

**PERENCANAAN BISNIS SARAPAN NASI KEPAL
INDONESIA “SANGUIN” DENGAN KONSEP MUSUBI DAN
ONIGIRI DI KOTA BANDUNG**

TUGAS AKHIR

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
DALAM MENEMPUH STUDI PADA
PROGRAM DIPLOMA III SENI KULINER**



Disusun Oleh :

RYOGA RAKAN RIZQULAH

Nomor Induk Mahasiswa : 2020406107

JURUSAN HOSPITALITI

PROGRAM STUDI SENI KULINER

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2023

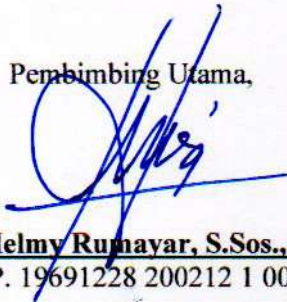
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR /PROYEK AKHIR

**PERENCANAAN BISNIS SARAPAN NASI KEPAL INDONESIA "SANGUIN" DENGAN
KONSEP MUSUBI DAN ONIGIRI DI KOTA BANDUNG**

NAMA : RYOGA RAKAN RIZQULAH
NIM : 2020406107
JURUSAN : SENI KULINER
PROGRAM STUDI : HOSPITALITI

Pembimbing Utama,



Christian Helmy Rumayar, S.Sos., MM.Par.
NIP. 19691228 200212 1 001

Pembimbing Pendamping,



Syaeful Muslim, S.Pd., MM.
NIP. 19721019 200502 1 001

Bandung, 22 Desember 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

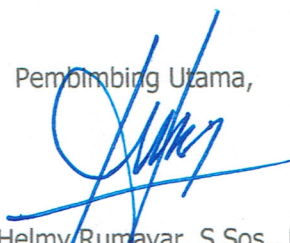
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS SARAPAN NASI KEPAL INDONESIA "SANGUIN" DENGAN KONSEP MUSUBI DAN ONIGIRI DI KOTA BANDUNG

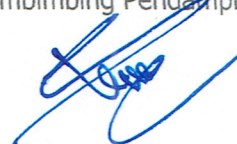
NAMA : RYOGA RAKAN RIZQULAH
NIM : 2020406107
PROGRAM STUDI : SENI KULINER

Pembimbing Utama,



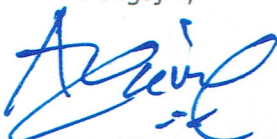
Christian Helmy Rumayar, S.Sos., MM.Par.
NIP 19691228 200212 1 001

Pembimbing Pendamping,



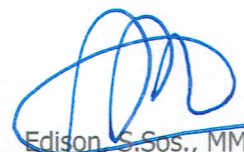
Syaeful Muslim, S.Pd., MM.
NIP 19721019 200502 1 001

Penguji I,



Ayu Nurwitasari, S.AP., MM. Par.
NIP 19760420 200605 2 002

Penguji II,



Edison, S.Sos., MM.
NIP 19580514 199303 1 002

Bandung, 22 Februari 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



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

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

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : RYOGA RAKAN RIZQULAH
Tempat/Tanggal Lahir : CIANJUR, 06 SEPTEMBER 2002
NIM : 2020406107
Program Studi : SENI KULINER
Jurusan : HOSPITALITI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul :
**“PERENCANAAN BISNIS SARAPAN NASI KEPAL INDONESIA
“SANGUIN” DENGAN KONSEP MUSUBI DAN ONIGIRI 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, 23 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,



Ryoga Rakan Rizqulah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah memberi kekuatan dan kesempatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perencanaan bisnis dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS SARAPAN NASI KEPAL INDONESIA “SANGUIN” DENGAN KONSEP MUSUBI DAN ONIGIRI DI KOTA BANDUNG”**.

