

# **BUSINESS PLAN**

## **InSpoon (Perencanaan Pendirian Usaha Produk Sendok Makan Edible di Kota Palembang)**



**Disusun Oleh :**

**Widya Husada**

**1822200031**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
PALEMBANG  
2022**



## **BAB I**

### **RINGKASAN EKSEKUTIF**

Sebagian besar merek penyumbang limbah berasal dari industri makanan dan minuman, kategori industri yang terus tumbuh setiap tahun karena pertumbuhan populasi dan tingkat daya beli masyarakat, peralatan makan sekali pakai yang terbuat dari plastik, terurai dalam waktu lama. Meningkatnya jumlah sampah plastik telah menjadi tragedi bagi lingkungan dan masyarakat Indonesia. Hal ini disebabkan terbatasnya kapasitas Tempat Pemrosesan Akhir (TPA). Belum lagi, tidak semua jenis sampah plastik bisa didaur ulang. Oleh karena itu, untuk mengurangi sampah di industri makanan dapat menggunakan peralatan makan ramah lingkungan, contohnya adalah dengan memakai sendok makan edible.

Inspoon merupakan singkatan dari Instant Spoon, yaitu dimana produk ini merupakan sendok makan instan sekali pakai. InSpoon adalah bisnis rumahan yang menawarkan sendok makan edible atau bisa di konsumsi serta sendok yang ramah lingkungan dengan mendukung tema go green yang tidak menggunakan sendok plastik dan mendukung pengurangan sampah plastik. Sendok makan edible InSpoon memperkenalkan, memasarkan dan menjual produknya dengan melakukan transaksi jual / beli secara online melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Alamat InSpoon berada di Jalan Puncak Sekuning, Lorong Timor No 38 Palembang. Pembayaran produk InSpoon

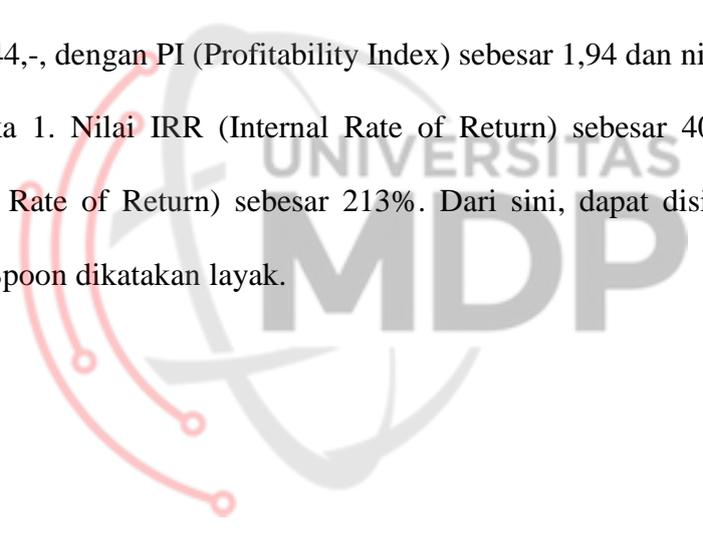
dilakukan menggunakan fasilitas modern seperti transfer DANA, OVO dan ATM / m-banking. Untuk pengambilan produk, konsumen juga bisa datang ke alamat InSpoon atau menggunakan jasa kurir seperti GOJEK atau GRAB untuk mengambil barangnya. InSpoon juga akan memberikan promo-promo serta diskon menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk kami. Produk yang ditawarkan InSpoon sendok makan yang dibuat dengan berbagai jenis tepung yang kaya akan vitamin serta tanpa bahan pengawet. Sendok makan ini juga terdapat tambahan aneka warna dan aneka rasa, yaitu rasa pandan (warna hijau), rasa buah naga (warna merah), ubi manis (warna ungu), dan coklat (warna coklat). InSpoon menawarkan sendok makan isi 4 dengan harga Rp. 12.000.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, sebesar 71,4% responden tertarik untuk mencoba sendok makan yang bisa dikonsumsi. Sebagian besar responden berusia 17 – 43 tahun, dengan 80,4% aktif menggunakan media sosial. Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dan berprofesi sebagai karyawan, mahasiswa dan wiraswasta. Oleh karenanya peluang bisnis sendok makan edible ini cukup menjanjikan.

