

Laporan Akhir
Effectual Entrepreneurship



Maura Tri Amelia Putri
Naufal Riyandi
Muhammad Saiful

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA SELATAN
2021

Ringkasan Eksekutif

Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi atau komersial, yang biasa disebut perencanaan bisnis (business plan). Sebuah perencanaan itu ibarat peta atau kompas yang dapat membantu mengarahkan kita untuk berjalan ke arah tujuan yang hendak kita tuju. Apa pun itu usaha yang ingin dijalankan, seharusnya seorang wirausaha dapat membuat perencanaan bisnis yang dapat dituangkan dalam bentuk tulisan, tujuannya agar dapat memudahkan mewujudkan bisnisnya secara nyata.

Rencana bisnis kami adalah membuka sebuah usaha coffee shop (kedai kopi). Coffee shop adalah sebuah istilah tempat seperti bar, restoran kecil dan murah, atau tempat makan dan minum santai lainnya yang menyajikan kopi, teh, atau minuman panas lainnya tergantung pada kebudayaan setempat. Latar belakangnya karena pribadi kami adalah orang yang menyukai minuman kopi, serta mempunyai hobi nongkrong. Menurut kami, melakukan pekerjaan yang disukai adalah menyenangkan, sehingga tidak merasa terbebani oleh pekerjaan tersebut. Selanjutnya, menurut informasi dari teman-teman dan kerabat kami yang bergerak dibidang kafe, laba dari penjualan secangkir kopi itu sangatlah besar dapat mencapai 100% lebih dari modal bahan bakunya. Alasan inilah yang membuat kami semakin tertarik untuk menjalankan usaha bisnis ini.

Kami sadar bahwa setiap usaha bisnis yang akan dijalankan selain ada peluang bisnis yang akan diraih, pasti juga terdapat tantangan yang akan dihadapi. Beberapa tantangan atau resiko atas usaha yang akan kami jalani ini diantaranya adalah tidak semua orang mau minum kopi di kedai kopi, kebanyakan dari mereka lebih memilih membuat kopi di rumah karena alasan ekonomis. Belum lagi, coffee shop maupun kafe juga mempunyai persaingan yang ketat karena terbilang sudah banyak dan menjamur (mudah dijumpai karena ada dimana-mana). Selain itu, membuka usaha seperti ini selain dibutuhkan biaya modal yang cukup besar, juga dibutuhkan kreativitas dan inovasi yang tinggi untuk terus bertahan dan beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis

Memang semua usaha apapun pasti mempunyai resiko atau tantangan yang akan dihadapi, tetapi yang terpenting kita harus mempunyai rasa percaya diri dan keteguhan akan usaha yang akan dijalani. Menurut Kami, Coffee Shop adalah sebuah usaha bisnis yang harus dicoba di daerah ini, sebab Jakarta adalah ibukota negara kita dan Jakarta merupakan kota metropolitan, dimana mayoritas masyarakat kota ini mempunyai penghasilan dan gaya hidup yang lebih tinggi dibandingkan kota-kota yang ada di Indonesia pada umumnya. Hal ini berarti sebagian besar dari mereka membutuhkan tempat untuk menyalurkan hobi mereka seperti berkumpul bersama teman-teman atau kerabat, ngerumpi, hingga sekedar nongkrong untuk melepas penat akibat lelahnya beraktivitas.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	2
Bab I	4
PENDAHULUAN.....	4
1.1 Latar belakang	4
1.2 Nama Perusahaan	4
1.3 Logo Perusahaan	5
1.4 Visi dan misi	5
Bab II	
PEMBAHASAN	6
2.1 Penjelasan Usaha	6
2.2 Peluang	6
2.3 SWOT Analyse	6
2.4 Strategi Tiap Departemen	7
2.5 Perbandingan Dengan Pesaing	8
Bab III	
PRODUKSI DAN PENGEMBANGAN PRODUK	9
3.1 Cara dan Strategi Produksi serta Pengembangan Produk	9
3.2 Prototype	10
3.3 Advertisement	10
Bab IV	
FINANCIAL.....	11
4.1 List Kebutuhan Barang dan Dana	11
4.2 Financial Planning	11
Bab V	
Kesimpulan	13
5.1 Kesimpulan	13
5.2 Stategi Pengembangan Lanjut	13
LAMPIRAN	13
Outline Proposal Tenant	13