Tujuan serta kegunaan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk dalam menempuh pendidikan pada Program Diploma III Program Studi Seni Kuliner di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat terlaksana dan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan do'a.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos.,M. Sc. Selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Rusna Purnama, A.Md., S.E., MM. Selaku Ketua Program Studi Seni Kuliner Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Christian Helmy Rumayar, S.Sos., MM.Par. selaku dosen pembimbing utama penulis.

5. Bapak Syaeful Muslim, S.Pd., MM. selaku dosen pembimbing pendamping penulis.
6. Seluruh Dosen, *Staff* Pengajar, dan karyawan Program Studi Seni Kuliner Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
7. Serta seluruh pihak yang berjasa dalam proses penulisan tugas akhir ini dari awal sampai akhir yang penulis tidak bisa sebut satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan dan kelemahan baik dari isi yang disampaikan atau pun sistematika penulisannya. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan sarannya yang bersifat membangun untuk perbaikan penulis kedepannya.

Bandung, 23 Januari 2024

Ryoga Rakan Rizqulah

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| DAFTAR TABEL | v |
| DAFTAR GAMBAR..... | vi |
| EXECUTIVE SUMMARY..... | viii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Deskripsi Usaha..... | 6 |
| 1.3. Deskripsi Logo dan Nama..... | 7 |
| 1.4. Identitas Bisnis | 9 |
| 1.5. Visi dan Misi | 11 |
| 1.6. Manfaat..... | 11 |
| 1.7. Model Bisnis | 12 |
| 1.8. SWOT Analisis | 13 |
| 1.8.1 Prospek Peluang Usaha..... | 13 |
| 1.8.2 <i>Strengths</i> | 14 |
| 1.8.3 <i>Weaknesses</i> | 14 |
| 1.8.4 <i>Opportunities</i> | 15 |
| 1.8.5 <i>Threats</i> | 15 |
| 1.9. Spesifikasi Produk..... | 16 |
| 1.10. Jenis/Badan Usaha | 17 |
| 1.11. Aspek Legalitas | 18 |
| BAB II ASPEK PRODUK..... | 20 |
| 2.1. Daftar dan Deskripsi Produk | 20 |
| 2.2. Analisa Keunggulan Produk..... | 23 |
| 2.3. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi | 25 |
| 2.4. Penyajian dan Kemasan Produk | 31 |
| 2.5. Mekanisme <i>Quality Check</i> | 32 |
| BAB III ASPEK PEMASARAN..... | 34 |
| 3.1. Riset Pasar | 34 |
| 3.2. Validasi Produk & <i>Market</i> | 37 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 3.3. | Kompetitor | 43 |
| 3.4. | Program Pemasaran..... | 45 |
| 3.5. | Media Pemasaran | 46 |
| 3.6. | Proyeksi Penjualan | 47 |
| BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL | | 48 |
| 4.1. | Identitas <i>Owner/Founder</i> | 48 |
| 4.2. | Struktur/Jabatan Organisasi..... | 48 |
| 4.3. | <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i> | 49 |
| 4.4. | <i>Manning Budget/Anggaran</i> Tenaga Kerja..... | 52 |
| 4.5. | <i>Service Scape (Layout/Flow)</i> | 54 |
| 4.6. | <i>Action Plan & Report</i> | 57 |
| BAB V ASPEK KEUANGAN | | 58 |
| 5.1. | Metode Pencatatan Akuntansi (<i>Accrual Basis</i>)..... | 58 |
| 5.2. | <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi <i>Initial Investment</i>) | 58 |
| 5.3. | <i>Time Value Of Money</i> (Nilai Waktu Uang)..... | 62 |
| 5.4. | Pendanaan Investasi..... | 63 |
| 5.5. | <i>Working Capital</i> | 63 |
| 5.6. | Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan..... | 64 |
| 5.7. | Identifikasi Proyeksi Pendapatan dan Biaya | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 70 |

DAFTAR TABEL

BAB I

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Subjek yang Selalu / Sering Sarapan | 2 |
| Tabel 1. 2 Matriks Analisis SWOT..... | 15 |

BAB II

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Daftar Menu dan Harga Produk Sanguin..... | 22 |
| Tabel 2. 2 <i>Equipments</i> Produksi | 30 |
| Tabel 2. 3 <i>Utensils</i> Produksi | 30 |

