

**PERENCANAAN BISNIS “RUJAK AKSARA” DI KOTA BANDUNG**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian**

**Akhir Pendidikan Program Diploma III**



**Disusun Oleh :**

**RAYHANI FAUZIYAH AZMI**

**NIM : 2020406043**

**PROGRAM STUDI SENI KULINER**

**JURUSAN HOSPITALITI**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

**2023**

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Rayhani Fauziyah Azmi  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 22 Oktober 2001  
NIM : 2020406043  
Program Studi : Seni Kuliner  
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

**“Perencanaan Bisnis ‘Rujak Aksara’ di Kota Bandung”**

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/Proyek 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/Proyek 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, Desember 2023

Yang membuat pernyataan,



Rayhani Fauziyah Azmi

# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR /PROYEK AKHIR

PERENCANAAN BISNIS "RUJAK AKSARA" DI KOTA BANDUNG

NAMA : RAYHANI FAUZIYAH AZMI  
NIM : 2020406043  
JURUSAN : SENI KULINER  
PROGRAM STUDI : HOSPITALITI

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

  
**R. Sondjana Ali Suganda, S.Sos., M.M.Par.**  
NIP 19720322 200502 1 001

  
**Mandradhitya Kusuma Putra, S.ST. Par., MSc**  
NIP 19851224 201101 1 010

Bandung, Desember 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



**Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.**

NIP. 19710316 199603 2 001

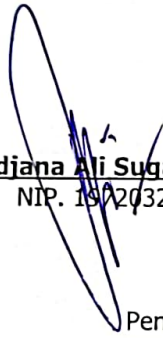
# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**"PERENCANAAN BISNIS 'RUJAK AKSARA' DI KOTA BANDUNG"**

NAMA : Rayhani Fauziah Azmi  
NIM : 2020406043  
PROGRAM STUDI : Hospitaliti

Pembimbing Utama,



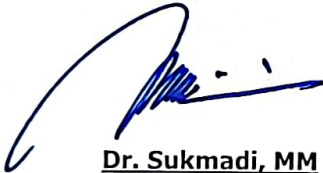
**R. Sondjana Ali Suganda, S. Sos., M.M.Par.**  
NIP. 19720322 200502 1 001

Pembimbing Pendamping,



**Mandradhitya Kusuma Putra, S. ST. Par., MSc**  
NIP. 19851224 201101 1 010

Penguji I,



**Dr. Sukmadi, MM**  
NIP. 19700810 200605 1 001

Penguji II,



**Dadang Suratman, SST. Par., MM.**  
NIP. 19711210 200212 1 008

Bandung, Februari 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik  
Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

**Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE**



**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CHE**

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Perencanaan Bisnis ‘Rujak Aksara’ di Kota Bandung”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program Diploma III pada program studi Seni Kuliner di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Nining Hadaningsih dan Bapak Sugiarto selaku orang tua penulis , kakak-kakak dan keponakan penulis yang selalu mendukung, mendoakan dan memberi semangat kepada penulis. Selain itu, penulis banyak mendapatkan bantuan, masukan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos, M.Sc, CHE. / Dr. Anwari Masatip, M.M.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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudin Saepudin, S.ST.Par., M.P.Par., CHE. Selaku Ketua Jurusan Hospitaliti di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Rusna Purnama, SE., M.M.Par Selaku Ketua Prodi Seni Kuliner di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

5. Bapak Raden Sondjana Ali Suganda, S.Sos., M.M.Par. Selaku Dosen Bimbingan Akademik sekaligus Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan arahan, waktu, dan dukungan selama proses penyelesaian tugas akhir.
6. Bapak Mandradhitya Kusuma Putra, S.ST.Par., M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan arahan, waktu, dan dukungan selama proses penyelesaian tugas akhir.
7. Teman sejawat SMP dan SMA yang selalu memberikan semangat dan senantiasa mendukung penulis.
8. Teman-teman *Cheprindiz* selaku teman kelas penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan baik tata bahasa maupun penyajian informasi. Namun penulis berhadapan tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan seluruh pembaca.