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi tidak sebanding dengan pertumbuhan penduduk. Ini lah permasalahan yang sangat vital yang dihadapi oleh masyarakat, sulitnya mendapatkan lapangan pekerjaan karena rendahnya kualitas sumber daya manusia merupakan faktor pendorong banyaknya pengangguran. Selain karena faktor persaingan dalam memperoleh suatu mata pencaharian. Disinilah peran kreativitas yang seharusnya mengubah pola pikir masyarakat Indonesia yang mayoritas menginginkan dirinya sebagai pekerja bukanlah sebagai pembuka lapangan pekerjaan. Untuk itulah kami disini sebagai bagian dari masyarakat sebagai generasi muda mencoba berbuat dan perfikir kreatif untuk menciptakan peluang usaha untuk mencari sumber-sumber penghasilan yang sedikit banyak dapat membantu kehidupan kami maupun orang lain.

Siapa yang tidak kenal dengan usaha kedai kopi, bagi kebanyakan orang kopi menjadi pelengkap kehidupan sehari-hari. Kopi mengandung caffein yang dapat memicu adrenalin sehingga peminumnya dapat lebih aktif dan lebih bersemangat dalam beraktivitas. Usaha kedai kopi menjadi sangat menjanjikan karena sekarang bukan hanya orang-orang tua saja yang sering minum di kedai kopi. Anak-anak pun banyak yang sering ngopi di kedai kopi ataupun di angkringan. Kami membuka Coffe O diperuntukan bagi kaum muda, anak sekolah, mahasiswa dan kalangan orang dewasa untuk refreshing dari penatnya berbagai aktivitas yang telah di jalani dengan nuansa santai dengan di temani secangkir kopi dan beberapa makanan ringan merupakan moment yang pas untuk nongkrong dan berbagi cerita bersama teman, pasangan, dan lain-lain.

Maka dari itu kami akan membuat kedai kopi dengan pembuatan yang berbeda agar orang yang menyukai minuman ini tidak merasa bosan karena banyaknya kalangan masyarakat yang menyukai minuman ini, maka kami akan berusaha memberikan kualitas dan mutu yang baik yang harganya relatif murah bagi semua kalangan masyarakat.

1.2 Nama Perusahaan

Nama Perusahaan

Coffee O yaitu nama kedai kopi kami yg memiliki arti. Yaitu Coffee (Kopi) dan O (Orientasi) kami memilih nama kedai tersebut karna memiliki arti penting buat kami sendiri.

Bisnis memiliki orientasi untuk mengembangkan dan menjalankan aktivitasnya. Orientasi ada yang mengalami perkembangan (dinamis) adapula yang statis. Berikut Kami Jelaskan Apa itu Orientasi Menurut dan Pendapat Kami :

- Orientasi produk Artinya produk yang dibuat sebaik mungkin untuk dijual
Orientasi produksi Artinya produk dibuat dengan biaya serendah mungkin untuk dijual dengan harga murah
- Orientasi penjualan
Artinya produk dibuat berdasarkan ide produsen dan dijual dengan didukung kegiatan promosi secara besar-besaran
- Orientasi konsumen Produk dibuat berdasarkan ide yang datang dari pasar/ konsumen kemudian dijual kepada pasar/konsumen
- Orientasi pasar dan lingkungan
Produk dibuat berdasarkan ide yang datang dari pasar/konsumen, kemudian dijual kepada konsumen dalam rangkaian operasinya bisnis Dan Tidak merusak lingkungan.