Aspek organisasi dan manajemen InSpoon berada dalam bentuk struktur yang masih sederhana, karena hanya terdiri dari pemilik dan satu karyawan. Pemilik yang bekerja sebagai kepala produksi dan mengelolah transaksi pembelian. 1 Karyawan tersebut membantu segala proses produksi sendok makan edible, seperti mencetak adonan, memanggang adonan dan pengemasan.

Di sisi pemasaran InSpoon, menggunakan media sosial online seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan melakukan promosi berbayar kepada beberapa selebgram.

Dalam aspek keuangan, modal awal yang dibutuhkan untuk bisnis InSpoon adalah Rp 68.401.400. Untuk menentukan periode pengembalian investasi bisnis InSpoon, dilakukan perhitungan menggunakan Payback Period dengan hasil pengembalian modal selama 1 tahun, 7 bulan, 29 hari. Dalam studi kelayakan bisnis InSpoon, memperoleh nilai NPV (Net Present Value) adalah Rp 64.200.344,-, dengan PI (Profitability Index) sebesar 1,94 dan nilai PI lebih besar dari angka 1. Nilai IRR (Internal Rate of Return) sebesar 40,02% dan ARR (Average Rate of Return) sebesar 213%. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa bisnis InSpoon dikatakan layak.





## **BAB II**

### **PENDAHULUAN**

#### **2.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha**

Akibat penurunan aktivitas di luar rumah selama pandemi Covid19, mendorong produksi sampah di rumah. Faktor masyarakat yang lebih sering menghabiskan waktu di rumah saat pandemi COVID-19 jadi penyebab meningkatnya jumlah sampah. Selain itu, meningkatnya kebiasaan masyarakat yang gemar berbelanja secara online dan memesan makanan secara online dimasa pandemi COVID-19 disebut juga berdampak pada peningkatan jumlah sampah. Jenis sampah plastik, kardus, sterofom, sendok plastik dan sampah dari bahan-bahan yang biasa digunakan untuk membungkus paket lainnya, meningkat hingga 27 sampai 36 persen.

Pada era new normal pandemi Covid-19 masyarakat berbondong-bondong membuka bisnis rumahan secara online. Hal tersebut dikarenakan saat pandemi Covid-19 sebagian besar karyawan dirumahkan, lalu mencoba membuka bisnis rumahan secara online agar tetap dapat memiliki penghasilan. Di zaman sekarang, produk yang bisa menarik perhatian konsumen adalah produk yang akan mendapat permintaan banyak di pasaran. Lalu, dengan adanya kemajuan teknologi digital, khususnya internet dan media sosial, akan sangat membantu para pembisnis.

Kementerian Komunikasi dan Informatika mengatakan penggunaan internet telah meningkat hingga 40% selama pandemi virus corona atau Covid-19. Akses yang biasanya didominasi dari kawasan perkantoran sekarang beralih ke kawasan pemukiman. Data yang diterima Kominfo selama masa pandemi menunjukkan semakin meningkatnya penggunaan akses internet dan teknologi informasi untuk menunjang aktivitas masyarakat sehari-hari dan kami perkirakan pemanfaatan internet akan terus meningkat seiring memasuki tatanan kehidupan baru atau new normal pasca COVID-19. (Cahyani Dewi Rina, 2020)

*Edible* merupakan sesuatu yang dapat dimakan dan hanya bisa digunakan sekali. Sedotan sekarang digantikan oleh sedotan stainless steel. Sedotan sekarang menjadi mode kampanye untuk pengurangan bahan plastik dan dapat dibawa kemana saja, maka begitu pula dengan sendok perlu adanya terobosan yang bisa menjadi tren bagi semua kalangan. Bahaya penggunaan sendok plastik sebagai peralatan makanan ini mendasari sebuah perusahaan di India yang memproduksi produk yang disebut dengan *edible spoon*. (bakeys, 2016)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komposisi kimia pada alat makan yang berbahan dasar plastik dapat larut ke dalam makanan. Akibatnya, mempengaruhi kesehatan. Perusahaan peralatan makan di India memproduksi peralatan makan yang dapat di makan seperti garpu dan sendok. Alat makan tersebut terbuat dari tepung, beras dan gandum. Konsumen tidak perlu memakan alat ini untuk membuangnya. Dalam

waktu 4-5 hari alat ini akan terurai dengan sendirinya. (CBC News, tahun 2018)

Hal ini menciptakan peluang InSpoon untuk menciptakan peralatan makan yaitu sendok makan yang ramah lingkungan. Inovasi peralatan makan ramah lingkungan ini aman untuk di konsumsi dan diharapkan dapat mengurangi sampah yang sulit terurai seperti styrofoam dan kemasan makanan. Serta memiliki nilai gizi, karena dibuat dengan berbagai jenis tepung yaitu tepung jagung dan tepung terigu serta berbagai macam varian rasa, dan warna yang bertujuan untuk menarik minat konsumen.

