

**RENCANA BISNIS  
SMART SYARIAH LAUNDRY & SPACE**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
Dalam menyelesaikan studi pada  
Program Diploma III**



**Oleh :**

**FACHRI VALERIANDRA HERMAN**  
**Nomor Induk Mahasiswa : 2021404055**

**JURUSAN HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI  
DIVISI KAMAR**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI  
BANDUNG**

**2025**

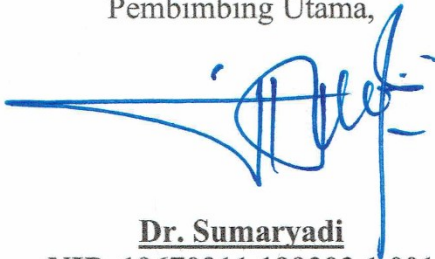
# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

RENCANA BISNIS *SMART SYARIAH LAUNDRY & SPACE*

NAMA : FACHRI VALERIANDRA HERMAN  
NIM : 2021404055  
JURUSAN : HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI : DIVISI KAMAR

Pembimbing Utama,



Dr. Sumaryadi  
NIP. 19670211 199303 1 001

Pembimbing Pendamping,



Nor Ismawanto Choirudin, SE., MM.  
NIP. 19690826 200212 1 001

Penguji I,



Ita Maemunah, SST.Par., MM. Par., CHE  
NIP. 19761226 201101 2 003

Penguji II,

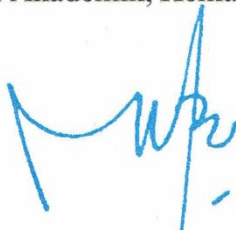


Eka Nuraisah Rosiana, S.ST.Par., MM.Par., CHE.  
NIP. 19840225 200912 2 003

Bandung, 15 Desember 2025

Mengetahui,


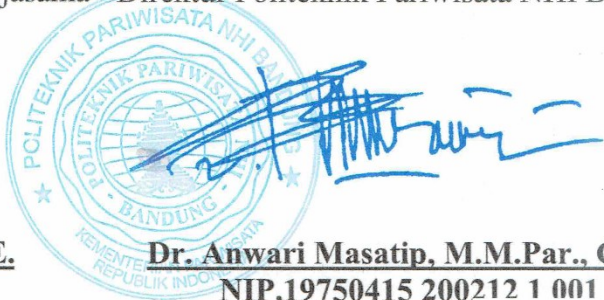
Kabag. Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.  
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip, M.M.Par., CEE.  
NIP.19750415 200212 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : FACHRI VALERIANDRA HERMAN  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 09 September 2000  
NIM : 2021404055  
Program Studi : Divisi Kamar  
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul: **Rencana Bisnis Smart, Syariah Laundry, & Space** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 07 November 2025

Yang membuat pernyataan,



Fachri Valeriandra Herman

NIM:2021404055

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT. Berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Rencana Bisnis ini dengan judul *Smart Syariah Laundry & Space* dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan Tugas akhir ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam menempuh pendidikan Program Studi Diploma III Divisi Kamar di kampus Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam proses penulisan ini, penulis sangat banyak mendapat dukungan, arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir. Penulis juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam dukungan, bimbingan, motivasi, dan saran-saran yang baik disampaikan secara langsung maupun secara tidak langsung, selama proses penyusunan Tugas Akhir dengan rendah hati tak lupa penulis ucapkan terima kasih atas ketulusannya kepada :

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja sama, yang sudah membantu membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam Usulan Tugas Akhir ini selama di kelas.
3. Bapak Pudin Saepudin, S.St.Par., Mp.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti.
4. Ibu Eka Nuraisah Rosiana S.St. Par., M.M.Par., CHE. selaku Ketua Program Studi Divisi Kamar.
5. Bapak Dr. Sumaryadi selaku Pembimbing Utama yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, kritik, saran dan dukungannya dalam penyusunan usulan proposal tugas akhir ini.
6. Bapak Nor Ismawanto Choirudin, SE.,MM. selaku Pembimbing Pendamping yang pula dapat meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, kritik, saran dan dukungannya dalam penyusunan usulan proposal tugas akhir ini.
7. Bapak Lucky Karsuki, BA., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik.

