



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

BUSINESS PLAN PROJECT

**PENDIRIAN USAHA INDUSTRI KULINER
“NASI GORENG KESURUPAN”**

DIAJUKAN OLEH :

NAMA : GERRY LEONANDA

NIM : 115100219

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR
SARJANA EKONOMI
2014**

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : GERRY LEONANDA

NO.MAHASISWA : 115100219

PROGRAM JURUSAN : S1/MANAJEMEN

MATA KULIAH POKOK : KEWIRAUSAHAAN

JUDUL SKRIPSI : BUSINESS PLAN PROJECT PENDIRIAN
USAHA INDUSTRI KULINER “NASI
GORENG KESURUPAN”

Jakarta, Juli 2014

Pembimbing,

(Louis Utama, S.E.,M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF / SKRIPSI

NAMA : GERRY LEONANDA
NIM : 115100219
PROGRAM JURUSAN : S1/MANAJEMEN
MATA KULIAH POKOK : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : BUSINESS PLAN PROJECT PENDIRIAN
USAHA INDUSTRI KULINER “NASI GORENG
KESURUPAN”

TANGGAL : 24 JULI 2014

KETUA PENGUJI

(Dra. Rodhiah, M.M.)

TANGGAL : 24 JULI 2014

ANGGOTA PENGUJI

(Louis Utama, S.E.,M.M.)

TANGGAL : 24 JULI 2014

ANGGOTA PENGUJI

(Yenny Lego, SE., MM.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) GERRY LEONANDA (115100219)
- (B) STUDI KELAYAKAN PADA INDUSTRI KULINER NASI GORENG
KESURUPAN” + 103 hlm, 2014, tabel 13; gambar 5; lampiran 9
- (C) KEWIRAUSAHAAN
- (D) Abstrak.
Peneelitian ini dilakukan untuk mengetahui layak atau tidak dalam perencanaan studi kelayakan bisnis serta menguntungkan atau tidak untuk dijalankan sebagai suatu usaha. Lalu dengan adanya penelitian ini diharapkan agar rencana bisnis mulai dari aspek produksi, aspek pemasaran, aspek keuangan dan strategi bisnis dapat berjalan sesuai dengan analisis dan tindakan pada setiap aspek. Penelitian ini juga mengharapkan adanya dukungan dari para investor untuk membantu dalam sektor permodalan serta memperkenalkan produk dan konsep studi kelayakan.
- (E) Daftar Acuan 25 (1938-2014)
- (F) Louis Utama, S.E., M.M.

Think! Created! Builded!
Make it!
Be Rich From the Business!
It's Entrepreneur
-Unknown-

**Karya sederhana ini kupersembahkan:
untuk yang tercinta
Bapak dan Ibu,
Adik dan Teman-Teman Sekalian**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan business plan ini dengan judul “Business Plan Project Pendirian Usaha Industri Kuliner Nasi Goreng Kesurupan”. Penulisan business plan ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi bagi mahasiswa program S1 pada program studi S1 Manajemen Universitas Tarumanagara.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Louis Utama S.E., M.M. selaku dosen pembimbing dan pihak yang paling berkontribusi dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas masukan yang telah diberikan. Terima kasih atas bantuan yang telah diulurkan. Terima kasih atas waktu yang senantiasa diluangkan. Dan mungkin terima kasih tidak akan pernah cukup mengungkapkan seberapa besar kontribusi yang telah Beliau sumbangkan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmojo, S.E., M.M., MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Ignatius Roni Setyawan, S.E., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tarumanagara.