Dari semua peluang yang sudah dimiliki, terlihat bahwa prospek yang dimiliki oleh InSpoon ini akan semakin diminati oleh masyarakat Palembang, apalagi dengan adanya faktor pendukung seperti pemanfaatan kemajuan teknologi internet. Bisnis InSpoon akan memiliki pangsa pasar dan juga dapat lebih dikenal secara luas khususnya oleh masyarakat di Kota Palembang.

Dengan adanya banyak inovasi untuk membuat suatu produk terdapat pesaing yang menjual sendok makan yang bisa dikonsumsi.

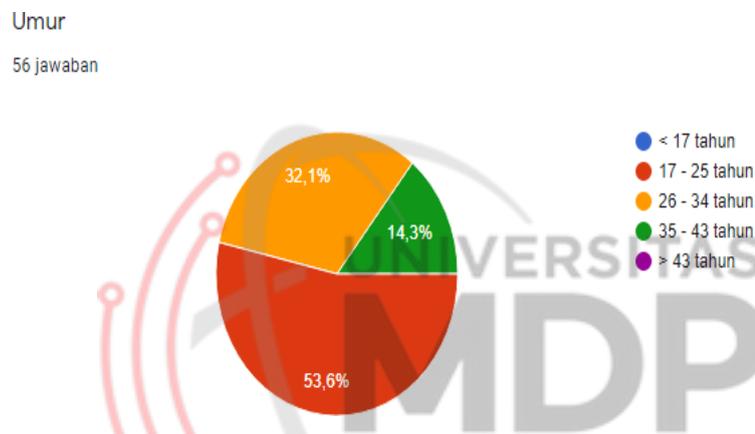
**Tabel 2.1 Daftar Pesaing yang menawarkan produk inovasi sendok makan**

No	Nama Bisnis /Usaha	Kota	Berdiri Sejak Tahun
1	Yantsorghum	Jalan Saleh Sungkar, Mataram	2019
2	Eatlery.semarang	Semarang	2019
3	Ecoincredible	California, United State	2018

Berdasarkan hasil data kuisisioner yang telah di sebarakan kepada 56 responden melalui google formulir, maka data yang diperoleh adalah sebagai berikut.

#### 1. Data responden berdasarkan usia

Data responden yang diperoleh berdasarkan umur dibagi menjadi golongan umur <17 tahun, 17 - 25 tahun, 26 - 34 tahun, 35 – 43 tahun ,> 43 tahun. Di bawah ini adalah deskripsi diagram lingkaran dari data usia responden.



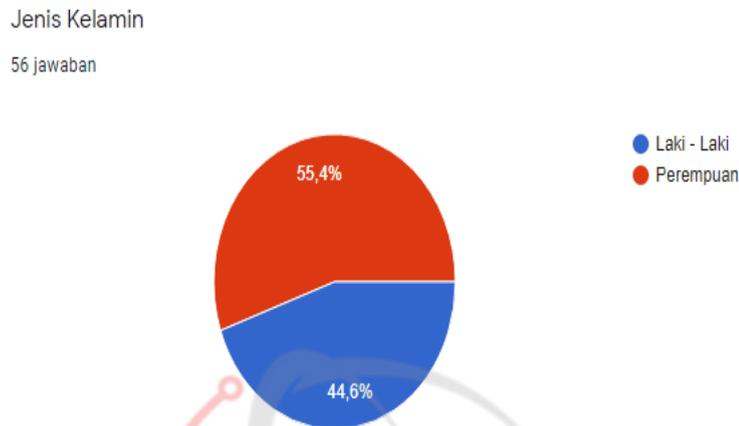
Sumber : Penulis, 2021

#### **Gambar 2.1 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa sebageian besar responden berusia antara 17 - 25 tahun sebesar 53,6% , memiliki peluang untuk menjadi konsumen InSpoon.

## 2. Data responden berdasarkan jenis kelamin

Data responden yang telah diperoleh dari 56 responden berdasarkan jenis kelamin yang terbagi menjadi laki-laki dan perempuan. Dibawah ini adalah deskripsi diagram lingkaran berdasarkan jenis kelamin responden.