1.3 Logo Perusahaan



background nya yg berwarna putih berarti bersih atau bisa dibilang kami akan menciptakan sebuah lingkungan usaha yg bersih,nyaman, dan rapih. dan gambar bukti yg berarti kami memiliki sebuah misi yg sangat besar yaitu menciptakan dan mengembangkan usaha kami baik dalam negeri maupun luar negeri , dan garis diatas bukit memiliki arti kami ingin usaha kami dapat terus bersinar dan menjadi pusat perhatian oleh seluruh customer . angka 20 dan 21 memiliki arti bahwa pertama kali usaha kami berdiri di tahun 2021

1.4 Visi dan Misi

Visi :

Coffee O adalah menjadi kedai kopi yang menawarkan suasana, kondisi, tempat, menu yang bervariasi dengan cita rasa dan kualitas kopi yang baik dan dapat memenuhi selera para pengunjung dan pelanggannya sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan , serta dapat mengembangkan bisnis kedai kopi ini ke berbagai daerah untuk mengenalkan dan membudayakan minum kopi dan membuka lowongan pekerjaan di tengah masyarakat.

Misi :

- Mempertahankan cita rasa kopi yang baik .
- Meningkatkan kreativitas untuk menciptakan menu-menu baru yang lebih bervariasi untuk dapat ditawarkan dan dinikmati oleh pelanggan.
- Menawarkan kenyamanan di dalam menikmati kopi kepada pelanggan.
- Menjalin hubungan yang baik kepada para konsumen, untuk penilaian Kedai kopi Kami

BAB II PEMBAHASAN

2.1 Penjelasan Usaha

Kopi merupakan salah satu minuman yang mendunia, minuman ini sangat digemari banyak orang baik dari kalangan remaja hingga dewasa. Nama kopi tentunya sudah tidak asing lagi ditelinga para pecinta kopi, oleh mereka kopi dijadikan sebagai pelengkap dalam kehidupan sehari-hari. meskipun kopi mengandung kafein, namun tidak mengurangi jumlah penggemar kopi.

Membuka kedai kopi bisa dikatakan sebagai usaha yang menjanjikan bila kopi yang ditawarkan enak dan sesuai dengan selera konsumen. Kedai kopi yang paling dicari oleh masyarakat adalah kedai kopi yang menyediakan fasilitas TV, hotspot, dan juga menawarkan makanan lainnya dll.

Kedai kopi merupakan tempat yang sangat cocok untuk dijadikan tempat berkumpul bersama teman kampus, rekan kerja dan keluarga.

Banyak kedai kopi yang berdiri, membuat para pengusaha kedai kopi mau tidak mau harus bergerak lebih cepat untuk menarik minat konsumen. Kepuasan konsumen merupakan sejauh mana konsumen merasa puas ketika menikmati produk yang dijual.

2.2 Peluang

Saat ini minum kopi sudah menjadi gaya hidup (lifestyle) di Indonesia, bagi kebanyakan masyarakat Indonesia, minum kopi adalah suatu ritual yang unik. Akhirnya minum kopi pun sudah mulai menjadi gaya hidup, baik dikalangan elit, menengah, maupun masyarakat kecil bahkan seperti layaknya suatu ritual khusus, ritual minum kopi ini membutuhkan tempat yang juga istimewa untuk menikmati kelezatan kopi.

Rasanya yang khas dan aromanya yang unik menjadikan kopi sebagai suatu hal yang menarik. Para penikmat kopi akan benar-benar memilih citarasa kopi yang nikmat dan tempat yang nyaman untuk menikmatinya. Dan alasan itulah yang bisa dimanfaatkan oleh pengusaha kedai kopi atau calon pengusaha kedai kopi sehingga bisnis kedai kopi ini akan sangat menjanjikan ke depannya.

2.3 SWOT Analyse

Strength

1. Kita memiliki barista handal
2. Biji kopi terbaik
3. Menggunakan alat manual
4. Bahan perasa premium
5. Harga produk yang terjangkau
6. Populer dikalangan muda
7. Bahan baku yang selalu sedia

8. Packaging yang mudah dibawa dan praktis
9. Konsep kedai yang menarik
10. Fasilitas (wifi, musholla, toilet)
11. Banyak jenis pembayaran cashless dan banyak promo
12. Banyaknya Varian Rasa

Weakness

1. Tempat masih kecil
2. Belum mampu merekrut Karyawan
3. Memakan waktu karena menggunakan alat manual
4. Minim pemasaran
5. Parkiran Terbatas
6. Brand awareness yang rendah
7. Followers social media masih sedikit karena baru buka
8. Pelayanan agak lama
9. Kenaikan biaya pemasok
10. Di bawah harga pesaing yang lebih efisien
11. Tingkat keuntungan terbatas