4. Seluruh dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
5. Orang tua penulis, Gunawan dan Herijaty Sukiman, yang selalu mengingatkan, menyemangati, dan mendoakan penulis serta segenap Keluarga Besar yang telah memberikan dukungan, bantuan, nasehat, semangat, dorongan dan doa selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini
6. Sahabat-sahabat yang senantiasa bersama dari awal masa perkuliahan William, Irfan, Abih, Theo, Sutomo, Windy, Aldo, Hansen, Andrew, Elis, Juni, Shenny, Hendrik, Iswandy, Vian, Eka, Leonardo, Willy, Nicholas, Jaya, Arfin, Oki, Stefanus, Robby, , serta sahabat yang baru dipertemukan beberapa semester terakhir ini seperjuangan yang selalu menyemangati, memotivasi dan mendoakan penulis dalam penyusunan karya akhir ini.
7. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara angkatan 2010. Terima kasih untuk delapan semester yang berhasil mewarnai hari-hari penulis. Semoga kita menemukan tempat terbaiknya dan senantiasa mengharumkan nama almamater.
8. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang turut memberikan bantuan dan dukungan selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa business plan ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi isi, tata bahasa, maupun penyusunan, yang dikarenakan

keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu, panulis dengan tangan terbuka bersedia menerima segala kritik dan saran, guna menjadikan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Juni 2014

Penulis,

Gerry Leonanda

DAFTAR ISI

	Halaman	
HALAMAN JUDUL	i	
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii	
HALAMAN PENGESAHAN	iii	
ABSTRAK	iv	
HALAMAN MOTTO	v	
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi	
KATA PENGANTAR	vii	
DAFTAR ISI	x	
DAFTAR TABEL	xiii	
DAFTAR GAMBAR	xv	
DAFTAR LAMPIRAN	xvi	
BAB I	PENDAHULUAN	1
	A. Pendahuluan	1
	B. Profil Usaha	6
	C. Visi dan Misi Usaha	7
	D. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis	9
BAB II	KAJIAN LITERATUR	10
	A. Aspek Pemasaran	10
	B. Aspek Produksi	14

	C. Aspek Keuangan	20
	D. Strategi Bisnis	27
	1. Perumusan Strategi Bisnis	27
	2. Lingkungan Eksternal	28
	3. Lingkungan Internal	30
	4. Strategi Operasional	31
BAB III	BUSINESS PLAN	35
	A. Aspek Pemasaran	35
	1. Permintaan	35
	2. Penawaran	36
	3. Analisis Persaingan dan Peluang Pasar	37
	4. Harga	39
	5. Jalur Pemasaran Produk	40
	6. Kendala Pemasaran	41
	B. Aspek Produksi	42
	1. Lokasi Usaha	42
	2. Fasilitas Produksi dan Peralatan	43
	3. Bahan Baku	44
	4. Tenaga Kerja	47
	5. Teknologi	49
	6. Produksi Optimum	50
	7. Proses Produksi	50

