

# Jurnal Manajemen

Volume 1, Nomor 2, Februari 2010

D1027

9

## DAFTAR ISI

Pengantar Penyunting

Daftar Isi

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS NASABAH**

Cecep Hidayat, Pritha Putri Warahapsara  
95 - 102

**ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI PENGEMBANGAN BISNIS**

Idris Gautama, Wilson, Ishak Ismail  
103 - 117

**PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP RETENSI KARYAWAN PADA BANK INDONESIA**

Idi Setyo Utomo, Bramantyo Wibowo, Wilyadi  
118 - 131

**PENGARUH PROMOSI DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK TELKOM SPEEDY**

Engkos Achmad Kuncoro, Adithya Wiranegara  
132 - 145

**PENGARUH PEMENUHAN HARAPAN TINGKAT GAJI, LINGKUNGAN KERJA, DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP RETENSI KARYAWAN**

Laksmi Sito Dwi Irvianti  
146 - 154

**PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN PIANO YAMAHA BEKAS**

Retno Dewanti, Tjia Fie Chu, Idris Gautama, Angelia Vanessa Heindiarto  
155 - 164

**ANALISIS RISIKO KREDIT PEMBIAYAAN MOBIL PT BUKOPIN FINANCE**

Rudy Aryanto, Andy Putra Endicha  
165 - 177

**KEBANGKITAN INOVASI MANAJEMEN PADA ERA EKONOMI BARU**

Cooky Tri Adhikara  
178 - 183

## ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI PENGEMBANGAN BISNIS

**Idris Gautama**  
**Wilson**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, BINUS University, Jakarta

**Ishak Ismail**

School of Management, Universiti Sains Malaysia, 11800 Pulau Penang, Malaysia

### ABSTRACT

*PT. SM is a printing company who specializes in printing on duplex paper based packaging for energy saving lamp (ESL). Recently the growth of packaging industry, especially for energy saving lamp (ESL), is growing fast along with the growth of the industry itself. The founder saw that big opportunity, so the company was established. Now, PT. SM is working on making packaging of ESL as many as 150,000 pieces a day from big factories that produce lamps around Jabodetabek. Along with the growth of ESL industry, this cause makes the demand of packaging that flows to PT. SM is bigger, so the production capacity of the company now can't accommodate more demand. Therefore, now PT. SM is planning to invest in building a new ESL's packaging factory. The purpose of this paper is to test the feasibility of business development in a new factory that will be built by PT. SM, where the plan will be viewed from various aspects, including market and marketing aspect, operational management, and from this feasibility study of business, there will be got a conclusion about the business advisability from that business development.*

### **Keywords**

*Investment, Business Development, Business Feasibility Study*

### PENDAHULUAN

#### **Latar Belakang Masalah**

Lampu Hemat Energi (yang untuk selanjutnya akan disingkat menjadi LHE), pada saat ini mulai menggeser penggunaan lampu pijar, dikarenakan harganya yang murah dan juga sesuai dengan namanya, yaitu hemat energi sehingga pengeluaran biaya listrik setiap bulannya menjadi lebih kecil dengan pemakaian lampu hemat energi. Pasar kemasan LHE merupakan sebuah pasar yang sangat potensial, karena melihat pertumbuhan penduduk yang begitu pesat disertai dengan pembangunan perumahan yang ada dimana-mana, maka kebutuhan akan LHE juga semakin meningkat karena harganya yang murah. Konsumen lampu listrik meliputi sektor rumah tangga, industri, bisnis, dan umum. Secara kuantitas, sektor rumah tangga merupakan konsumen terbesar lampu listrik (64%), sedangkan sektor industri pada urutan berikutnya dengan porsi konsumsi 21% dan juga jika dilihat dari jenis produknya, lampu GLS paling banyak dipilih konsumen. Diperkirakan pada 2006 konsumsi GLS masih menguasai 38,2% (100 juta unit) dari total konsumsi. Sementara LHE di posisi berikutnya dengan 35,3% (90 juta unit) dan lampu TL 25,5% (65 juta unit), namun kini LHE menjadi produk andalan sejumlah produsen. Menurut Aperlindo, konsumsi LHE meningkat signifikan dari tahun ke tahun. Dalam empat tahun sejak tahun 2002-2006, konsumsi LHE di Tanah Air meningkat rata-rata 20,6%. Pada 2002 total konsumsinya mencapai 40 juta unit, lalu naik menjadi 70 juta unit pada 2005, dan tahun 2006 mencapai 90 juta unit dan pada tahun 2009 ini diperkirakan konsumsinya mencapai 160 juta unit LHE. Melihat pertumbuhan yang begitu besar, maka secara tidak langsung pertumbuhan kemasan LHE juga ikut bertumbuh seiring dengan pertumbuhan LHE itu sendiri dan PT. SM berhasil mendapatkan order pembuatan kemasan sejumlah 150.000 pcs kemasan LHE per harinya dari pabrik-pabrik LHE di sekitar Jabodetabek, sehingga PT. SM berencana untuk membangun pabrik baru untuk menampung order-order tersebut dan diharapkan paper ini dapat membantu perusahaan untuk menganalisis kelayakan investasi pengembangan bisnis pada PT. SM.

