta pelatihan dan pelanggan awal.
 - b) Membangun kerjasama dengan bisnis lokal untuk penyediaan layanan internet.

Tahap 3: Peluncuran dan Operasional

Peluncuran Layanan Internet

- a) Meluncurkan layanan internet berkecepatan tinggi untuk warga sekitar.
- b) Menawarkan paket internet yang kompetitif kecepatan dan harga.

Tahap 4: Pengembangan dan Ekspansi

1. Evaluasi dan Penyesuaian
 - a) Melakukan evaluasi berkala terhadap layanan dan program pelatihan.
 - b) Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan dan peserta pelatihan untuk peningkatan layanan.
2. Ekspansi Pemasaran
 - a) Meningkatkan kampanye pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar.
 - b) Mengembangkan strategi pemasaran digital dan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait.

Tahap 5: Konsolidasi dan Keberlanjutan

1. Konsolidasi Operasional
 - a) Mengkonsolidasikan semua aspek operasional untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang.
 - b) Mengoptimalkan proses operasional dan efisiensi biaya.
2. Inovasi Berkelanjutan
 - a) Terus melakukan penelitian dan pengembangan untuk inovasi layanan baru.
 - b) Mengadaptasi teknologi terbaru untuk tetap kompetitif di pasar.
3. Penilaian Dampak
 - a) Menilai dampak program dan layanan terhadap siswa, sekolah, dan masyarakat.
 - b) Mempublikasikan hasil dan kesuksesan sebagai model *teaching factory* yang inovatif.

Prediksi Resiko

1. Risiko Keuangan: Memulai perusahaan baru dalam industri yang mengharuskan investasi besar seperti telekomunikasi dapat membawa risiko keuangan yang signifikan, terutama dalam hal pengeluaran modal awal dan perencanaan keuangan jangka panjang.
2. Risiko Teknologi: Risiko terkait kegagalan teknologi atau gangguan sistem dapat mengganggu layanan kepada pelanggan dan mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
3. Risiko Keamanan Cyber: Dengan meningkatnya ancaman keamanan cyber, terutama terhadap data pelanggan dan infrastruktur penting, perlindungan yang efektif terhadap serangan cyber menjadi krusial untuk mempertahankan operasi yang stabil.
4. Risiko Regulasi: Perubahan regulasi yang tiba-tiba atau kebijakan baru dalam industri telekomunikasi dapat mempengaruhi operasi perusahaan dan memerlukan adaptasi yang cepat untuk mematuhi peraturan baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2020). *Strategi Produk, Harga, Promosi, Dan Keamanan Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Blibli.com Sebagai Pasar Online Di Jakarta*. 41, 8391–8410.
- Alaudin, S. A., Triyono, T., & Kurniawan, E. N. (2022). Layanan Purna Jual, Citra Merek dan Harga Jual Kembali dalam mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Mobil di Jabodetabek. *MASTER: Jurnal Manajemen*