	C. Aspek Keuangan	52
	1. Pola Pembiayaan	52
	2. Asumsi dan Parameter Analisis Keuangan	52
	3. Komponen Biaya Investasi dan Biaya Operasional	54
	4. Kebutuhan Dana untuk Investasi dan Modal Kerja	55
	5. Proyeksi Produksi dan Pendapatan	57
	6. Proyeksi Laba Rugi dan <i>Break Even Point</i>	57
	7. Analisis Kelayakan Usaha	58
	8. Analisis Sensitivitas Kelayakan Proyek	60
BAB IV	STRATEGI BISNIS	64
	A. Strategi Bisnis	64
	1. Perumusan Strategi Bisnis	64
	2. Lingkungan Eksternal	64
	3. Lingkungan Internal	76
	4. Strategi Operasional	80
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	83
	A. Kesimpulan	83
	B. Saran	85
	DAFTAR PUSTAKA	86
	LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1.	Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk DKI Jakarta	3
Tabel 1.2.	Persentase Pengeluaran Rata-Rata per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Bahan Makanan Tahun	4
Tabel 3.1.	Daftar Harga Makanan dan Minuman Nasi Goreng Kesurupan	39
Tabel 3.2	Daftar Peralatan dan Perlengkapan Nasi Goreng Kesurupan	44
Tabel 3.3	Asumsi – Asumsi yang Digunakan untuk Analisis Keuangan	53
Tabel 3.4	Komposisi Biaya Investasi	54
Tabel 3.5	Komposisi Biaya Operasional	55
Tabel 3.6	Kebutuhan Dana untuk Investasi dan Modal Kerja	56
Tabel 3.7	Nilai Pendapatan Operasional	57
Tabel 3.8	Proyeksi Laba Rugi	58
Tabel 3.9	Proyeksi <i>Net Present Value</i>	59
Tabel 3.10	Proyeksi <i>Internal Rate of Return</i>	60
Tabel 3.11	Analisis Sensitivitas <i>Cashflow</i> Naik 15%	62
Tabel 3.12	Analisis Sensitivitas <i>Cashflow</i> Turun Menjadi 80%	62
Tabel 3.13	Analisis Sensitivitas <i>Cashflow</i> Turun Menjadi 7%	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Thinking Strategically about Company's Situation to Choosing a Strategy	27
Gambar 3.1. Contoh Produk Nasi Goreng Buto Ijo	40
Gambar 3.2. Contoh Produk Nasi Goreng Pocong	40
Gambar 3.3. Struktur Organisasi	47
Gambar 3.4. Proses Produksi	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Asumsi Dasar Studi Kelayakan Nasi Goreng Kesurupan	89
Lampiran 2 Proyeksi Biaya Investasi	90
Lampiran 3 Proyeksi Pendapatan Operasional	92
Lampiran 4 Proyeksi Biaya Operasional	93
Lampiran 5 Sumber Dana untuk Investasi dan Modal Kerja	95
Lampiran 6 Proyeksi Laba (Rugi) Tahunan	96
Lampiran 7 Proyeksi NPV dan IRR	97
Lampiran 8 Analisis Sensitivitas	98
Lampiran 9 Perhitungan Simulasi Bunga Efektif 22%	99

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Pendahuluan

Perkembangan terkini industri jasa makanan di dunia sudah sangat berpengaruh pada perkembangan dunia kuliner di Indonesia. Ada beberapa perkembangan yang signifikan dari industri jasa makanan di dunia yang berpengaruh pada dunia kuliner Indonesia yaitu berbagai revisi menu akibat berpengaruh penyakit yang mewabah (epidemic), pemesanan secara online, meningkatnya anggaran pada sektor teknologi, meningkatnya penggunaan pelayanan mandiri dengan pemanfaatan kios teknologi, berfokus kepada segi kesehatan terutama kesehatan jantung dan meningkatnya usaha dalam makanan dari sayuran, dan berkembangnya makanan etnik dan *fashion food* (Dr. Moh. Liga Suryadana, 2009).

Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia, menjadi pasar potensial untuk pemasaran berbagai jenis barang maupun jasa. Indonesia sebagai negara besar dengan 17.504 pulau dan 240 juta penduduk merupakan industri yang sangat potensial bagi produk makanan dan minuman. Berdasarkan catatan Event Director Food Ingredients Asia, Vincent Brain (2009), Indonesia adalah konsumen bahan makanan terbesar (51 persen) di Asia Tenggara.

Salah satu bisnis yang terus berkembang di Indonesia adalah bisnis kuliner yang dipercaya sebagai salah satu dari sekian banyak bisnis yang tidak

terlalu terkena dampak krisis moneter yang menimpa Indonesia sejak tahun 1997. Hal ini disebabkan karena semua orang membutuhkan makanan sehingga secara otomatis bisnis ini selalu dicari oleh para konsumen.