Bandung,      September 2023

Penulis,

Rayhani Fauziyah Azmi

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Gambaran Umum Bisnis.....</b>	<b>5</b>
1.2.1 Deskripsi Bisnis .....	6
1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama.....	6
1.2.3 Identitas Bisnis.....	8
<b>1.3 Visi dan Misi.....</b>	<b>9</b>
1.3.1 Visi .....	9
1.3.2 Misi .....	9
<b>1.4 SWOT Analisis .....</b>	<b>10</b>
1.4.1 Strengths .....	10
1.4.2 Weaknesses .....	10
1.4.3 Opportunities.....	11
1.4.4 Threats.....	11
<b>1.5 Spesifikasi Produk.....</b>	<b>14</b>
<b>1.6 Jenis/Badan Usaha .....</b>	<b>14</b>
<b>1.7 Aspek Legalitas .....</b>	<b>15</b>
<b>BAB II ASPEK PRODUK.....</b>	<b>17</b>

2.1.	Daftar dan Deskripsi Produk.....	17
2.2.	Analisa Keunggulan Produk.....	19
2.3.	Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	21
2.4.	Penyajian dan Kemasan Produk .....	24
2.5.	Mekanisme Quality Check .....	25
2.5.1	Tahap Sebelum Produksi.....	26
2.5.2	Tahap Produksi.....	27
2.5.3	Tahap Akhir Produksi.....	27
<b>BAB III RENCANA PEMASARAN .....</b>		<b>30</b>
3.1.	Riset Pasar .....	30
3.1.1	Metode Riset Pasar.....	30
3.1.2	Segmentasi Pasar.....	31
3.1.3	Target Pasar.....	32
3.1.4	<i>Brand Positioning</i> .....	33
3.2.	Validasi Produk .....	34
3.3.	Kompetitor.....	39
3.4.	Program Pemasaran .....	40
3.5.	Media Pemasaran.....	43
3.6.	Proyeksi Penjualan .....	44
<b>BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL .....</b>		<b>46</b>
4.1.	Identitas <i>Owner</i> .....	46
4.1.1	Data Pribadi .....	46
4.1.2	Riwayat Pendidikan .....	47
4.1.3	Pengalaman Kerja .....	47
4.2.	Struktur Organisasi .....	47
4.3.	<i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i> .....	48
4.4.	Anggaran Tenaga Kerja .....	51
4.5.	<i>Servicescape</i> .....	52
4.6.	<i>Action Plan</i> .....	54
<b>BAB V ASPEK KEUANGAN .....</b>		<b>56</b>
5.1.	Metode Pencatatan Akuntansi .....	56
5.2.	Capital Expenditure.....	57
5.2.1	<i>Tangible Investment</i> .....	57