BAB III

| | |
|--|----|
| Tabel 3. 1 Target Pasar Utama Sanguin..... | 36 |
| Tabel 3. 2 Daftar Kompetitor | 44 |

BAB IV

| | |
|---|----|
| Tabel 4. 1 Data Diri <i>Owner</i> | 48 |
|---|----|

BAB V

| | |
|---|----|
| Tabel 5. 1 <i>Tangible Utensils</i> | 59 |
| Tabel 5. 2 <i>Tangible Equipments</i> | 59 |
| Tabel 5. 3 <i>Tangible</i> Bangunan | 60 |
| Tabel 5. 4 <i>Intangible Assets</i> | 60 |

DAFTAR GAMBAR

BAB I

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Survei Kesempatan Membuat Sarapan | 3 |
| Gambar 1. 2 Minat/ <i>Trend</i> Nasi Kepal 1 Tahun Terakhir di Indonesia | 5 |
| Gambar 1. 3 Minat/ <i>Trend</i> Nasi Kepal Berdasarkan Kota di Jawa Barat | 5 |
| Gambar 1. 4 <i>Survey</i> Produk dengan Konsep <i>Musubi</i> dan <i>Onigiri</i> | 5 |
| Gambar 1. 5 Logo Sanguin | 8 |
| Gambar 1. 6 Rencana Lokasi Sanguin | 10 |
| Gambar 1. 7 <i>Google Earth</i> Lokasi Sanguin | 10 |
| Gambar 1. 8 Bisnis Model Canvas Sanguin | 13 |

BAB II

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Produk Sanguin Udukan dan Orian | 22 |
| Gambar 2. 2 Produk Sanguin Liwetan | 22 |
| Gambar 2. 3 Hasil Kuesioner Tingkat Kepraktisan Produk Sanguin | 24 |
| Gambar 2. 4 Hasil Kuesioner Tingkat Kecocokan Sanguin untuk Sarapan | 24 |
| Gambar 2. 5 Diagram Alir Proses Produksi Sanguin | 26 |
| Gambar 2. 6 Kuesioner Minat Responden | 27 |
| Gambar 2. 7 <i>Framework</i> Produksi Sanguin Per Hari | 29 |
| Gambar 2. 8 Ilustrasi Kemasan Produk Sanguin Orian dan Udukan | 31 |
| Gambar 2. 9 Ilustrasi Kemasan Varian Liwetan | 32 |

BAB III

| | |
|---|----|
| Gambar 3. 1 <i>QR Code</i> & <i>Gform</i> Kuesioner | 38 |
| Gambar 3. 2 Data Diri Pengisi Kuesioner | 39 |
| Gambar 3. 3 Hasil Kuesioner Produk Sanguin | 40 |

| | |
|---|----|
| Gambar 3. 4 Hasil Kuesioner Terhadap Harga | 41 |
| Gambar 3. 5 Hasil Kuesioner Terhadap Rasa dan Tampilan Sanguin..... | 41 |
| Gambar 3. 6 Proyeksi Penjualan | 41 |

BAB IV

| | |
|--|----|
| Gambar 4. 1 Struktur Jabatan Organisasi Sanguin | 49 |
| Gambar 4. 2 Anggaran Tenaga Kerja Sanguin | 54 |
| Gambar 4. 3 Anggaran Tenaga Kerja Sanguin Pertahun | 54 |
| Gambar 4. 4 Denah <i>Outlet</i> Sanguin | 55 |
| Gambar 4. 5 Tampak Depan <i>Outlet</i> | 56 |
| Gambar 4. 6 Tampak Samping Kanan <i>Outlet</i> | 56 |
| Gambar 4. 7 Tampak Samping Kiri <i>Outlet</i> | 56 |
| Gambar 4. 8 Jadwal Harian Sanguin..... | 57 |