Seiring dengan perubahan jaman, kecenderungan konsumen untuk makan di luar rumah semakin meningkat dengan berbagai alasan praktis, ekonomis maupun *prestige*. Konsep yang ditawarkan kepada konsumen berbeda-beda mulai dari konsep hidangan cepat saji yang ditujukan bagi mereka yang sibuk dan punya waktu sedikit untuk makan dan saat ini konsep tersebut meluas dengan semaraknya bisnis kuliner yang menawarkan tempat makan yang nyaman. Sejalan dengan semaraknya bisnis restoran, berkembang pula perilaku pembelian konsumen. Perubahan perilaku pembelian yang awalnya tidak terlalu kritis dimana harga menjadi patokan pembelian sedangkan faktor lain cenderung diabaikan. Kini perilaku pembelian konsumen tersebut berubah menjadi sangat selektif dan kritis dalam menentukan pilihan. Bukan hanya dari rasa makanan, tetapi terdapat berbagai faktor lain yang pada saat ini mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti suasana tempat, fasilitas tempat, hiburan dan segi pelayanan yang ada di restoran tersebut. Keadaan ini merupakan peluang tersendiri dalam bisnis di bidang restoran.

Meningkatnya jumlah penduduk di Jakarta juga memberikan peluang bagi perkembangan bisnis restoran di masa yang akan datang. Berdasarkan sensus penduduk perkembangan jumlah penduduk wilayah Jakarta dan jumlah penduduk Jakarta pada tahun 2010 dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1**Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk DKI Jakarta**

Kabupaten/Kota Adm. <i>Regency/Municipality</i>	Jenis Kelamin / <i>Sex</i>		Jumlah <i>Total</i>	Rasio Jenis Kelamin <i>Sex Ratio</i>
	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kepulauan Seribu	10 711	10 371	21 082	103,28
Jakarta Selatan	1 043 675	1 018 557	2 062 232	102,47
Jakarta Timur	1 372 300	1 321 596	2 693 896	103,84
Jakarta Pusat	455 326	447 647	902 973	101,72
Jakarta Barat	1 164 446	1 117 499	2 281 945	104,20
Jakarta Utara	824 480	821 179	1 645 659	100,40
<i>Jumlah / Total</i>	4 870 938	4 736 849	9 607 787	102,83
SP 2000	4 223 125	4 123 958	8 347 083	102,41
SP 1990	4 153 586	4 074 160	8 227 746	101,95
SP 1980	3 281 600	3 199 154	6 480 654	102,58

Sumber: Katalog BPS 1102001.31 - Jakarta Dalam Angka Tahun 2011

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 di atas, jika dicermati dengan baik maka jumlah penduduk Jakarta yang terus bertambah dari tahun ke tahun dapat menjadi peluang pasar bagi bisnis kuliner terutama restoran. Potensi pasar yang terus berkembang memacu para pengusaha restoran bersaing untuk menawarkan konsep pemasaran restorannya yang berbeda dari para kompetitornya.

Mengacu pada survei yang dilakukan oleh Susenas (Survei Sosial Ekonomi Nasional) di Indonesia sendiri persentase pengeluaran rata-rata per kapita sebulan menurut kelompok bahan makanan tahun 2007 - 2011 paling banyak keluar untuk kelompok barang: makanan jadi. Lihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2**Persentase Pengeluaran Rata-Rata per Kapita Sebulan Menurut Kelompok
Bahan Makanan Tahun 2007 – 2011**

Kelompok Barang	2007	2008	2009	2010	2011
Makanan					
▪ Padi - padian	10,15	9,57	8,86	8,89	7,48
▪ Ikan	3,91	3,96	4,29	4,34	4,27
▪ Daging	1,95	1,84	1,89	2,1	1,85
▪ Telur dan susu	2,97	3,12	3,27	3,2	2,88
▪ Sayur - sayuran	3,87	4,02	3,91	3,84	4,31
▪ Minyak dan lemak	1,69	2,16	1,96	1,92	1,91
▪ Bahan Minuman	2,21	2,13	2,02	2,26	1,8
▪ Bumbu	1,1	1,12	1,08	1,09	1,07
▪ Konsumsi lainnya	1,34	1,39	1,33	1,29	1,07
▪ Makanan jadi	10,48	11,44	12,63	12,79	13,73
▪ Tembakau dan sirih	4,97	5,08	5,26	5,25	5,16

Sumber: <http://www.jakarta.go.id/web/kulinerdb>)

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 di atas, diketahui presentase rata – rata per kapita selama 1 bulan menurut kelompok bahan makanan. Khusus di Jakarta sendiri jumlah Industri kuliner berjumlah sebanyak 1057 per kapita.