5.2.2	<i>Intangible Investment</i> .....	59
5.2.3	<i>Working Capital</i> .....	59
<b>5.3.</b>	<b>Time Value of Money</b> .....	<b>60</b>
5.3.1	<i>Present Value</i> .....	61
5.3.2	<i>Future Value</i> .....	62
<b>5.4.</b>	<b>Pendanaan Investasi</b> .....	<b>63</b>
5.4.1	Owner's Equity .....	63
5.4.2	Debt.....	63
<b>5.5.</b>	<b>Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan</b> .....	<b>64</b>
5.5.1	Variabel Cost, Fixed Cost dan Mixed Cost .....	64
5.5.2	Break Event Point (BEP) .....	66
5.5.3	Cost Volume Profit (CVP) .....	68
<b>5.6.</b>	<b>Identifikasi <i>Cash Inflow</i> dan <i>Outflow</i></b> .....	<b>68</b>
5.6.1	<i>Operating Budget</i> .....	69
5.6.2	<i>Cash Flow Projection</i> .....	70
5.6.3	Pengaruh Makro Ekonomi .....	71
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>72</b>
	<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Matriks Analisis SWOT .....	12
Tabel 2. 1 Peralatan dan Perlengkapan Produksi Rujak Aksara.....	23
Tabel 2. 2 Mekanisme <i>Quality Check</i> .....	28
Tabel 3. 1 Kompetitor .....	40
Tabel 3. 2 Proyeksi Penjualan 1 Tahun .....	45
Tabel 4. 1 Riwayat Pendidikan.....	47
Tabel 4. 2 Pengalaman Kerja .....	47
Tabel 4. 3 Jadwal Kerja.....	51
Tabel 4. 4 Anggaran Tenaga Kerja .....	52
Tabel 4. 5 <i>Action Plan</i> .....	55
Tabel 5. 1 <i>Accrual Basis</i> .....	57
Tabel 5. 2 Investasi Peralatan.....	58
Tabel 5. 3 Investasi Perlengkapan.....	58
Tabel 5. 4 Investasi Aksesoris .....	59
Tabel 5. 5 <i>Intangible Investment</i> .....	59
Tabel 5. 6 <i>Working Capital</i> .....	60
Tabel 5. 7 Pendanaan Investasi .....	63
Tabel 5. 8 <i>Variabel Cost</i> .....	64
Tabel 5. 9 <i>Fixed Cost</i> .....	65
Tabel 5. 10 <i>Mixed Cost</i> .....	65
Tabel 5. 11 Penjabaran Nilai BEP .....	66
Tabel 5. 12 <i>Operating Budget</i> .....	70
Tabel 5. 13 <i>Cash Flow Projection</i> .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Responden Menyukai Rujak .....	3
Gambar 1. 2 Alasan Responden Kurang Menyukai Rujak .....	4
Gambar 1. 3 Logo Rujak Aksara.....	7
Gambar 1. 4 Rencana Lokasi Rujak Aksara.....	8
Gambar 1. 5 Peta Lokasi Rujak Aksara .....	9
Gambar 1. 6 Business Model Canvas .....	13
Gambar 2. 1 Menu Rujak Aksara .....	18
Gambar 2. 2 Kemasan Rujak Serut.....	25
Gambar 2. 3 Kemasan Rujak Potong .....	25
Gambar 3. 1 Jenis Kelamin Responden .....	35
Gambar 3. 2 Usia Responden.....	35
Gambar 3. 3 Status Responden .....	36
Gambar 3. 4 Responden Menjumpai Pedagang Rujak di Kota Bandung .....	36
Gambar 3. 5 Responden Sering Mengonsumsi Rujak .....	37
Gambar 3. 6 Responden Tertarik Terhadap Menu Rujak Aksara.....	37
Gambar 3. 7 Responden Tertarik Pada Kemasan.....	38
Gambar 3. 8 Responden Cocok Terhadap Yang Ditawarkan Rujak Aksara .....	38
Gambar 3. 9 Responden Tertarik Membeli Rujak Aksara .....	39
Gambar 3. 10 Famplet Rujak Aksara .....	42
Gambar 3. 11 Spanduk Rujak Aksara .....	43
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4. 2 Tampak Depan.....	53
Gambar 4. 3 Tampak Samping Atas.....	53
Gambar 4. 4 Tampak Atas .....	54

## EXECUTIVE SUMMARY

Nama : Rujak Aksara

Lokasi : Jl. Intan 1 No. 11, Perumnas Sadang Serang, Kecamatan Coblong,

Kota Bandung, Jawa Barat 40134

Logo :



Penjelasan Singkat :

“Rujak Aksara” merupakan sebuah usaha yang menjual makanan berupa rujak serut atau biasa dikenal dengan nama rujak gobet yang berasal dari Kota Malang. “Rujak Aksara” akan menerapkan strategi pemasaran yang mengarah pada era digital, dengan menjual produk secara eksklusif melalui media sosial dan *e-commerce*.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, H. (2023, August 31). *Pentingnya Validasi Produk (Product Validation) untuk Keberhasilan Usaha*. Dibimbing.Id.  
<https://dibimbing.id/blog/detail/pentingnya-validasi-produk>
- A. Yayan. (2022, September 8). *Cari Surga Kecil Kuliner? Yuk ke Street Food Lengkong Kecil*. Portal Bandung.  
<https://www.bandung.go.id/news/read/6968/cari-surga-kecil-kuliner-yuk-ke-street-food-lengkong-kecil#:~:text=Kota%20Bandung%20menjadi%20salah%20satu,macam%20kuliner%20di%20Kota%20Bandung.&text=Salah%20satu%20destinasi%20wisata%20kuliner%20yang%20cukup%20diminati%20adalah%20street%20food>
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). PENGARUH PEMASARAN MEDIA ONLINE DAN MARKETPLACE TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK UMKM CN COLLECTION DI SIDOARJO. *Media Mahardhika*, 19(3), 517–522.  
<https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.274>
- Andrivet, M. (2016, November 4). *A Simple Definition of Brand Positioning*. Thebrandingjournal.Com.  
<https://www.thebrandingjournal.com/2016/11/brand-positioning-definition/#:~:text=Brand%20positioning%20has%20been%20defined,mind%20of%20the%20target%20market>