BAB V

| | |
|--|----|
| Gambar 5. 1 Kelompok Depresiasi <i>Tangible</i> | 60 |
| Gambar 5. 2 Depresiasi <i>Utensils</i> | 61 |
| Gambar 5. 3 Depresiasi <i>Equipment</i> | 61 |
| Gambar 5. 4 Kelompok Amortisasi <i>Intangible</i> | 61 |
| Gambar 5. 5 Amortisasi <i>Intangible</i> | 61 |
| Gambar 5. 6 Total Pendanaan Investasi Sanguin..... | 62 |
| Gambar 5. 7 <i>Working Capital</i> Sanguin..... | 64 |
| Gambar 5. 8 <i>Fixed Cost</i> Sanguin | 65 |
| Gambar 5. 9 Proyeksi Pendapatan dan Biaya Bulan 1 - 3 | 67 |
| Gambar 5. 10 Proyeksi Pendapatan dan Biaya Bulan 4 - 6 | 67 |

EXECUTIVE SUMMARY

Nama: Sanguin

Lokasi: Jl. A.H. Nasution Nomor. 280, Cisaranten Bina Harapan, Kec. Arcamanik, Kota Bandung, Jawa Barat.

Tema: Produk Sarapan

Logo:



Penjelasan Singkat:

Sanguin adalah sebuah brand yang bergerak dalam bidang produk pangan sebagai solusi sarapan cepat dan praktis. Produk Sanguin berbentuk nasi kepal *musubi* dan *onigiri* dengan cita rasa nusantara.

Latar Belakang Usaha:

Sanguin muncul dengan tujuan utama meningkatkan kesadaran akan pentingnya sarapan. Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang memiliki gaya hidup sibuk, Sanguin menghadirkan pilihan sarapan yang tidak hanya lezat, tetapi juga mudah dinikmati di mana pun. Memadukan keunikan cita rasa Indonesia dalam setiap gigitan, Sanguin tidak hanya menjadi solusi praktis untuk konsumen, tetapi juga menjadi ajang untuk mengeksplorasi keanekaragaman kuliner lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- aeni, s. n. (2022, Juni 24). *katadata*. Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/intan/ekonopedia/62b5bdb513abb/branding-adalah-identitas-usaha-begini-penjelasan-lengkapnya](https://katadata.co.id/intan/ekonopedia/62b5bdb513abb/branding-adalah-identitas-usaha-begini-penjelasan-lengkapnya)
- Anggakara, M. (2022, March 14). *Ketahui lebih jauh apa itu biaya tenaga kerja*. Retrieved from LinovHR: <https://www.linovhr.com/biaya-tenaga-kerja-langsung/>
- Anggriyani, D. S. (2022, July 31). *Empat Langkah Mengembangkan Produk Berbasis Validasi Pasar*. Retrieved from UKMIndonesia: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/empat-langkah-mengembangkan-produk-berbasis-validasi-pasar#:~:text=Validasi%20pasar%20merupakan%20sebuah%20proses,dipasarkan%20dengan%20kebutuhan%20pasar%20sendiri.>
- Argenti, P. A. (1994). *The Power of Corporate Communication*. New York: McGraw-Hill College.
- bkpm. (-, - -). *Cara mendaftar dan mendapatkan NIB di OSS*. Retrieved from [bkpm.go.id: https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/cara-mendaftar-dan-mendapatkan-nib-di-oss#:~:text=NIB%20atau%20Nomor%20Induk%20berusaha,dengan%20bidang%20usahanya%20masing%2Dmasing.](https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/cara-mendaftar-dan-mendapatkan-nib-di-oss#:~:text=NIB%20atau%20Nomor%20Induk%20berusaha,dengan%20bidang%20usahanya%20masing%2Dmasing.)
- Doman, D. (2006). *Market Research Made Easy*. North Vancouver: Self Counsel Press.
- DPUPR kabupaten Banjarnegara. (n.d.). *VISI DAN MISI*. Retrieved from DINAS PEKERJAAN UMUM DAN PENATAAN RUANG: <https://dpupr.banjarnegarakab.go.id/>
- Fandy. (2021, 5 20). *Marketing Mix: Pengertian, Asal-Usul, Konsep, Tujuan, Fungsi, dan Manfaatnya*. Retrieved from Gramedia: https://www.gramedia.com/literasi/marketing-mix/#a_Place_Tempat
- Global Leadership Center. (n.d.). *APA ITU BUSINESS MODEL CANVAS DAN MENGAPA WAJIB DIGUNAKAN SETIAP PEMILIK BISNIS?* Retrieved from Global Leadership Center: <https://glcworld.co.id/penjelasan-business-model-canvas/>
- Haksari, K. (2021, 12 28). *Memahami Pengembangan Pasar Mulai Dari Contoh Hingga Strateginya*. Retrieved from Kirimin Aja: <https://kiriminaja.com/blog/memahami-pengembangan-pasar-mulai-dari-contoh-hingga-strateginya>
- Ibnu. (2020, November 11). *accurate*. Retrieved from [accurtae.id: https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/](https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/)