Di Indonesia, bisnis kuliner sangat berkembang dikarenakan banyak konsumen yang membutuhkan. Sebagai kebutuhan primer adalah kebutuhan pangan yaitu kebutuhan untuk makan dan minum berpengaruh terhadap perkembangan usaha bisnis kuliner. Seperti yang kita ketahui di Indonesia, makanan pokok yang di konsumsi berbeda-beda sesuai dengan keadaan tempat dan budaya, makanan pokok biasanya berasal dari tanaman, baik dari [sereal](#) seperti [beras](#), [gandum](#), [jagung](#), maupun [umbi-umbian](#) seperti [kentang](#), [ubi jalar](#), [talas](#) dan [singkong](#). [roti](#), [mie](#) (atau [pasta](#)), [nasi](#), [bubur](#), dan [sagu](#) terbuat dari sumber-sumber tersebut.

Tidak bisa dipungkiri bahan pangan beras merupakan kebutuhan pokok yang paling penting di masyarakat Indonesia. Mengingat perannya sebagai komoditas pangan utama masyarakat Indonesia, tercapainya kecukupan produksi beras nasional sangat penting sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi terwujudnya ketahanan pangan nasional. Menurut Suryana dkk (2001), beras sebagai bahan makanan pokok tampaknya tetap mendominasi pola makan penduduk Indonesia. Hal ini terlihat dari tingkat partisipasi konsumsi beras di Indonesia yang masih diatas 95 persen. Dalam komponen pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia, beras mempunyai bobot yang paling tinggi.

Bahan makanan yang banyak dibutuhkan oleh banyak konsumen di Indonesia adalah nasi. Dalam hal ini usaha Nasi Goreng Kesurupan membuat produk yang berfokus kepada bahan pangan beras yaitu makanan nasi goreng. Makanan nasi goreng menjadi makanan utama yang akan disajikan. Alasan nasi goreng menjadi makanan utama dalam produk Nasi Goreng Kesurupan karena makanan nasi goreng yang sering ditemukan di pinggir jalan maupun di restoran lain kurang menjadi daya tarik bagi beberapa konsumen apabila nasi goreng ada dalam menu nasi goreng di restoran. Oleh karena itu, dengan meningkatnya kualitas nasi goreng dalam produk Nasi Goreng Kesurupan ingin memberi pandangan konsumen bahwa Nasi Goreng dapat menjadi makanan yang menarik untuk disantap dengan berbagai bentuk yang divariasikan sesuai dengan konsep Nasi Goreng Kesurupan.

B. Profil Usaha

Nasi Goreng Kesurupan merupakan usaha bisnis yang bergerak di bidang industri kuliner dimana Nasi Goreng Kesurupan menyediakan menu makanan yang berbasis pada makanan nasi goreng dengan memiliki berbagai varian serta menggunakan bahan rempah – rempah khas Indonesia. Nasi Goreng Kesurupan menspesialisasikan produknya pada makanan nasi goreng dimana nasi goreng yang ditawarkan menggunakan konsep hantu – hantu Indonesia yang disajikan di dalam produk maupun konsep restoran yang akan dijalankan.

Pada umumnya, usaha Nasi Goreng Kesurupan memiliki 17 sumber daya manusia yang ahli dalam bidang masing – masing sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang mendukung jalannya usaha. Klasifikasi usaha bisnis Nasi Goreng Kesurupan terdiri dari pemilik usaha, manajer operasional, manajer keuangan, serta para karyawan dan staf pendukung mulai dari kasir, parmusaji, *chef*, dan *cleaning service*. Semua sumber daya manusia yang bekerja dalam usaha bisnis Nasi Goreng Kesurupan harus mengetahui tugas dan tanggung jawab masing – masing untuk menjalankan usaha bisnis sesuai dengan konsep yang ada serta *professional* untuk memberikan rasa nyaman terhadap konsumen Nasi Goreng Kesurupan.