Sumber : Penulis, 2021

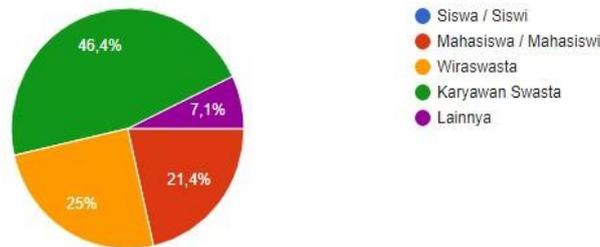
**Gambar 2.2 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa data terbanyak responden adalah yang berjenis kelamin perempuan sebesar 55,4% dan berpotensi akan menjadi konsumen Inspoon.

## 3. Data responden berdasarkan pekerjaan

Data responden yang telah diperoleh dari 56 responden berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi siswa/i, mahasiswa/i, wiraswasta, karyawan swasta, dan lainnya. Di bawah ini adalah deskripsi diagram lingkaran dari data pekerjaan responden.

Pekerjaan  
56 jawaban



Sumber : Penulis, 2021

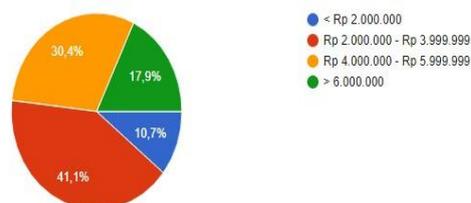
**Gambar 2.3 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan 46% sebagai karyawan swasta dan berpeluang akan menjadi konsumen InSpoon.

#### 4. Data responden berdasarkan pendapatan

Data responden yang telah diperoleh dari 56 responden terkait dengan pendapatan dibagi menjadi < Rp 2.000.000, Rp 2.000.000 – Rp 3.999.999, Rp 4.000.000 – Rp 5.999.999, dan > Rp 6.000.000

Pendapatan  
56 jawaban



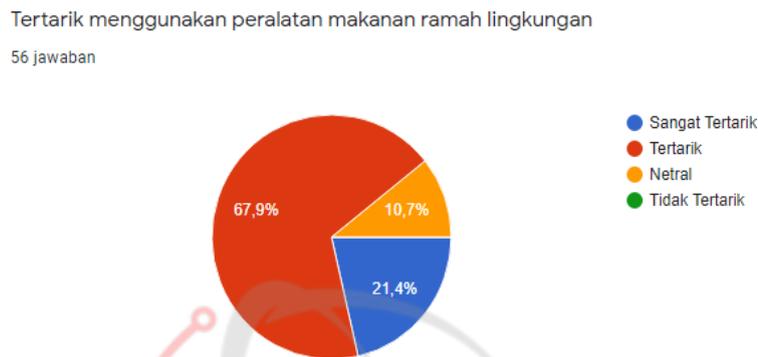
Sumber : Penulis, 2021

**Gambar 2.4 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan**

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa data terbanyak responden adalah yang memiliki pendapatan sebesar Rp 2.000.000 – Rp 3.999.999. sebesar 41,1% dan berpeluang akan menjadi konsumen InSpoon.

5. Data responden berdasarkan ketertarikan menggunakan peralatan makan ramah lingkungan

Data responden yang telah diperoleh dari 56 responden berdasarkan ketertarikan menggunakan peralatan makan ramah lingkungan dibagi menjadi sangat tertarik, tertarik, netral dan tidak tertarik.



Sumber : Penulis, 2021

**Gambar 2.5 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan ketertarikan menggunakan peralatan makan ramah lingkungan**