hingga jangka panjang. Metode peramalan yang digunakan adalah metode kuadrat terkecil (Least Square Method). Metode Kuadrat Terkecil merupakan metode statistik yang tepa untuk mengembangkan garis trend linear. Pendekatan ini menghasilkan garis lurus yang meminimalkan jumlah kuadrat perbedaan dari garis setiap observasi aktual. Rumusnya:

$$Y = a + bx$$

Untuk persamaan linear, garis trend dapat diperoleh dari penyelesaian simultan nilai a dan b pada dua persamaan normal berikut:

$$\begin{aligned} Y = na + bX & \Rightarrow a = \frac{\sum Y}{n} \\ XY = aX + bX^2 & \Rightarrow b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \end{aligned}$$

Keterangan:

- Y = Perkiraan permintaan/penjualan dalam suatu periode.
- a = Perpotongan sumbu Y di a (konstanta).
- b = Kelandaian garis regresi.
- X = Deret waktu tertentu (variabel bebas).
- n = Jumlah tahun yang ada.

### Aspek Marketing.

*Marketing* atau pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009, p.45) adalah sebagai berikut: "*Marketing is about identifying and meeting human and social needs*", yang berarti bahwa marketing atau pemasaran adalah hal-hal yang dilakukan yang berhubungan dengan mengenali dan menjawab kebutuhan manusia dan keperluan sosial, sedangkan menurut Fuad, Christine. H, Nurlela, Sugiarto dan Paulus (2006, p.124) Manajemen Pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang bermanfaat dengan pembeli untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Umar (2005, p.70), bagi pemasaran produk barang, manajemen pemasaran akan dipecah atas 4 kebijakan pemasaran yang lazim disebut sebagai bauran pemasaran (*Marketing-Mix*) atau 4P yang terdiri dari 4 komponen, yaitu:

- a. *Product* (Produk). Barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.
- b. *Price* (Harga). Sejumlah kompensasi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.
- c. *Place* (Distribusi). Saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen.
- d. *Promotion* (Promosi). Promosi adalah kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

### Aspek Manajemen & SDM.

Menurut Griffin dan Ebert (2007, p.166), manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan sumber daya financial, manusia serta informasi suatu perusahaan untuk mencapai sasarannya.

Menurut Dessler (2000, p.2), "*Human Resources Management refers to the practices and policies you need to carry out the people or personnel aspects of your management job*", yang berarti bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia adalah kumpulan penerapan-penerapan dan kebijakan yang harus dilaksanakan atau dipatuhi oleh seluruh karyawan dan aspek-aspek personalia dalam melaksanakan tugas manajemennya, dan menurut Byars dan Rue (2005, p.4), "*Human Resources Management encompasses those activities designed to provide for and coordinate the human resources of an organization*", yang berarti bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia meliputi aktivitas-aktivitas yang didesain untuk menyediakan dan mengkoordinasikan sumber daya manusia untuk perusahaan.