- Innay. (2022, April 19). *Apa Itu Kompetitor? Pahami Agar Bisnis Anda Mampu Bersaing!* Retrieved from Sasana Digital: <https://sasanadigital.com/apa-itu-kompetitor/>
- Journal.id. (n.d.). *Kenali 22 Model Bisnis yang Perlu Diketahui Startup!* Retrieved from Jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/kenali-22-model-bisnis-yang-perlu-diketahui-startup/>
- Kemenkopukm. (2022, July 29). *Apa itu Marketing Mix*. Retrieved from Smesta Kemenkopukm: <https://smesta.kemenkopukm.go.id/apa-itu-marketing-mix-mengenal-konsep-4p-dan-7p/>
- Kemenkoukm. (2020, April 18). *Marketing Mix: Konsep dan Contoh Penerapannya di Bisnis*. Retrieved from edukm: <https://edukukm.id/artikel/detail/marketing-mix-konsep-dan-contoh-penerapannya-di-bisnis>
- Kompas. (2020, Januari 21). *Ekonomi Makro*. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/21/140000869/ekonomi-makro-di-indonesia-dan-pengaruhnya-terhadap-bisnis?page=all>
- Kompas. (2022, January 7). *Kompetitor adalah saingan*. Retrieved from kompas: <https://money.kompas.com/read/2022/01/07/130000726/kompetitor-adalah-saingan-bisnis-apa-saja-jenisnya?page=all>
- kompasiana. (2022, November 12). *Mengenal 2 Metode Pencatatan Akuntansi*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/markonah7732/636fc53708a8b52f8e56a833/mengenal-2-metode-pencatatan-akuntansi>
- Lathifa, D. (2021, December 27). *Capital Expenditure: Pengertian, Jenis, dan Bedanya dengan Opex*. Retrieved from Pajak online: <https://www.online-pajak.com/tentang-ppn-efaktur/capital-expenditure>
- Ma'arif, M., & Tanjung, H. (2003). *Manajemen Operasi*. In M. Ma'arif, & H. Tanjung, *Manajemen Operasi*. Jakarta: PT.Grasindo .
- Malhotra, N. K. (2019). *Marketing Research*. London: Pearson Education.
- McDonald, M., & I, D. (1995). *Market Research : A Step by Step Approach to Creating Profitable Market Segments*. Hampshire: Macmillan Press.
- Moedasir, A. (2022, September 10). *Visi dan Misi Adalah: Perbedaan, Tujuan, dan Contoh*. Retrieved from majoo: <https://majoo.id/solusi/detail/visi-dan-misi>
- Nasrullah, R. (2015). *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Paralegal. (2021, February 2). *Program Pemasaran menurut undang - undang*. Retrieved from paralegal: <https://paralegal.id/pengertian/program-pemasaran/#:~:text=Program%20Pemasaran%20adalah%20program%20perusahaan,Penjualan%20Langsung%20secara%20Multi%20Level.>