8. Seluruh Dosen, Instruktur Praktik dan Tenaga Kependidikan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
9. Kedua orang tua, kakak, serta adik perempuan saya yang telah banyak membantu dalam mendukung penyelesaian Tugas Akhir / Proyek Akhir ini.
10. Kepada seluruh rekan mahasiswa/i Divisi Kamar 6A Red Arcane yang telah memberikan dukungan kebersamaan yang harmonis, kritik, saran, motivasi dan kisah-kisah kebersamaan mengerjakan Usulan Tugas Akhir selama penulis berkuliah di Politeknik pariwisata NHI Bandung.
11. Penulis juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada para supplier, marketing komunikasi, peneliti, akademisi, dan penulis dari sumber terpercaya, karena berkat kontribusinya lah penulisan Tugas Akhir ini dapat berjalan dengan baik dari beberapa kutipan penulis, peneliti dan akademisi dari berbagai sumber.

Meski demikian, penulis menyadari bahwasanya masih terdapat beberapa kesalahan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Maka dari itu penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran dari para pembaca laporan ini. Demi terciptanya hasil Tugas Akhir yang sempurna dan bisa menjadi referensi bagi para pembaca.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat dan menjadi referensi baik bagi para pembaca. Terima Kasih

Bandung, 4 November 2025  
Penulis

Fachri Valeriandra Herman

# DAFTAR ISI

Isi	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>I</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>II</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>IV</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>VII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>IX</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b> .....	<b>X</b>
<b>BAB I DESKRIPSI BISNIS</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Gambaran Umum Bisnis</b> .....	<b>8</b>
• Deskripsi Bisnis .....	8
• Deskripsi Logo dan Nama .....	12
• Identitas Bisnis.....	13
<b>C. Visi dan Misi</b> .....	<b>14</b>
<b>D. SWOT Analysis</b> .....	<b>14</b>
<b>E. Spesifikasi Produk &amp; Jasa</b> .....	<b>17</b>
<b>F. Jenis / Badan Usaha</b> .....	<b>19</b>
<b>G. Aspek Legalitas</b> .....	<b>20</b>
<b>BAB II ASPEK PRODUK/JASA</b> .....	<b>24</b>
<b>A. Daftar dan Deskripsi Produk &amp; Jasa</b> .....	<b>24</b>
1. Pencucian Pakaian Saja. ....	24
2. Pengeringan Pakaian Saja.....	25
3. Detergen dengan Dispenser Chemical .....	27
4. Softener dengan Dispenser Chemical.....	28
5. Detergen plus Softener dengan Dispenser Chemical. ....	29
6. Pemberian Merchandise .....	30
<b>B. Analisa Keunggulan Produk &amp; Jasa</b> .....	<b>31</b>
<b>C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi</b> .....	<b>332</b>
<b>D. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa</b> .....	<b>34</b>

<b>E. Mekanisme <i>Quality Check</i></b> .....	<b>35</b>
<b>BAB III RENCANA PEMASARAN</b> .....	<b>38</b>
<b>A. Riset Pasar</b> .....	<b>38</b>
1. Segmentasi Pasar .....	39
2. Target Pasar .....	40
3. Positioning Pasar .....	40
<b>B. Validasi Kesesuaian Produk – <i>Market Fit</i></b> .....	<b>42</b>
<b>C. Kompetitor</b> .....	<b>45</b>
<b>D. Program Pemasaran</b> .....	<b>46</b>
<b>E. Media Pemasaran</b> .....	<b>47</b>
<b>F. Proyeksi Penjualan</b> .....	<b>48</b>
<b>BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL</b> .....	<b>52</b>
<b>A. Identitas Owners/founders</b> .....	<b>52</b>
<b>A. Struktur Organisasi</b> .....	<b>53</b>
<b>B. Job Analysis dan Job Description</b> .....	<b>54</b>
1. Supervisor.....	54
2. Staff Receptionist, Sales & Marketing .....	55
3. Staff Engineering, System & Maintenance .....	57
<b>C. <i>Manning Budget</i> /Anggaran Tenaga Kerja</b> .....	<b>61</b>
<b>D. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i></b> .....	<b>63</b>
<b>E. Action Plan &amp; Report</b> .....	<b>68</b>
<b>BAB V ASPEK KEUANGAN</b> .....	<b>71</b>
<b>A. Metode Pencatatan Akuntansi</b> .....	<b>71</b>
1. <i>Cash Basis (One Shoot Projection)</i> .....	71
2. <i>Accrual Basis (Going Concern)</i> .....	72
<b>B. <i>Capital Expenditure (Identifications Initial Investments)</i></b> .....	<b>73</b>
1. <i>Tangible Investment (Depreciation; Terminal Cash Flow)</i> .....	73
2. Intangible Investments (Amortization).....	77
3. <i>Working Capital (Terminal Cash Flow)</i> .....	78
4. <i>Summary Investment</i> .....	79
<b>C. Income Statement</b> .....	<b>80</b>
<b>D. Pendanaan Investasi : (<i>Agency Theory</i>) <i>Investment Analysis</i></b> .....	<b>83</b>