C. Visi dan Misi Usaha

Dalam melaksanakan usaha bisnis kuliner Nasi Goreng Kesurupan dibutuhkan visi, misi, tujuan dan sasaran agar menjadikan usaha yang dapat berkembang dalam industri kuliner Indonesia. Berikut visi dan misi usaha Nasi Goreng Kesurupan :

1.1 Visi

Menjadikan usaha kuliner terutama makanan nasi goreng dikenal di berbagai mancanegara serta memajukan cita rasa khas Indonesia dengan mengenalkan macam – macam hantu Indonesia.

1.2 Misi

- Menciptakan produk makanan dan minuman dengan cita rasa khas Indonesia menggunakan bahan rempah – rempah asli Indonesia.
- Menyajikan produk makanan dan minuman dengan konsep hantu Indonesia.
- Membuat produk makanan nasi goreng tidak hanya sebagai makanan untuk menahan rasa lapar, tetapi menjadikan makanan nasi goreng sebagai produk yang memiliki inovasi dan ide yang kreatif.
- Mengadakan ekspansi untuk membuka usaha diluar dari Negara Indonesia agar dikenal di mata dunia

D. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Manfaat usaha Nasi Goreng Kesurupan bagi perusahaan dan konsumen adalah:

1. Menjadikan usaha Nasi Goreng Kesurupan layak untuk dijalankan sebagai usaha yang menguntungkan.
2. Mengetahui strategi perusahaan yang berkaitan dengan aspek operasional, pemasaran dan keuangan.
3. Meyakinkan para investor untuk membantu dalam sektor permodalan usaha.
4. Memperkenalkan produk dan konsep perusahaan secara kreatif dan inovatif kepada konsumen.
5. Membantu berbagai aspek sosial dan ekonomi Indonesia dalam menjalankan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari. Agus., (2002). *Manajemen Produksi; Pengendalian Produksi*, edisi empat, buku dua, BPFE; Yogyakarta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler .,(2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Assauri., (1999). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada; Jakarta.
- Deaux., Dane., & Wrightsman, S., (1993). *Social Psychology in the 90's*. (2nd Ed). California: Wadsworth Publishing Company, Inc.
- Frank, R., Brown., &Keith C., (2003). *Investment Analysis and Portfolio Management*, 7th edition, Thomson South-Western Inc., US.
- Garrison, Ray H., Eric W. Noreen., (2004). *Akuntansi Manajerial*, Buku 1, Alih Bahasa A. Totok Bidisantoso, Salemba Empat; Jakarta.
- Gaspersz, V. 2004 *Production Planning and Inventory Control*, Gramedia Pustaka.
- Matz, A. and Usry, M.F., (1999). *Akuntansi Biaya (Perencanaan dan Pengendalian)*, Jilid 1 Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi., (2005). *Sistem Akuntansi*, Edisi Ketiga, Salemba Empat, Jakarta
- Osterwalder, Alexander and Pigneur, Yves., (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*.
- Sujadi, Prawirosentono. (2000). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: FEUI.
- Sumitro, Djojohadikusumo, (2005). *Ekonomi Pembangunan*, Jakarta: Pustaka Ekonomi.
- Syafri, S (2001). *Budgeting Penganggaran Perencanaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Thompson, Arthur A. Jr, Strickland, A. J. III, Gamble, John E. (2005). *Crafting and Executing Strategy : The Quest For Competitive Advantage : Concepts and Cases*. 14th Edition. Sine Nomine.
- Weston J.Fred. dan Eugene F. Brigham, (2001), *Dasar-Dasar manajemen Keuangan*, Erlangga: Jakarta.

Yamit, Zulian. (2002). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Penerbit Ekonesia, Yogyakarta.

Zachrakis, A., Spinelli, S., & Timmons, J., (2011). *Business Plans That Works: a Guide For Small Business 2/E*.