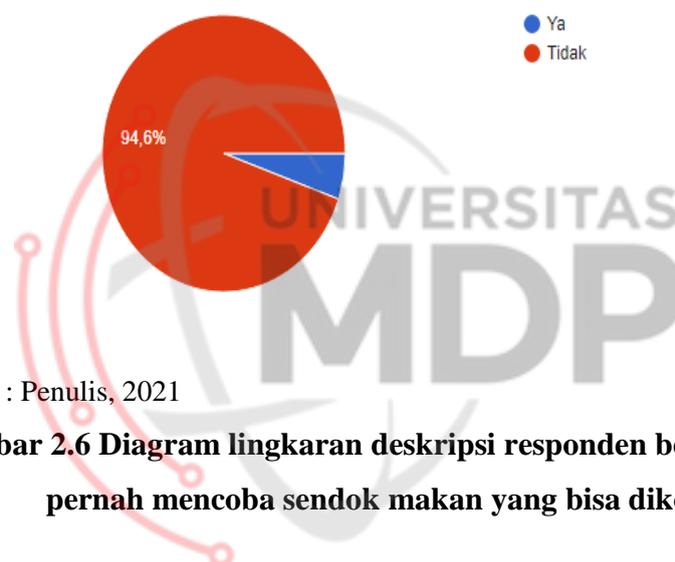
Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa data terbanyak responden menjawab tertarik menggunakan peralatan makan ramah lingkungan sebesar 67,9% sehingga sebesar 67,9% akan berpeluang menjadi konsumen InSpoon.

6. Data responden berdasarkan yang pernah mencoba sendok makan yang bisa dikonsumsi

Data responden yang telah diperoleh dari 56 responden berdasarkan yang pernah mencoba sendok makan yang bisa dikonsumsi dibagi menjadi ya dan tidak.

Apakah anda pernah mencoba sendok makan yang bisa dikonsumsi?

56 jawaban



Sumber : Penulis, 2021

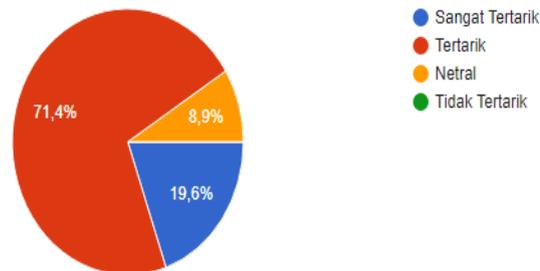
**Gambar 2.6 Diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan yang pernah mencoba sendok makan yang bisa dikonsumsi**

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 94,6% responden belum pernah mencoba sendok makan yang bisa dikonsumsi dan berpeluang menjadi konsumen InSpoon.

7. Data responden berdasarkan yang tertarik dengan peralatan makan "sendok makan" yang bisa di konsumsi

Data responden yang telah diperoleh dari 56 responden berdasarkan yang tertarik dengan peralatan makan "sendok makan" yang bisa di konsumsi dibagi menjadi sangat tertarik, tertarik, netral, dan tidak tertarik.

Tertarik dengan peralatan makan "Sendok Makan" yang bisa di konsumsi  
56 jawaban



Sumber : Penulis, 2021

**Gambar 2.7 Diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan yang tertarik dengan peralatan makan "sendok makan" yang bisa di konsumsi**

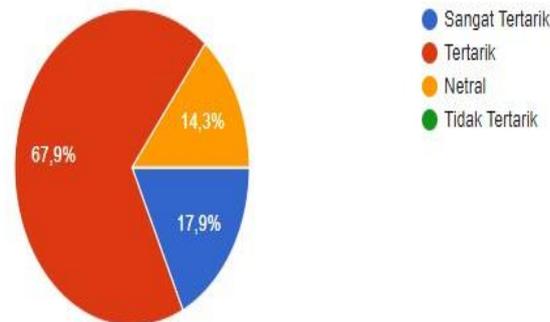
Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa data terbanyak responden menjawab tertarik dengan peralatan makan yang bisa dikonsumsi sebesar 71,4% sehingga sebesar 71,4% akan berpeluang menjadi konsumen InSpoon.

8. Data responden berdasarkan yang tertarik mencoba Sendok Makan dengan rasa pandan, buah naga, ubi manis dan coklat

Data responden yang diperoleh berdasarkan yang tertarik mencoba Sendok Makan dengan rasa pandan, buah naga, ubi manis, dan coklat dibagi menjadi sangat tertarik, tertarik, netral, dan tidak tertarik.

Tertarik mencoba Sendok Makan dengan rasa pandan, buah naga, ubi manis dan coklat

56 jawaban



Sumber : Penulis, 2021

**Gambar 2.8 Diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan yang tertarik mencoba Sendok Makan dengan rasa pandan, buah naga, ubi manis, dan coklat**

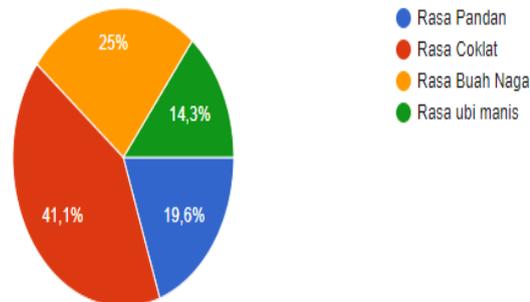
Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa data terbanyak responden menjawab tertarik dengan sendok makan rasa pandan, buah naga, ubi manis, dan coklat sebesar 67,9% sehingga sebesar 67,9% akan berpeluang menjadi konsumen InSpoon.