1. Accumulated Cash Flow.....	83
2. Pay Back Period .....	85
3. <i>Risk Free Return (Future Value)</i> .....	87
<b>E. Break Even Point (BEP).....</b>	<b>87</b>
<b>F. Financial Executive Summary .....</b>	<b>991</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>Daftar Rujukan.....</b>	<b>92</b>
a. Buku & Majalah :.....	92
b. Jurnal :.....	93
c. Website :.....	93
d. Peraturan Perundang-undangan :.....	94
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 SWOT Analysis Internal Terhadap External .....	15
1.2 Hasil SWOT Analysis Laundry Syariah Kompetitor.....	16
2.3 Harga Produksi Penyewaan Mesin Cuci.....	25
2.4 Harga Produksi Penyewaan Mesin Pengering.....	27
2.5 Harga Produksi Penjualan Detergent.....	28
2.6 Harga Produksi Penjualan Softener .....	29
2.7 Harga Produksi Penjualan Detergent + Softener .....	30
2.8 Proyeksi Waktu Kerja .....	33
2.9 Perhitungan Potensi Kapasitas Kinerja Mesin .....	34
2.10 Perhitungan Potensi Kinerja Mesin .....	34
3.11 Hasil Wawancara Customer Gain, Jobs, Pain.....	44
3.12 Analisa Kompetitor .....	45
3.13 Program Pemasaran Setahun.....	46
3.14 Potensi Ramainya Penjualan Dalam Setahun .....	50
4.15 <i>Manning Budget</i> .....	62
4.16 <i>Action Plan</i> .....	68
5.17 Tangible Investment.....	74
5.18 <i>Intangible Investment</i> Taharah Laundry .....	79
5.19 <i>Working Capital</i> Taharah Laundry .....	80
5.20 <i>Summary Investment</i> .....	71
5.21 <i>Income Statement Taharah Laundry</i> .....	83
5.22 <i>Accumulated Cash Flow</i> .....	97
5.23 <i>Pay Back Period</i> .....	100
5.24 <i>Net Present Value &amp; Internal Rate of Return Taharah Laundry</i> .....	101
5.25 <i>Future Value</i> .....	102
5.26 <i>Future Value</i> .....	102
5.27 <i>Future Value</i> .....	102
5.28 <i>Future Value</i> .....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Hasil Survey Frekuensi Calon Pelanggan Dalam Mencuci Pakaian.....	1
1.2 Hasil Survey Kebutuhan Dan Ekspektasi Calon Pelanggan .....	3
1.3 Fitur Tambahan Yang Di Harapkan Oleh Calon Pelanggan Dalam Pelayanan Laundry.....	5
1.4 Pentingnya Sertifikasi/Label Kehalalan Bahan Pembersih Pakaian .....	6
1.5 Hasil Survey Kesiapan Mencoba Layanan Laundry Syariah Dari Calon Pelanggan Dan Para Ahli .....	7
1.6 <i>Business Model Canvas</i> .....	11
1.7 Logo Bisnis Taharah Laundry.....	12
1.8 Foto Lokasi Rencana Bisnis Didirikan .....	14
1.9 Penjelasan 1 Stack Mesin Yaitu 1 Mesin Cuci Di Bawah Dan Mesin Pengering Di Atasnya .....	17
1.10 Contoh Dispenser <i>Chemical</i> Otomatis.....	18
1.11 Kemasan Laundry .....	18
1.12 <i>Parfume</i> Laundry Dan Beberapa <i>Merchandise</i> .....	19
1.13 Alur Sertifikasi Halal Online Dan Menu Yang Di Gunakan LPPOM...23	
2.14 Mesin Cuci Lg <i>Giant</i> Kapasitas 5 Kg Dan Lg <i>Titan</i> Kapasitas 7 Kg. ....	25
2.15 Mesin Pengering Lg <i>Giant</i> Kapasitas 5 Kg Dan Lg <i>Titan</i> Kapasitas 7 Kg .....	25
2.16 <i>Merchandise</i> Taharah Laundry .....	28
2.17 <i>Mockup</i> Kemasan Tas Ramah Lingkungan.....	32
3.18 <i>Value Proposition Canvas</i> .....	41
3.19 Media Sosial Taharah Laundry 2024 .....	46
4.20 Daftar Struktural Fungsional.....	49
4.21 Denah Lantai 1 Dan Lantai 2.....	58
4.22 Denah Lantai 2.....	59
4.22 Lantai Pertama Ruang Pencucian Dan Pengeringan Pakaian .....	59
4.23 Lantai Dua Area Ruang Tunggu, Ruang <i>Meeting</i> , Ruang Mushola, <i>Snack, Coffee, &amp; Tea Corner</i> .....	60
4.24 Alur Proses Kerja.....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. Hasil Turnitin Mengenai Cek Plagiarisme .....	95
II. Daftar Bimbingan Tugas Akhir .....	98
III. Hasil Survei Usia Calon Pelanggan & Para Ahli.....	98
IV. Hasil Survey Jenis Kelamin Calon Pelanggan Dan Para Ahli.....	98
V. Hasil Survey Status Pekerjaan Calon Pelanggan Dan Para Ahli.....	99
VI. Hasil Survey Kepemilikan Tempat Tinggal Calon Pelanggan Dan Para Ahli .....	99
VII. Hasil Survey Lokasi/Tempat Tinggal Calon Pelanggan Dan Para Ahli.....	99
VIII. Hasil Survey Harga Pencucian Dalam 5kg Calon Pelanggan Dan Para Ahli .....	100
IX. Hasil Survey Harga Pencucian Dalam 7 Kg Calon Pelanggan Dan Para Ahli .....	100
X. Hasil Survey Harga Pengeringan Pakaian Dalam 5kg Calon Pelanggan Dan Para Ahli .....	100
XI. Hasil Survey Harga Pengeringan Pakaian Dalam 7 Kg Calon Pelanggan Dan Para Ahli.....	101
XII. Kapasitas Perhitungan Penggunaan Mesin.....	101
XIII. Proyeksi Penjualan Harian .....	110
XIV. Proyeksi Penjualan Bulanan.....	110
5.29 Proyeksi Penjualan Taharah Laundry Dalam 5 Tahun Ke depan .....	113
5.30 <i>Variable Cost</i> .....	88
5.31 <i>Fixed Cost</i> Taharah Laundry .....	95
XV. Biografi Penulis.....	118