1. Pemilihan Strategi Produksi.
2. Pemilihan dan Perencanaan Produk.
3. Perencanaan Kualitas.
- Masalah Design. Masalah design akan mencakup perancangan fasilitas operasi yang akan digunakan. Persoalan-persoalan utamanya adalah:
  1. Pemilihan Teknologi.
  2. Perencanaan Kapasitas Pabrik.
  3. Perencanaan Letak Pabrik.
  4. Perencanaan Layout Pabrik.
- Masalah Operasional. Masalah operasional timbul biasanya pada saat proses produksi sudah berjalan. Persoalan-persoalan utamanya adalah:
  - a. Perencanaan Jumlah Produksi.
  - b. Manajemen Persediaan.
  - c. Materials Requirement Planning.
  - d. Pengawasan Kualitas Produk.

#### Aspek Lingkungan Industri.

Menurut Umar (2005, p268) dalam bukunya mengutip competitive strategy yang dikemukakan oleh Michael E Porter, dimana konsep tersebut menganalisis persaingan bisnis berdasarkan 5 aspek utama yang disebut sebagai Lima Kekuatan Bersaing, berikut penjelasan lima kekuatan bersaing tersebut:

- a. Persaingan di Antara Perusahaan Sejenis
- b. Kemungkinan Masuknya Pesaing Baru
- c. Potensi Pengembangan Produk Substitusi
- d. Kekuatan Tawar-menawar Pemasok
- e. Kekuatan Tawar-menawar Pembeli

#### Aspek Keuangan.

Menurut Gitman (2006, p.4), "*Finance can be defined as the art and science of managing money*", yang berarti bahwa Manajemen Keuangan adalah sebuah seni atau sains dalam mengatur keuangan. Pada umumnya ada empat Metode Penilaian Investasi yang biasa dipertimbangkan untuk dipakai dalam penilaian aliran kas dari suatu investasi, yaitu metode *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return* dan *Profitability Index*.

1. Metode **Payback Period** (PP). *Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas.

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

2. Metode **Internal Rate of Return** (IRR). Metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa datang atau penerimaan kas dengan mengeluarkan investasi awal.

$$\text{Rumus } I_0 = \frac{\sum CF_t}{(1 + \text{IRR})^t}$$

Dimana:

t = tahun ke.

n = jumlah tahun.

$I_0$  = nilai investasi awal.

CF = arus kas bersih.

IRR = tingkat bunga yang dicari harganya.

Rumus IRR untuk interpolasi ialah:

$$\text{IRR} = P_1 - C_1 \times \left( \frac{P_2 - P_1}{C_2 - C_1} \right)$$

Dimana:

Perhitungan peramalan permintaan kemasan lampu untuk periode 2010-2014, adalah:

$$a = \Sigma Y/n$$

$$a = 540.000.000/5 = 108.000.000$$

$$b = \Sigma XY/\Sigma X^2$$

$$b = 210.000.000/10 = 21.000.000$$

Jadi persamaan regresi untuk kemasan LHE adalah  $Y = na + bX$ , dimana  $Y = 108.000.000 + 21.000.000 X$ , Proyeksi permintaan akan dilakukan selama 10 tahun kedepan, dikarenakan umur ekonomis dari mesin inti PT. SM, yaitu mesin cetak berjumlah 10 tahun.

**Tabel 2. Perkiraan Permintaan LHE Pada Periode 2010-2019 (Dalam Ribuan Unit)**

Tahun	Perkiraan Permintaan	Keterangan	Presentase Kenaikkan (%)
2010	171,000,000	2009-2010	6.9
2011	192,000,000	2010-2011	12.28070175
2012	213,000,000	2011-2012	10.9375
2013	234,000,000	2012-2013	9.85915493
2014	255,000,000	2013-2014	8.974358974
2015	276,000,000	2014-2015	8.235294118
2016	297,000,000	2015-2016	7.608695652
2017	318,000,000	2016-2017	7.070707071
2018	339,000,000	2017-2018	6.603773585
2019	360,000,000	2018-2019	6.194690265
<b>Kenaikkan Presentase Rata-Rata</b>			<b>8.466487635</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2009)

Untuk mempermudah perhitungan, maka kenaikan presentase rata-rata pertahunnya dibulatkan dari 8.5% menjadi 10%. PT. SM pada tahun 2009 ini mengerjakan order pembuatan kemasan sebanyak 150.000 pcs per harinya atau sebesar 45.000.000 unit per tahunnya (dengan asumsi 1 tahun= 313 hari dikurangi 13 hari libur dalam 1 tahun) dan juga baru-baru ini mendapatkan order lagi dengan kuantiti yang sama, sehingga diasumsikan pertumbuhan permintaan kemasan lampu yang masuk ke PT. SM seiring dengan presentase pertumbuhan pasar industri LHE secara menyeluruh.