#### 9. Data responden berdasarkan dari rasa sendok makan edible yang disukai

Data responden yang diperoleh berdasarkan dari rasa sendok makan edible yang disukai dibagi menjadi rasa pandan, rasa buah naga, rasa ubi manis, rasa coklat.

Manakah dari rasa sendok edible yang anda sukai?

56 jawaban



Sumber : Penulis, 2021

**Gambar 2.9 Diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan dari rasa sendok makan edible yang disukai**

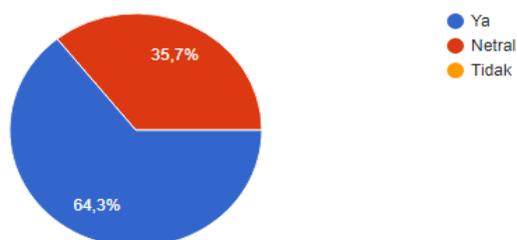
Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa rasa sendok edible yang paling disukai responden adalah rasa coklat sebesar 41,4%.

10. Data responden berdasarkan merasa lebih nyaman membeli produk yang memiliki citra ramah lingkungan.

Data responden yang diperoleh berdasarkan merasa lebih nyaman membeli produk yang memiliki citra ramah lingkungan dibagi menjadi ya , netral dan tidak.

Merasa lebih nyaman membeli produk yang memiliki citra ramah lingkungan

56 jawaban



Sumber : Penulis, 2021

**Gambar 2.10 Diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan merasa lebih nyaman membeli produk yang memiliki citra ramah lingkungan**

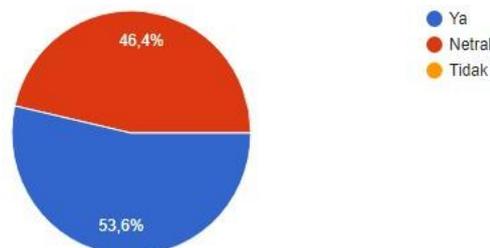
Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa data terbanyak responden menjawab ya dalam merasa lebih nyaman membeli produk yang memiliki citra ramah lingkungan sebesar 64,3% sehingga sebesar 64,3% akan berpeluang menjadi konsumen InSpoon.

11. Data responden berdasarkan memilih produk ramah lingkungan walaupun harganya sedikit lebih mahal dibandingkan produk yang tidak ramah lingkungan

Data responden yang diperoleh berdasarkan memilih produk ramah lingkungan walaupun harganya sedikit lebih mahal dibandingkan produk yang tidak ramah lingkungan dibagi menjadi ya, netral dan tidak.

Memilih produk ramah lingkungan walaupun harganya sedikit lebih mahal dibandingkan produk yang tidak ramah lingkungan

56 jawaban



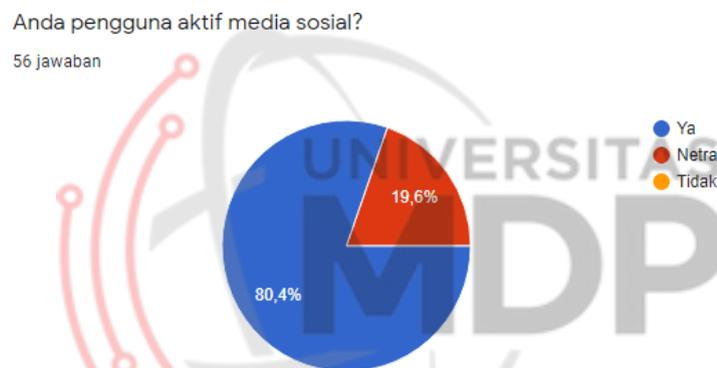
Sumber : Penulis, 2021

**Gambar 2.11 Diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan memilih produk ramah lingkungan walaupun harganya sedikit lebih mahal dibandingkan produk yang tidak ramah lingkungan**

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa data terbanyak responden menjawab ya dalam memilih produk ramah lingkungan walaupun harganya sedikit lebih mahal dibandingkan produk yang tidak ramah lingkungan sebesar 53,6% sehingga sebesar 53,6% akan berpeluang menjadi konsumen InSpoon.