Opportunities

1. Banyak Kalangan muda yang berkumpul disekitar tempat kita
2. Tempat yang Lumayan strategis
3. Relasi pertemanan
4. Membangun inovasi produk kopi baru
5. Membangun hubungan dengan pelanggan
6. Menjawab permintaan layanan pengiriman (misalnya di aplikasi ojek online)
7. Menumbuhkan loyalitas ke pelanggan
8. Pikat pelanggan baru melalui penawaran khusus
9. Mengembangkan budaya inovasi
10. Kedai Dekat Dengan Kantor

Threats

1. Menjamurnya kedai-kedai kopi di mal dan lokasi strategis lainnya.
2. Penawaran harga yang lebih murah.
3. Variasi rasa yang lebih menarik meski tanpa memikirkan kualitas bahan.
4. Ancaman imitasi produk dari pesaing.
5. Kenaikan harga bahan baku karena terbatasnya persediaan.
6. Lokasi kedai kopi pesaing yang kadang cukup berdekatan.
7. Banyak saingan disekitaran tempat kita
8. Akses yang terbatas (komplek)
9. Tingkat persaingan kopi yang tinggi
10. Rating buruk dari konsumen

2.4 Strategi tiap Departemen

CEO

- Merencanakan dan mengelola
- Menyusun strategi bisnis
- Mengikuti seminar untuk menambah wawasan dan mendapatkan sertifikasi
- Merencanakan anggaran yg baik dengan cfo agar meminimalisir kerugian

CFO

- Membuat anggaran keuangan bulanan
- Mencatat dan menghitung asset
- Menentukan kebijakan keuangan (tergantung kondisi)
- Membuat dan melaporkan keuangan kepada CEO

CTO

- Membuat konten aplikasi
- Mengatur pembayaran
- Memastikan operasional berjalan lancar

CMO

- Membuat program diskon
- Menentukan target pasar
- Membuat rencana promosi berbasis online di social media

2.5 Perbandingan Dengan Pesaing

Coffee O =

- Memiliki banyak varian menu
- Harga yang terjangkau
- Memiliki cita rasa yang khas
- Lokasi yang strategis

Pesaing =

- Menu Yang Hanya itu itu saja
- Harga relative mahal
- Lokasi yang kurang strategis
- Memiliki cita rasa yg sama dengan yg lainnya

BAB III

PRODUKSI DAN PENGEMBANGAN PRODUK

3.1 Cara dan Strategi Produksi serta Pengembangan Produk

Sebelum menyajikan Kopi yang akan kita buat harus di kalibrasi terlebih dahulu, **Apa itu Kalibrasi ?** Jadi, kalibrasi itu adalah mencari atau mengukur rasa kopi yang baik atau ideal. **Lalu bagaimana caranya ?** Kalibrasi espresso itu mencari grind size yang halus kemudian kita harus lihat waktu dan ml air yang turun. Waktu brewing espresso 20-30 detik dengan hasil 30ml untuk single espresso, dan jika kalibrasi untuk double shot timenya sama, 20-30 detik dengan 60ml atau 2 espresso.