- Apriana. (2020, April 20). *Perbedaan Job Description dan Job Specification*. Hrdspot.Com. <https://hrdspot.com/blog/perbedaan-job-description-dan-job-specification/#shared>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1). <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Athuraliya, A. (2023, September 6). *What is an Action Plan?* . Creately.Com. <https://creately.com/guides/how-to-write-an-action-plan/>
- Aulia Ishak, & William. (2019). Riset Pasar untuk Mengetahui Kebutuhan Konsumen. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 2(3). <https://doi.org/10.32734/ee.v2i3.799>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *rujak*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/rujak>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2021, March). *Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan dan Bukan Makanan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat (Rupiah), 2020 dan 2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. <https://jabar.bps.go.id/statictable/2022/07/08/645/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-makanan-dan-bukan-makanan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-barat-rupiah-2020-dan-2021.html>
- bfi.co.id. (2022, June 22). *Riset Pemasaran: Definisi, Tujuan, dan Cara Melakukannya*. BFI. <https://www.bfi.co.id/id/blog/riset-pemasaran-definisi-tujuan-dan-cara-melakukannya>

- Binus, U. (2022, January 24). *Pengertian, Tujuan, dan Pengaruh Ekonomi Makro terhadap Bisnis dan Kehidupan*. Binus.Ac.Id. <https://onlinelearning.binus.ac.id/2022/01/24/pengertian-tujuan-dan-pengaruh-ekonomi-makro-terhadap-bisnis-dan-kehidupan/#:~:text=Pengaruh%20ekonomi%20makro%20dapat%20membuat,pajak%20dari%20upah%20para%20pekerja>.
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms. In *Marketing of Services* (Vol. 25, Issue 3).
- Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 8 Tahun 2023 tentang Kemudahan, Pemberdayaan, Pengembangan, Pengawasan dan Perlindungan Koperasi dan Usaha Mikro, Pub. L. No. 8, Peraturan Daerah (2023).
- Digital, I. (2023, March 28). *5 Fungsi Media Pemasaran Untuk Bisnis Anda*. Sap-Express.Id. <https://www.sap-express.id/blog/fungsi-media-pemasaran-untuk-bisnis-anda/#:~:text=Media%20pemasaran%20adalah%20sarana%20yang,pemasaran%20ini%20akan%20menjadi%20efektif>.
- Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan. (2023). *Skor PPH Tingkat Konsumsi Sayur dan Buah-Buahan Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Open Data Jabar. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/skor-pph-tingkat-konsumsi-sayur-dan-buah-buahan-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Djuraid, D. A., Nailun Najah, A., Mar'atus Sholiha, I., & Agustin, N. (2021). Ritus Budaya Tingkeban Sebagai Perikat Sosial pada Masyarakat Jember. *Pustaka :*

*Jurnal Ilmu-Ilmu Budaya*, 21(1).  
<https://doi.org/10.24843/pjiib.2021.v21.i01.p02>

Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). PEMILIHAN LOKASI USAHA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA JASA BERSKALA MIKRO DAN KECIL. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1). <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>

Hadi, B. R. I., Asih, A. Y. P., & Syafiuddin, A. (2021). Penerapan Hygiene Sanitasi Makanan pada Pedagang Kaki Lima. *MEDIA KESEHATAN MASYARAKAT INDONESIA*, 20(6). <https://doi.org/10.14710/mkmi.20.6.451-462>

Himma, F. (2022, January 1). *Pendanaan: Pengertian dan Jenis Pendanaan*. Majoo.Id. <https://majoo.id/solusi/detail/pendanaan>

Ihwan, A. (2023, July 22). *Job Analysis*. LinkedIn.Com. <https://id.linkedin.com/pulse/job-analysis-aris-ihwan>

Ishak, A. A., Lamusa, F. A. H., & Adda, H. W. (2023). Pengembangan Teknik Pemasaran Dan Inovasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kedai Vespa Palu. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(2).

Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan* (Rahidzat, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Kencana.

Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (9th ed.). Rajawali Pers.

kemenkopukm.go.id. (2022, June 2). *Apa Itu Marketing Mix? Mengenal Konsep 4P dan 7P*. Kemenkopukm.Go.Id. <https://smesta.kemenkopukm.go.id/news/apa-itu-marketing-mix-mengenal-konsep-4p-dan-7p>



- kompas.com. (2022, April 13). *Pengendalian Mutu dalam Produksi: Pengertian dan Manfaatnya*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/04/13/090000169/pengendalian-mutu-dalam-produksi--pengertian-dan-manfaatnya?page=all>
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JUPIIS: JURNAL PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL*, 11(2), 324. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.13583>
- Lena Ahdiani Hayati. (2021). Peran Packaging Terhadap Tingkat Nilai Jual Produk Olahan Keripik Buah. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(4). <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i4.255>
- Lusiani, A. (2022, September 27). *Pentingnya Refleksi Visi dan Misi Perusahaan untuk Membangun Narasi dan Identitas Brand*. UKMINDONESIA.ID. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/pentingnya-refleksi-visi-dan-misi-perusahaan-untuk-membangun-narasi-dan-identitas-brand#:~:text=Visi%20dan%20misi%20perusahaan%20ini,menjadi%20lebih%20jelas%20dan%20terarah.>
- Mahanani Estu. (2022). *PENGANTAR BISNIS: SUATU KONSEP DAN STRATEGI* (Suwandi, Ed.). CV. EUREKA MEDIA AKSARA . [http://repository.upi-yai.ac.id/6995/1/BC%20Pengantar%20Bisnis\\_2022.pdf](http://repository.upi-yai.ac.id/6995/1/BC%20Pengantar%20Bisnis_2022.pdf)
- Medina, I. (2023, January 20). *Time Value of Money: Arti, Manfaat, Konsep, dan Rumusnya*. Glints.Com. <https://glints.com/id/lowongan/time-value-of-money-adalah/>

- Mendrofa, S., Berkat, J., & Zega, Y. (2022). *ANALISIS QUALITY CONTROL YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK PADA UD. MELVIN. 10.*
- Mulyana, M. (2019). Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar dan Pemosisian. *Universitas Terbuka*, 23–29. <https://osf.io/preprints/inarxiv/tcuj2/>
- Novita, D. F., & Rahim, R. (2023). PENGARUH MINAT KONSUMEN DAN SPESIFIKASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT. CAHAYA PRIMA LESTARI ABADI MEDAN. *Journal Economic Management and Business*, 1(2). <https://doi.org/10.46576/jfeb.v1i2.2835>
- OCBC NISP With You. (2023, July 31). *Pengertian Badan Usaha, Ini Bentuk dan Jenis-Jenisnya!* OCBC NISP With You. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2023/07/31/badan-usaha-adalah>
- Pratiwi Octasyilva, A. R., Leonita, S., & Damang, S. M. (2020). Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Tangerang Selatan. *Empowerment in the Community*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.31543/ecj.v1i2.356>
- Qontak, M. (2022, June 20). *5 Program Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis*. Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/program-marketing-untuk-meningkatkan-penjualan/>
- Rahmi, S. (2021). *Buku Ajar Mengenal Dasar Ilmu Akuntansi* (S. Rahmi, Ed.). LPPM Universitas Bung Hatta.

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pub. L. No. 11, 4 (2020).
- Riadi, M. (2022, November 14). *Corporate Identity*. KajianPustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2022/11/corporate-identity.html>
- Rohim, I. (2018, June 7). *PENENTUAN KAPASITAS PRODUKSI*. D'consulting Business Consultant. <https://dconsultingbusinessconsultant.com/penentuan-kapasitas-produksi/>
- Rosyda. (2021). *Pengertian Cash Flow*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-cash-flow/>
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sailendra, A. (2015). *Langkah-Langkah Praktis Membuat SOP (Standard Operating Procedures)* (E. Swaesti, Ed.; pertama). Trans Idea Publishing.
- Septiana, R. (2019). Analisis Perencanaan Kapasitas Produksi Pada Perusahaan Xyz Tahun 2015 Di Yogyakarta. *E-Jurnal UII*, 2(2).
- Setyaningrum, P. (2023, August 28). *15 Rujak dan Asal Daerahnya, Ada Rujak dari Batok Kelapa dan Rumput Laut*. Kompas.Com. <https://regional.kompas.com/read/2023/08/28/201929678/15-rujak-dan-asal-daerahnya-ada-rujak-dari-batok-kelapa-dan-rumput-laut?page=all>
- Sharanani, S. (2022, February 26). *Contoh Deskripsi Produk Makanan, Retail, dan Jasa*. Moka Blog. <https://blog.mokapos.com/contoh-deskripsi-produk>
- Siagian, H. (2011). Pedoman Kerja Berbasis Struktur Organisasi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 1(2), 111–118. <https://doi.org/10.55601/jwem.v1i2.62>