- Porter, M. E. (1986). *Competition in Global Industries*. In H. B. Press, *Competition in Global Industries*. Boston: Harvard Business School Press.
- Pramesti, T. J. (2021, February 24). *Ketentuan Upah Minimum Terhadap Perusahaan Kecil*. Retrieved from Hukum Online: <https://www.hukumonline.com/klinik/a/ketentuan-upah-minimum-terhadap-perusahaan-kecil-lt50c7d16e6ea32>
- Prawiro, M. (2019, 11 27). *Pengertian Produk: Definisi, Jenis, Tingkatan, dan Contoh Produk*. Retrieved from Maxmanroe: <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-produk.html>
- Raeburn, a. (2022, April 8). *Analisis SWOT: Arti dan cara menggunakannya (beserta contoh)*. Retrieved from Asana: <https://asana.com/id/resources/swot-analysis>
- Restu. (2022, Februari 2). *Cashflow*. Retrieved from Gramedia: https://www.gramedia.com/best-seller/cash-flow/#Pengertian_Cash_Flow
- Rita. (2020, July 20). *SERVICESCAPE*. Retrieved from Binus University Business School: [https://bbs.binus.ac.id/gbm/2020/07/27/servicescape/#:~:text=\(2011\)%20servicescape%20merujuk%20pada%20lingkungan,servicescape%2C%20maka%20akan%20membuat%20konsumen](https://bbs.binus.ac.id/gbm/2020/07/27/servicescape/#:~:text=(2011)%20servicescape%20merujuk%20pada%20lingkungan,servicescape%2C%20maka%20akan%20membuat%20konsumen)
- Run System. (2022, maret 17). *10 Spesifikasi Produk yang Wajib Dicantumkan dalam Kemasan*. Retrieved from Run System: <https://runsystem.id/id/blog/spesifikasi-produk/#:~:text=Untuk%20definisinya%20sendiri%2C%20spesifikasi%20produk,sehingga%20bisa%20dimanfaatkan%20oleh%20pelanggan>.
- Sandi, F. B. (2020, December 30). *Break even point*. Retrieved from online pajak: <https://www.online-pajak.com/tentang-pph21/break-even-point/>
- Santoso, D. J. (2021, Oktober 29). *Pemula wajib tahu apa itu target pemasaran*. Retrieved from universitas STEKOM: <https://stekom.ac.id/artikel/pemula-wajib-tahu-apa-itu-target-pemasaran>
- Septiano, F. (2021, Januari 20). *Pengaruh Makro Ekonomi Terhadap Bisnis*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/ferdiansyah-septiano/pengaruh-ekonomi-makro-terhadap-bisnis-perusahaan-1v0gp96J2Pf/full>
- Susanto, A. (2021, 9 September 9). *Media Pemasaran Online*. Retrieved from Masagena: <https://masagena.id/blog/media-pemasaran-online/#:~:text=Media%20pemasaran%20adalah%20sarana%20yang%20pelanggan%20agar%20dapat%20meningkatkan%20penjualan>.
- TitianMC. (2015, January 30). *Job Analysis & Job Description*. Retrieved from TMC: <http://titianmc.co.id/job-analysis-job-description/>

Universitas Negeri Yogyakarta. (2022, September 14). *UMKM Perlu Mengurus Nomor Induk Berusaha*. Retrieved from Universitas Negeri Yogyakarta Web site: [https://www.uny.ac.id/id/berita/umkm-perlu-mengurus-nomor-induk-berusaha#:~:text=Nomor%20Induk%20Berusaha%20\(NIB\)%20adalah,dalam%20wujud%20barang%20maupun%20jasa](https://www.uny.ac.id/id/berita/umkm-perlu-mengurus-nomor-induk-berusaha#:~:text=Nomor%20Induk%20Berusaha%20(NIB)%20adalah,dalam%20wujud%20barang%20maupun%20jasa).

Waradya, V. (2013). Fungsi Logo. *Inspirasi Oriigami Dalam desain Logo*.

Zakawali, G. (2022, Agustus 23). *8 Jenis Budget*. Retrieved from Sirclo: <https://store.sirclo.com/blog/jenis-budget/>