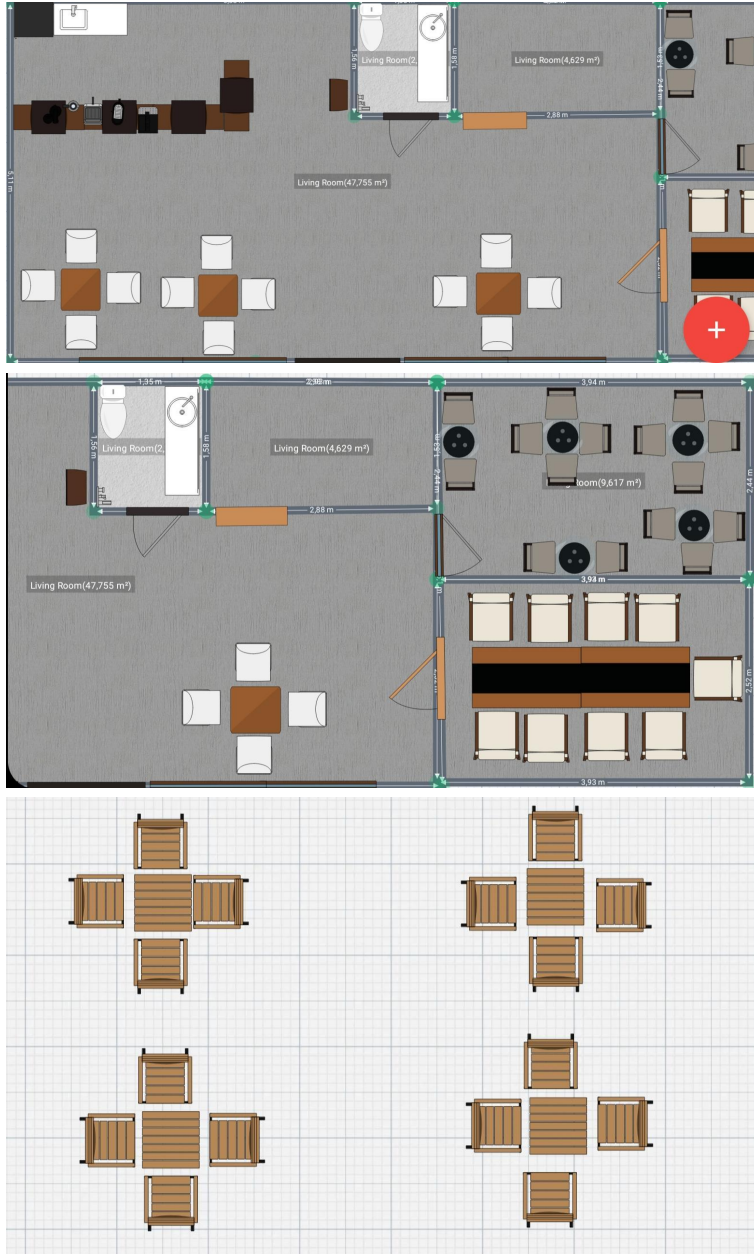
Kalibrasi mesin itu bersamaan dengan kalibrasi espresso, dimana saat mencari detik dan ml air yang pas, kita juga menahan tombol dari mesin untuk menyesuaikan detik brewing espresso dan ml air, ketika sudah 20-30 detik dan hasil sudah 30ml tombol cukup untuk dilepas saja. Kemudian check rasa espresso seperti acidity, bitter, sweet, after taste clean.

Persaingan yang sangat tinggi dalam bisnis kedai kopi, mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung . Dalam analisis faktor internal, kekuatan yang dimiliki antara lain lokasi yang sangat strategis, memiliki jenis kopi yang beragam, dan tempat yang sangat nyaman.

Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah lahan parkir yang tidak luas dan teknik penyajian kurang bervariasi. Hasil analisis faktor eksternal, peluang yang dimiliki antara lain pasar masih tumbuh dan terbuka lebar, perkembangan teknologi produksi, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sedangkan untuk ancaman yang dimiliki antara lain persaingan yang sangat tinggi dan harga bahan baku yang cenderung meningkat.

Alternatif strategi yang didapat untuk mengatasi kecenderungan penurunan jumlah pengunjung berdasarkan analisis SWOT antara lain melakukan pengembangan saluran pemasaran, melakukan pengembangan pasar, dan mencari supplier bar

3.2 Prototype



3.3 Advertisement

Banyak cara untuk menarik konsumen yaitu dengan media social instagram dengan berbayar atau melalui kerabat, dan endorsement melalui influencer , melalui periklanan social media facebook , tiktok , dan mulu ke mulut.