- Sobat Pajak. (2023, February). *Legalitas yang Dibutuhkan saat Mendirikan UMKM*. Sobatpajak.  
<https://www.sobatpajak.com/article/63ea07d4ba966c5bc2d876cc/Legalitas%20yang%20Dibutuhkan%20saat%20Mendirikan%20UMKM>
- Soerabaja45. (2022, February 9). *Paper Bowl vs Thin Wall, Mana yang Lebih Baik?* Soerabaja45.Co.Id. <https://soerabaja45.co.id/paper-bowl-vs-thin-wall-mana-yang-lebih-baik/#:~:text=Sama%20halnya%20seperti%20paper%20bowl,biasa%20digunakan%20sebagai%20kemasan%20dessert.>
- Spinger Kate. (2022, August 23). *50 of the best street food in Asia*. CNN Travel. <https://edition.cnn.com/travel/article/asia-best-street-foods-cmd/index.html>
- Suhardi. (2019). *Budgeting Perusahaa, Koperasi dan Simulasinya* (A. Sularso, Ed.). Penerbit Gava Media. <http://repository.upbatam.ac.id/134/1/Buku%20Budgeting%20Cover%20ok.pdf>
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Swastha, Basu, I. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. In *Liberty, Yogyakarta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Syamita, W., & Sebrina, N. (2019). Analisis Relevansi Nilai Capital Expenditure Pada Siklus Hidup Perusahaan Yang Berbeda. *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI*, 1(3). <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.115>

- Teguh, J. (2021, October 30). *Pentingnya Mengetahui Apa Itu Target Pasar*. Stekom.Ac.Id. <https://alumni.stekom.ac.id/artikel/pentingnya-mengetahui-apa-itu-target-pasar>
- Tim Sasana Digital. (2022, July 25). *Alasan Utama Pentingnya Keunggulan Produk dalam Bisnis*. Sasana Digital Lab. <https://sasanadigilab.com/pentingnya-keunggulan-produk/>
- Tripratiwi, D., Minarsih, M. M., Hasiolan, L. B., Jurusan, M., Fakultas Ekonomika, M., Bisnis, D., Semarang, U., Dosen, ) ` , Manajemen, J., & Ekonomika, F. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Keunggulan Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Konsumen Dalam Pembelian Mobil Mitsubishi Sport Pada PT Bumen Redja Abadi Semarang. *Journal Of Management*, 2(2).
- Undercover.co.id. (2021, January 23). *Apa Saja Manfaat Plastik Shrink?* Multikemasplastindo.Com. <https://www.multikemasplastindo.com/apa-saja-manfaat-plastik-shrink/>
- Universitas Stekom. (2022). *Rujak*. [Https://P2k.Stekom.Ac.Id.](https://p2k.stekom.ac.id) [https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Rujak#cite\\_note-16](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Rujak#cite_note-16)
- Vinaya, N. L., Prasetyo, T., & Harisyana, T. M. (2021). Analisis Penerapan Standar Resep dan Kualitas Makanan di Pizza Marzano Kota Kasablanka. *Management & Accounting Expose*, 2(1), 21–33. <https://doi.org/10.36441/mae.v2i1.94>
- Wijayanti, P., & Sunrowiyati, S. (2019). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku guna Memperlancar Proses Produksi dalam Memenuhi Permintaan

Konsumen pada UD Aura Kompos. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 4(2), 179–190.

Wulandari, E., Utami, A. R., & Purwanti, T. (2019). Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Wisata Kuliner Dago). *Journal Education and Economics (JEE)*, 02(03), 389–394.