## 12. Data responden berdasarkan yang aktif menggunakan social media

Data responden yang diperoleh berdasarkan aktif menggunakan sosial media dibagi menjadi ya, netral dan tidak



Sumber : Penulis, 2021

**Gambar 2.12 Diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan yang aktif menggunakan sosial media**

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa data terbanyak responden menjawab ya dalam aktif menggunakan social media adalah 80,4% sehingga sebesar 80,4% akan berpeluang menjadi konsumen InSpoon.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan penulis, terbukti bahwa sendok makan edible ini memiliki peminat yang cukup banyak. Dari segi persaingan, belum terdapat pesaing sejenis di Kota Palembang.

Dari peluang yang sudah dimiliki dapat dilihat bahwa proposal yang dimiliki oleh bisnis InSpoon ini akan semakin diminati oleh masyarakat Kota Palembang, terutama karena faktor pendukung seperti memanfaatkan kemajuan teknologi internet dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Bisnis InSpoon akan memiliki pangsa pasar yang meningkat dan juga lebih dikenal oleh masyarakat Kota Palembang secara luas.

## **2.2 Visi, Misi dan Tujuan**

### **2.2.1 Visi :**

“ Menjadi Sendok Makan Edible sebagai pilihan utama yang sehat dan ramah lingkungan di Kota Palembang”

### **2.2.2 Misi :**

1. Selalu mempertahankan kualitas produk yang dimiliki dengan menggunakan bahan baku yang fresh, aman dan higienis.
2. Selalu memberikan inovasi yang baru pada produk
3. Memberikan pelayanan yang terbaik serta menerapkan 3S (Senyum, Salam, Sapa) kepada konsumen.
4. Memberikan promosi yang tepat dan efektif dengan memanfaatkan kecangihan teknologi internet, terutama dengan melalui media sosial.

### **2.2.3 Tujuan :**

Tujuan di dirkannya InSpoon ini adalah untuk menarik minat masyarakat terhadap sendok edible. Serta mengajak masyarakat untuk mengurangi penggunaan sendok plastik.





### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM USAHA**

Sendok makan ramah lingkungan InSpoon, InSpoon adalah singkatan dari Instant Spoon, yaitu dimana produk ini merupakan sendok makan instan sekali pakai. InSpoon merupakan bisnis rumahan yang menawarkan sendok makan edible atau bisa di konsumsi serta sendok yang ramah lingkungan dengan mendukung tema go green yang tidak menggunakan sendok plastik dan mendukung pengurangan sampah plastik. *Edible spoon* merupakan sendok yang dapat dimakan dan hanya bisa digunakan sekali, edible spoon juga memiliki nutrisi yang lengkap.

Sendok makan ramah lingkungan InSpoon memperkenalkan, memasarkan dan menjual produknya dengan melakukan penjualan secara online melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan Whatsapp. InSpoon beralamat di Jalan Puncak Sekuning, Lorong Timor No 38 Palembang. Pembayaran produk InSpoon dilakukan menggunakan fasilitas modern seperti OVO, DANA dan transfer menggunakan m-banking/ATM. Pengambilan produk juga dapat diambil sendiri oleh konsumen dengan datang ke alamat InSpoon secara langsung (take away), atau menggunakan jasa kurir yang sudah disediakan, atau dengan GOJEK dan GRAB. InSpoon juga akan memberikan promo-promo serta diskon menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk kami.

Produk yang ditawarkan InSpoon ini berupa sendok makan ramah lingkungan yang bisa di konsumsi. Sendok makan ini dibuat dengan berbagai jenis tepung yang kaya akan vitamin serta tanpa bahan pengawet. Sendok makan ini juga terdapat tambahan aneka warna dan aneka rasa, yaitu rasa pandan (warna hijau), rasa buah naga (warna merah), ubi manis (warna ungu), dan coklat (warna coklat). InSpoon menawarkan sendok makan isi 4 dengan harga Rp. 12.000.

Keunikan sendok makan InSpoon dengan sendok makan biasa yaitu, sendok makan InSpoon ini bisa di konsumsi, memiliki berbagai varian rasa dan warna, serta ramah lingkungan.