BAB IV FINANCIAL

A. Kebutuhan Barang Dan Dana

List Kebutuhan Barang dan Dana		
No.	Nama Barang	Harga Barang
1	Biji Kopi Mix	Rp.125.000
2	Biji Kopi Gayo	Rp.243.000
3	Biji Kopi Kintamani	Rp.233.000
4	Susu Diamond Freshmilk	Rp.175.000
5	Creamer	Rp.50.000
6	Gula/kg	Rp.12.000
7	Susu Kental Manis	Rp.20.000
8	Bubuk Thai Tea/kg	Rp.50.000
9	Bubuk Green Tea/kg	Rp.70.000

B. PEMASARAN

1.	Instagram Adsense	700.000/bulan	25–70rb Jangkauan
2.	Tiktokers	500.000/Video	25-70rb Jangkauan
3.	Facebook Adsense	550.000/bulan	25–70rb Jangkauan
4.	Paid Promote Mahasiswa	500.000	5 universitas
Total Biaya		2.250.000	

A. Financial Plan

Financial plan berfungsi untuk membantu menetapkan tujuan jangka panjang dengan melakukan analisa dan evaluasi keuangan, membuat perencanaan implementasi dan memonitor perencanaan keuangan yang telah dibuat.

1. Biaya Investasi

Biaya investasi adalah biaya awal sebelum kegiatan operasional dilakukan.

Komponen	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
Kertas Print Bluetooth	15	Unit/ Bulan	Rp. 2000	Rp. 30.000
Pulpen	1	Pack/Bulan	Rp. 23.000	Rp. 23.000
Jumlah				Rp.53.000

Nama Barang	Unit	Harga Satuan	Jumlah
Biji Kopi Mix	10	Rp.125.000/kg	Rp.1.250.000
Biji Kopi Gayo	5	Rp.243.000/kg	Rp.1.215.000
Biji Kopi Kintamani	5	Rp.233.000/kg	Rp.1.165.000
Susu Diamond Freshmilk	10	Rp.175.000/Doz	Rp.1.750.000
Creamer	10	Rp.50.000	Rp.500.000

Gula	10	Rp.12.000/kg	Rp.180.000
Susu Kental Manis	10	Rp.20.000	Rp.200.000
Bubuk Thai Tea	7	Rp.50.000/kg	Rp.350.000
Bubuk Green Tea	5	Rp.70.000/kg	Rp.350.000
Total			Rp.6.960.000

Outcome	Income/tahun
Rp.6.960.000	Rp. 198.000.000

- **Outcom**

BAB V KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Usaha Coffe O ini untuk permulaannya sudah tercapai dengan baik dengan variasi menu yg cukup beragam,memiliki cita rasa yang baik, memiliki harga yang sesuai dengan pasar saat ini,akan tetapi Usaha Coffe O ini belum bisa kami komersialkan karena situasi saat ini yang mengharuskan beberapa tempat usaha di tutup,juga keterbatasan dana.dan kami berharap usaha Coffe O ini bisa berjalan dengan baik nantinya.

B. Strategi Pengembangan Lanjut

Pengembangan produk dengan endorsement beberapa influencer, paid promote influencer, paid promote mahasiswa, membuat iklan seperti di instagram, google, facebook Memperkenalkan produk ini dari mulut ke mulut dan share di beberapa grup yang kami miliki. Dengan cara seperti itu bisa dilihat pengembangan produknya, jika pengembangan produk banyak peminat dan pelanggan yang membeli produk kami, kami akan membuat menu lainnya dan jenis produk yang lainnya yg belum ada di kedai kopi kami.Karena kami akan terus mengembangkan dan memperbaiki kualitas produk Coffe O agar pelanggan dan peminat merasa puas atas pelayanan,rasa dan kenikmatan dari produk Coffe O yang kami buat, karena apabila kualitas produk Coffe O kami begitu - begitu saja,tidak ada perubahan,dan tidak dikembangkan,usaha kedai Coffe O ini tidak akan berjalan sesuai dengan rencana yang sudah kami buat bersama sebelumnya



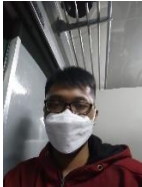
LAMPIRAN OUTLINE PROPOSAL TENANT

IDENTITAS UTAMA

Nama Produk	Caffee Oriental
Nama Tenant	<ul style="list-style-type: none">- Maura Tri Amelia Putri- Naufal Riyandi- Muhammad Saiful
Alamat Kantor	Jl. Jenderal Gatot Subroto, Senayan. Jakarta Pusat 10270
Contact Person	Maura Tri