## EXECUTIVE SUMMARY



Taharah Laundry dengan taglinenya “*Smart Syariah Laundry & Space*” merupakan jasa laundry pintar mandiri berbasis syariah dengan ruang tunggu yang instagramable atau fotogenik nyaman serta terpercaya. Berlokasi di Jl. Gegerkalong Hilir No. 73A Kota Bandung, penulis berencana untuk menggunakan dana sebanyak Rp 539.381.511, berasal dari modal internal, untuk mendukung pendirian dan operasional bisnis. Investasi ini akan dialokasikan ke dalam beberapa kategori, seperti *tangible Investment*, *intangible Investment*, dan *working capital*.

Taharah Laundry adalah solusi praktis layanan laundry yang modern dan sesuai syariah, anda bisa mencuci pakaian sendiri dengan cepat dan mudah. Selain itu, Taharah Laundry juga menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan dan bersertifikat halal, sehingga anda bisa merasa tenang dan nyaman, menghadirkan pengalaman mencuci yang berbeda. Dengan teknologi terbaru, dapat dipastikan pakaian anda bersih sempurna, memberikan edukasi tentang proses pencucian yang benar, sehingga anda bisa merawat pakaian kesayangan dengan baik.

Produk dan jasa halal atau syariah memiliki nilai plus lain. Pelanggan yang peduli akan konsumsi halal akan membayar lebih untuk produk dan jasa yang berlabel halal atau syariah dibanding yang tidak berlabel halal atau syariah. Jika sudah seperti itu, halal bukan lagi hanya sebuah kebutuhan mendasar, melainkan sudah menjadi gaya hidup. Ketika kebutuhan dasar sudah terpenuhi, kebutuhan lain seperti laundry yang berlabel syariah akan menjadi prioritas lainnya.