- Strategik Kewirausahaan*, 2(2), 191–200.
<https://doi.org/10.37366/master.v2i2.427>
- Aryanti, J., & Kaltum, U. (2023). Analisis Strategi Persaingan PT Kalbe Farma Tbk. *JURNAL MANAJEMEN DAN PELAYANAN FARMASI (Journal of Management and Pharmacy Practice)*, 13(4), 278–294.
<https://doi.org/10.22146/jmpf.85958>
- Asakdiyah, S. (2020). *Manajemen Keuangan I: Alat Analisis dan Aplikasi*. 1–194.
- Dam, R. F. dan S. T. Y. (2021). 5 Stages in the Design Thinking Process. *Interactiondesign.Org.*, 54.
- Deswianita, R. (2018). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Pada PT. Arthamuat Pramindo Utama Jakarta. *Politeknik APP Kementerian Perindustrian Jakarta*, 1–82.
- Direktorat PSMK. (2015). Panduan Pelaksanaan Teaching factory. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Teknik Otomotif UMP 23 Mei 2015 TEACHING*, 3(20), ISSN: 2338-0284.
- Dora, Y. M. (2017). Analysis Effect of Service Quality, Educational Facilities, and Method of Learning, Student Satisfaction and Loyalty to Students - Studies in the University of Widyatama Bandung. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 10(1), 16.
<https://doi.org/10.26417/ejser.v10i1.p16-27>
- ELLIYANA, E. dkk. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran ELA ELLIYANA LIDIANA TRI SIWI AGUSTINA YENI SEDYONINGSIH HABIBIE KADIR ABDUROHIM BAYU IMANUDDIN E. ELIA ARDYAN YULIANI LILI MARLINAH H. MOHDARI H. GAZALI FEBRISI DWITA SISWATI RACHMAN NIA KURNIATI BACHTIAR* Penerbit: AHLIMEDIA PRESS (Vol. 1). www.ahlimediapress.com
- Endaryono, Bakti, T. (2019). *Manajemen Keuangan*. 1–222.
- Hayat, A., Hamdani, Azhar, I., Yahya, N., Delsie, C., Ardianyy, Y., Rinanda, Y., Nurlaila, Ikhsan, A., & Yamin, M. (2021). *Manajemen Keuangan*. In *Madenatera* (Vol. 1, Issue 1).
- Louviere, J. J., Cooper, L. G., & Nakanishi, M. (2010). Market-Share Analysis. *Journal of Marketing Research*, 29(4), 496.
<https://doi.org/10.2307/3172635>
- Prabowo, V. I. (2022). Kajian Business Model Canvas Toko Buku Periplus. *OSF Preprints*, 1–3. <https://osf.io/ha3ks/>
- Pradipta, G. I., Sari, N. K., & Farida, E. (2023). Analisis Riset Pasar Pada Usaha Menengah Ke Atas (UMKM) Di Indonesia. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 1(2), 1–30.
- Rini, W. A. (2006). Kepemimpinan Yang Membangun Tim. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 2(2), 66–75.
https://www.researchgate.net/publication/307701713_KEPEMIMPINAN_YANG_MEMBANGUN_TIM
- Rusdiana, D. H. A. (2014). *Penerbit CV Pustaka Setia Bandung*.
http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku_Manajemen_Operasi.pdf
- Sanjaya, I. (2015). Analisis Struktur Pasar Penyelenggara Jasa Akses Internet di Indonesia. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 12(4), 291.
<https://doi.org/10.17933/bpostel.2014.120405>

- Setiawati, C. I., & Pratiwi, P. M. (2019). Implementasi Model Timmons dalam pembinaan startup berbasis teknologi pada inkubator bisnis. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 35–48. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i1.1574>
- Siagian, T. H. (2020). *Mencari Kelompok Berisiko Tinggi Terinfeksi Virus Corona Dengan Discourse Network Analysis*. *Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia*. 9 (2): 98-106.
- Siswanto, D. E. (2021). Manajemen Keuangan Dasar. In *Universitas Nusantara PGRI Kediri* (Vol. 01).
- Sitanggang, J. . (2019). Manajemen Keuangan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 89.
- Stillman, D. S. & J. (2018). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja Pengarang*. Jakarta :Gramedia Pustaka Utama.
- Susanti, N., Widyatama, U., Ichسانی, S., & Widyatama, U. (2021). *Anggaran operasional manufaktur* (Issue December).
- Syam, R. N., Sudiatmika, I., & ... (2023). Rencana Strategis Pengembangan Infrastruktur Jaringan Internet Di Biznet Menggunakan Metode Togaf. *Jis ...*, 01(01), 1–11. <https://ejournal.universitastaban.ac.id/index.php/jissiwirabuda/article/view/180%0Ahttps://ejournal.universitastaban.ac.id/index.php/jissiwirabuda/article/download/180/172>
- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*.
- Wardoyo, D. P. (2017). *ALAT ANALISIS MANAJEMEN*. 01, 1–7.
- Widagdo, S., Rachmaningsih, E. K., & Handayani, Y. I. (2019). Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas dan Sumberdaya. In *Mandala Press*. <http://repository.unmuhjember.ac.id/9257/1/BUKU RBV.pdf>