**Tabel 3. Perkiraan Permintaan Kemasan LHE PT. SM Pada Periode 2010-2019.**

<b>Proyeksi Pertumbuhan Kemasan LHE 2010-2019 sebesar 10%</b>		
2010	45,000,000 + (45,000,000 x 10%)	49,500,000 Unit
2011	49,500,000 + (49,500,000 x 10%)	54,450,000 Unit
2012	54,450,000 + (54,450,000 x 10%)	59,895,000 Unit
2013	59,895,000 + (59,895,000 x 10%)	65,884,500 Unit
2014	65,884,500 + (65,884,500 x 10%)	72,472,950 Unit
2015	72,472,950 + (72,472,950 x 10%)	79,720,245 Unit
2016	79,720,245 + (79,720,245 x 10%)	87,692,270 Unit
2017	87,692,270 + (87,692,270 x 10%)	96,461,496 Unit
2018	96,461,496 + (96,461,496 x 10%)	106,107,646 Unit
2019	106,107,646 + (106,107,646 x 10%)	116,718,411 Unit

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2009)

**Bauran Pemasaran (Marketing Mix).**

Kebijakan pemasaran yang dilakukan oleh PT. SM dapat dibagi menjadi 4 kategori, dimana setiap kategorinya diarahkan untuk dapat memenuhi kebutuhan industri lampu yang

Untuk mendirikan sebuah pabrik percetakan kemasan LHE yang terintegrasi dengan baik dan terutama pabrik baru yang akan didirikan oleh PT. SM ini, maka ada beberapa mesin yang harus dipersiapkan, sesuai dengan kebutuhan produksinya, yaitu:

**Tabel 7. Mesin Produksi PT. SM**

Mesin	Kegunaan	Harga
Mesin Cetak 4 Warna Heidelberg SM102.	Cetak Full Colour 1 Sisi.	Rp. 15.000.000.000
Mesin Lem.	Lem Kertas.	Rp. 300.000.000
Mesin Pond.	Pembentuk Bahan.	Rp. 50.000.000
Mesin Potong.	Potong Kertas.	Rp. 200.000.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2009)