# DAFTAR PUSTAKA

## Daftar Rujukan

### a. Buku & Majalah :

- Alexander Osterwalder, Y. P. (2010). *Business Model Generation* (Cet. 11 ed.). Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2017. Retrieved Oktober 11, 2024
- Andreessen, M. (2017, Febuari 18). *Andreessen Horowitz*. Retrieved November 15, 2024, from Andreessen Horowitz: <https://a16z.com/12-things-about-product-market-fit/> Nirwandar, SE., DESS, D. (2017). *Halal Lifestyle, Trend Global & Peluang Bisnis* (Pertama ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Dipetik November 05, 2024
- Ferryono, B., & Sutaryo, S. (2017). Manfaat Akuntansi Basis Akruwal dan Akuntansi Basis Kas Menuju Akruwal dalam Pengambilan Keputusan Internal Pemerintah Daerah. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 4(2), 143–158. <https://doi.org/10.24815/jdab.v4i2.6797>
- Perencanaan Pemasaran (Analisis, P. i. (2022). Perencanaan Pemasaran (analisis, Perencanaan, implementasi dan Pengendalian). In P. S., Purboyo, Mulyani, L. Aryani, Fitriana, R. Zulfikar, L. Malihah, & A. Masruroh (Ed.), *Perencanaan Pemasaran (analisis, Perencanaan, implementasi dan Pengendalian)* (Pertama Mei 2022 ed., Vol. Pertama Mei 2022, p. 2). Kabupaten Bandung: Widina Vhakti Persada Bandung. doi:ISBN: 978-623-459-088-3
- Philip, K. (2002). *Philip Kotler Metode SWOT*. (M. K. Alfian Bagus Hartanto, Editor) Retrieved 2024, Diperoleh dari Ejournal UNUGHA: <https://ejournal.unugha.ac.id/index.php/jtiunugha/article/download/113/93>
- Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing* (Cetakan III ed.). Bandung, Jawa Barat, Kota Bandung, Indonesia: Mizan. Retrieved November 04, 2004, Diperoleh dari [https://books.google.co.id/books?id=zo9N4Z64TywC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=zo9N4Z64TywC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Ed. ke-4). Andi Offset.

## b. Jurnal :

- Maulida Maulida, M. M. (2021, Juni 27). Status Hukum Pakaian Laundry dalam Konsep Thaharah sebagai Penyempurnaan Ibadah. (M. M. Maulida Maulida, Ed.) *Jurnal Al-Qiyam*(2021), 38. Retrieved Oktober 10, 2024, Diperoleh dari <https://ojs.staialfurqan.ac.id/>:  
<https://ojs.staialfurqan.ac.id/alqiyam/article/view/113/69>
- Wibowo, O. T. A. A., Ramadhanti, W., & Sugiarto. (2018). Analisis Pendapatan Accrual Basis dan Cash Basis Dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah di Jawa Tengah. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, September, 1–13.

## c. Website :

- ACCURATE. (2023, Nov 1). *Tips Terbaik Menerapkan Instagram Marketing untuk Bisnis Anda*. Dipetik September 9, 2024, Diperoleh dari accurate.id: <https://accurate.id/marketing-manajemen/tips-terbaik-instagram-marketing/>
- Badan Meteorologi, K. d., & Prasetyaningtyas, K. (2025, 102). <https://www.bmkg.go.id/>. Retrieved Diperoleh dari bmkg.go.id: <https://www.bmkg.go.id/iklim/prediksi-musim/prediksi-musim-hujan-2025-2026-di-indonesia>
- Budi. (2022, 10 Maret). *Perbedaan Cash Basis dan Accrual Basis: Mana yang Terbaik?* Sobat Budi Blog. Diambil dari <https://www.sobatbudi.com/akuntansi/cash-accrual-2022/>
- Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an. (2023, July 31). *Al-Muddassir Ayat 4*. (L. P. Al-Qur'an, Editor, & L. P. Al-Qur'an, Producer) Retrieved Oktober 10, 2024, Diperoleh dari Qur'an Kemenag: <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/74?from=4&to=4>
- Moedasir, A. (2022, November 04). *Majoo*. (PT Majoo Teknologi Indonesia) Retrieved November 15, 2024, Diperoleh dari Majoo.id: <https://majoo.id/solusi/detail/value-proposition-canvas>
- Nadha, C. (2019, Maret 25). *LPOM MUI*. (C. Nadha, Producer, & LPOM MUI) Retrieved September 17, 2024, Diperoleh dari halalmui.org: <https://halalmui.org/deterjen-haruskah-halal/>
- Rosyda. (2021). *Gramedia Literasi*. Retrieved Oktober 18, 2024, Diperoleh dari Gramedia Blog: [https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-cv/#2\\_CV\\_Murni](https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-cv/#2_CV_Murni)

#### **d. Peraturan Perundang-undangan :**

Indonesia. (2020). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245*. Sekretariat Negara.

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 17 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Persekutuan Komanditer, Persekutuan Firma, dan Persekutuan Perdata*. (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 17). Diperolehdari: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/133158/permenkumham-no-17-tahun-%202018>

Menteri Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2023 tentang Penyusutan Harta Berwujud dan/atau Amortisasi Harta Tak Berwujud*. <https://jdih.kemenkeu.go.id/api/download/46cededa-86ae-4cc9-93e5-b6bef8892074/2023pmkeuangan072.pdf>