Telepon	0895347376681
Email	mamik233id@gmail.com

Tim Inventor

NIK (Nomor KTP)	Nama Inventor	Foto	Jenis Kela min	Tanggal Lahir	Jenjang Pendidika n Terakhir	Jabatan Dalam Tim	Asal Institusi
	Maura Tri Amelia Putri		P	23 May 2001	SMA		Universitas Bakrie
3275051701 020011	Naufal Riyandi		L	17 January 2002	SMA		Universitas Bakrie
	Muhammad Saiful		L	19 Septemb er 2002	SMA		Universitas Bakrie

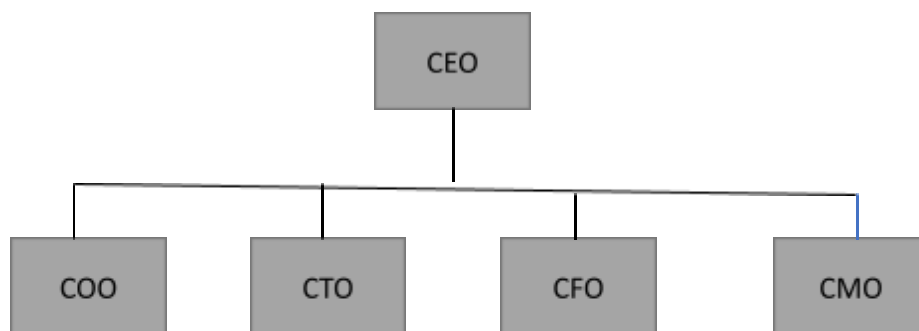
Aspek Perusahaan

Logo Perusahaan


Nama Perusahaan	Caffee Oriental
-----------------	-----------------


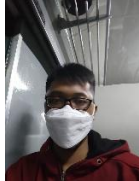
Bentuk Badan Usaha	Perusahaan
Alamat Perusahaan	Jl. Jenderal Gatot Subroto, Senayan. Jakarta Pusat 10270
Kota/Kab Perusahaan	Jakarta
Alamat Lokasi Produksi	Jakarta
Email Perusahaan	CoffeOi@gmail.com
Telepon perusahaan	02182422064
Tahun Berdiri (sesuai akta perusahaan)	2021
Nama Pendiri Perusahaan (Sesuai Akta Perusahaan)	<ul style="list-style-type: none"> - Maura Tri Amelia Putri - Naufal Riyandi - Muhammad Saiful
Media Sosial Perusahaan	CoffeeO
Status Kepemilikan Ruang kantor	Milik pribadi
Luas Ruang Kantor	
Status Kepemilikan Ruang Produksi	Milik pribadi

Struktur Organisasi



PENGELOLA UTAMA TENANT

NIK (Nomor Ktp)	Nama	Foto	Jenis Kelamin	Tanggal Lahir	Jenjang Pendidikan Terakhir	Jabatan Pengelola	Status Sdm(Penuh waktu/Paruh waktu)
327505635010001	Maura Tri Amelia Putri		P	23 May 2001	SMA		Penuh waktu

3275051701020011	Naufal Riyandi		L	17 January 2002	SMA		Penuh waktu
	Muhammad Saiful		L	19 September 2002	SMA		Penuh waktu

JUMLAH PEGAWAI

Pegawai Tetap	3 orang
Pegawai Tidak Tetap	Tidak ada

DAFTAR KEPEMILIKAN PERUSAHAAN

Nama Pemilik Saham	Alamat	Tipe Pemegang Saham	Tipe Kewarganegaraan	Asal Negara	Presentase Kepemilikan
Maura Tri Amelia Putri	Jl, Cikal B no 228 jembatan 1 rawalumbu kota Bekasi	Perorangan	Dalam Negri	Indonesia	33%
Naufal riyadi	Jalan Lumbu Tengah 1 G Rt.002 Rw.027 No.43 Blok 4 Jembatan 7	Perorangan	Dalam Negri	Indonesia	33%
Muhammad Saiful	Alamat: Jl Poncol Gang 1 RT004/RW04 No.3 Kelurahan Kuningan Barat, Kecamatan Mampang Prapatan,	Perorangan	Dalam Negri	Indonesia	34%

	Jakarta Selatan 12710.				
--	---------------------------	--	--	--	--