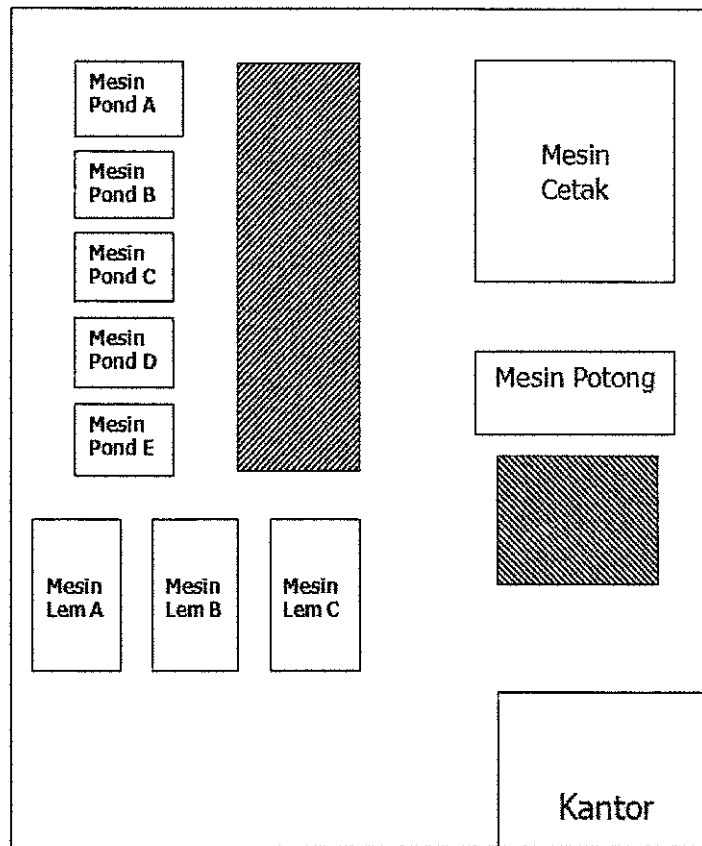
**Tabel 8. Kemampuan Produksi PT. SM**

<b>Hasil Akhir Mesin Cetak</b>	1 Pcs = 10 Mata Kemasan @ 15.000 Pcs => 150.000 Pcs/Hari
<b>Hasil Akhir Mesin Pond Kertas</b>	1 Pcs = 10 Mata Kemasan @ 3.000 Pcs x 5 Unit => 400.000 Pcs/Hari
<b>Hasil Akhir Mesin Lem</b>	1 Pcs Kemasan x 50.000 Pcs x 3 Unit => 150.000 Pcs/Hari

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2009)

**Perencanaan Layout.**

Berikut ini merupakan layout pabrik baru yang akan dibangun oleh PT. SM:



Keterangan:



⇒ Tempat Menaruh Bahan Kertas Yang Telah Diproses.

**Gambar 2. Perencanaan Layout**

**Aspek Keuangan.**

Jumlah keseluruhan dana investasi untuk rencana pendirian pabrik baru PT. SM di daerah Dadap adalah sebagai berikut:

**Tabel 10. Kebutuhan Dana**

Komposisi Kebutuhan Dana	Jumlah
Investasi	Rp. 16.672.000.000
Modal Kerja	Rp. 1.862.640.000
Jumlah	Rp. 18.534.640.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2009)

**Metode Penilaian Investasi.**

Pada penilaian investasi ini akan dinilai dengan metode *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Profitability Index* (PI). Berikut ini adalah perincian perhitungan nilai investasi untuk pabrik baru yang akan didirikan oleh PT. SM:

a. *Net Present Value.*

Metode ini menghitung perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi selama umur investasi, dimana 9% merupakan biaya modal yang terdiri dari deposito dan resiko bisnis.

**Tabel 11. Proyeksi Net Present Value**

Tahun	OCF	D.F (9%)	PV Kas Bersih
	<b>- Rp. 18,534,640,000</b>		
2010	Rp. 1,046,645,000	0,91731193	Rp. 960,224,771
2011	Rp. 1,330,265,750	0,841679993	Rp. 1,119,658,068
2012	Rp. 1,705,273,888	0,77218348	Rp. 1,316,784,325
2013	Rp. 2,191,514,354	0,708425211	Rp. 1,552,524,019
2014	Rp. 2,757,977,284	0,649931386	Rp. 1,792,496,000
2015	Rp. 3,359,145,872	0,596267327	Rp. 2,002,948,930
2016	Rp. 4,180,826,339	0,547034245	Rp. 2,612,373,154
2017	Rp. 5,205,317,152	0,50186628	Rp. 2,943,286,763
2018	Rp. 6,392,504,739	0,460427778	Rp. 2,943,286,763
2019	Rp. 7,852,103,735	0,422410807	Rp. 3,316,813,475
	<b>Total</b>		<b>Rp. 19,904,164,681</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2009)

$$\begin{aligned}
 NPV &= \frac{Rp\ 1,046,645,000}{(1+0.09)^1} + \frac{Rp\ 1,330,265,750}{(1+0.09)^2} + \frac{Rp\ 1,705,273,888}{(1+0.09)^3} \\
 &+ \frac{Rp\ 2,191,514,354}{(1+0.09)^4} + \frac{Rp\ 2,757,977,284}{(1+0.09)^5} + \frac{Rp\ 3,359,145,872}{(1+0.09)^6} \\
 &+ \frac{Rp\ 4,180,826,339}{(1+0.09)^7} + \frac{Rp\ 5,205,317,152}{(1+0.09)^8} + \frac{Rp\ 6,392,504,739}{(1+0.09)^9} \\
 &= \frac{Rp\ 7,852,103,735}{(1+0.09)^{10}} - Rp\ 18,534,640,000 \\
 &= Rp\ 1,369,524,681
 \end{aligned}$$

NPV yang diperoleh dari perhitungan diatas adalah Rp 1,369,524,681, yang menunjukkan nilai positif, yang berarti bahwa investasi untuk pendirian pabrik baru ini adalah layak, dikarenakan hasil perhitungan dari NPV menunjukkan nilai positif yang sesuai dengan kriteria kelayakan bisnis.