Keunggulan sendok makan InSpoon, karena terbuat dari berbagai jenis tepung, tentunya selain enak di konsumsi juga memiliki vitamin. Sehingga mengurangi limbah dan menambah nilai gizi makanan. Selain itu, sebagai alternatif peralatan makan ramah lingkungan dan bergizi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah. (2019). *Edible Spoon, Solusi Pengurangan Bahan Plastik Pada Peralatan Makan*. <https://fpk.unair.ac.id>
- Advisor, I. F. (2019). *Konsultan Keuangan, Manajemen dan Bisnis*. <https://investaadvisor.com/>
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang. (2018). *Statistik Palembang Tahun 2018*. <https://palembangkota.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang. (2019). *Statistik Palembang Tahun 2019*. <https://palembangkota.bps.go.id/>
- Ferdiani, R. (2019). *Pengertian Investasi, Jenis, dan Manfaatnya*. <https://www.modalrakyat.id>
- Ginee. (2021). *Tujuan Penetapan Harga, Metode dan Contoh Penetapan Harga*. <https://ginee.com>
- Heizer, R. M. (2017). *Desain Tata Letak (Layout Design)*. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/11/desain-tata-letak-layout-design/>
- Herlambang, G. (2018). *Pengertian dan Definisi Net Present Value (NPV)*. <https://id.investing.com>
- Indonesia, B. (2021a). *BI 7-Days Repo Rate*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/bi-7day-rr.aspx>
- Indonesia, B. (2021b). *Data Inflasi*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>
- Indonesia, G. (2019). *Sampah Kemasan Makanan dan Minuman Mendominasi*. <https://www.greenpeace.org>
- Kho, B. (2017). *Pengertian Payback Periode dan Cara Menghitungnya*. <https://ilmumanajemenindustri.com>

- Kho, Budi. (2019). *Pengertian BEP (Break Even Point) dan Cara Menghitung BEP*. <https://www.ilmumanajemenindustri.com>
- Kolter,A (2016). *Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*
- Kompas, (2020).*Harga: Konsep, Tujuan, dan Metode Penetapannya*.  
[www.kompas.com](http://www.kompas.com)
- Kuncoro, H. (2021). *Analisis Laporan Keuangan Perusahaan: Pengertian, Jenis dan Metode*. <https://www.jojonomic.com>
- Lestari, P.A. (2021). *Ini Contoh Penerapan Hukum Permintaan dan Penawaran*. <https://mediaindonesia.com>
- Luthfi, M. (2019). *Marketing Mix : Konsep dan Penerapannya dalam Bisnis Online/Startup*. <https://idcloudhost.com>
- Manap, A.(2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*.
- M. Anang Firmansyah (2019). *Pemasaran : Dasar dan Konsep*.  
<https://www.researchgate.net>
- Mithaaryani. (2017). *Apa yang dimaksud dengan Profitability Index*.<https://www.dictio.id>
- Nathania, R. (2020). *Menyelami Konsep 7P dalam Marketing Mix*.  
<https://glints.com>
- Prawiro, M. (2021).*Market Share : Pengertian, Tujuan, dan Jenis – Jenis Pangsa Pasar*. <https://www.maxmanroe.com>
- Ramadani, N. (2020). *Fungsi dan Pengertian Modal Kerja dalam Bisnis*.  
<https://www.akseleran.co.id>
- Setiawan, P. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis – Pengertian, Manfaat, Aspek, Materi, Tahapan, Contoh*.  
<https://www.gurupendidikan.co.id/studi-kelayakan-bisnis/>
- Siti.S , M.H. (2018). *Kurangi Limbah Plastik, Ilmuwan Ciptakan Sendok Garpu Bisa Dimakan*. <https://www.viva.co.id>

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Andi Yogyakarta, Yogyakarta.

Sukirno, S. (2019). *Micro Ekonomi Teori Pengantar*. Raja Grasindo Persada, Jakarta.

Suleman, D. (2019). *Manajemen Keuangan*. Graha Ilmu Jakarta.

Vania, M.K. (2021). *Proses Produksi: Pengertian, Jenis, Tahapan, dan Karakteristik*. <https://www.hashmicro.com>

Wardana, R. (2020). *Memahami Depresiasi di Sisi Makna, Urgensi dan Metodenya*. <https://lifepal.co.id>

Wardana, R. (2019). *Pahami Internal Rate Of Return, Perhitungan dan Contohnya*. <https://lifepal.co.id/media/irr/>