Dari hasil perhitungan *IRR* diatas dapat terlihat bahwa nilainya positif dan nilainya berada diatas biaya modal yang telah ditetapkan yaitu 9%, sehingga pabrik baru yang akan didirikan oleh PT. SM ini dapat dinyatakan layak.

c. Metode *Profitability Index (PI)*

*Profitability Index* merupakan rasio aktivitas dari jumlah sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Perhitungan *Profitability Index (PI)* untuk rencana pendirian pabrik baru PT. SM adalah sebagai berikut:

$$PI = \frac{PV \text{ Kas Masuk}}{PV \text{ Kas Keluar}}$$

$$PI = \frac{Rp \ 19,904,164,681}{Rp. \ 18,534,640,000}$$

$$PI = 1.073890007$$

*Profitability Index (PI)* yang diperoleh dari perhitungan ini adalah 1.07 dan angka tersebut lebih besar dari 1 atau  $PI > 1$ , sehingga pendirian pabrik baru yang akan didirikan oleh PT. SM dinyatakan layak.

d. *Payback Period.*

Untuk menilai jangka waktu (tahun) pemulihan seluruh modal yang diinvestasikan dalam suatu proyek, dengan menggunakan aliran kas sebagai dasar perhitungan. Perhitungan *Payback Period* untuk rencana pendirian pabrik baru ini adalah:

Investasi Awal	=>	(Rp. 18,534,640,000)
CashFlow Tahun 2010	=>	Rp 1,046,645,000
CashFlow Tahun 2011	=>	Rp 1,330,265,750
CashFlow Tahun 2012	=>	Rp 1,705,273,888
CashFlow Tahun 2013	=>	Rp 2,191,514,354
CashFlow Tahun 2014	=>	Rp 2,757,977,284
CashFlow Tahun 2015	=>	Rp 3,359,145,872
CashFlow Tahun 2016	=>	Rp 4,180,826,339 +
		- Rp 1,962,991,513 => Tahun ke 7
Tahun 2017	=	Rp 1,962,991,513 x 12 Bulan
		Rp 5,205,317,152
	=	4 Bulan 15 Hari

Bila dilihat dari perhitungan *Payback Period* diatas, maka dapat terlihat bahwa *Payback Period* terjadi di tahun ke 7 bulan ke 4 dan 15, dimana umur ekonomisnya berada dibawah masa umur proyek, maka pendirian pabrik baru yang akan dilakukan oleh PT. S M ini dinyatakan layak.

**Tabel 14. Simpulan Aspek Keuangan Pabrik Baru PT. SM**

No.	Metode	Kriteria Penilaian	Hasil	Keputusan
1	<i>Net Present Value (NPV)</i>	Positif	Rp 1,369,524,681	Layak
2	<i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	> 9%	10%	Layak
3	<i>Profitability Index (PI)</i>	> 1	1,073890007	Layak
4	<i>Payback Period (PP)</i>	< 10 Tahun	7 thn 4 bln 15 hari	Layak

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2009)



- Miller, Michael (2008), *Business Plans, dalam 24 Jam*, Cetakan ke 2, Predana Media Group, Jakarta
- Subagyo, Ahmad. (2008). *Studi Kelayakan Bisnis*. Cetakan kedua. PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Umar, Husein. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi 3. PT. Gramedia pustaka Utama, Jakarta.
- Pinson, Linda (2003), *Anatomy of a Business Plan*, Diterjemahan oleh Emhas, Edisi kelima, PT. Mizan Grafika Sarana, Bandung.
- Rangkuti, Freddy, (2008), *Business Plan*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta