



**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**SKRIPSI**

**RENCANA BISNIS SELAI ORGANIK BUATAN SENDIRI DENGAN**

**CITA RASA NUSANTARA, “THE OMMA’S RECIPE”**

**DISUSUN OLEH :**

**NAMA : RIBHEL TALITA**

**NIM : 115110346**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT**

**GUNA MENCAPAI GELAR**

**SARJANA EKONOMI**

**2015**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF/SKRIPSI**

NAMA : RIBHEL TALITA  
NIM : 115110346  
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN  
BIDANG KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN  
JUDUL SKRIPSI : RENCANA BISNIS SELAI ORGANIK  
BUATAN SENDIRI DENGAN CITA RASA  
NUSANTARA, "THE OMMA'S RECIPE"

Tanggal: 2015 Ketua Panitia :  
( )

Tanggal: 2015 Anggota Panitia :  
( )

Tanggal: 2015 Anggota Panitia :  
( )

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

- (A) RIBHEL TALITA (115110346)
- (B) RENCANA BISNIS SELAI ORGANIK BUATAN SENDIRI DENGAN CITA RASA NUSANTARA, “THE OMMA’S RECIPE”
- (C) lxx + hlm, 2015, Tabel 14 ; Gambar 7; Lampiran 7
- (D) KEWIRAUSAHAAN
- (E) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layak atau tidak dalam perencanaan studi kelayakan bisnis, serta menguntungkan atau tidak untuk dijalankan sebagai suatu usaha. Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar rencana bisnis mulai dari aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi dan produksi, serta aspek keuangan dapat berjalan sesuai dengan analisis dan tindakan pada setiap aspek. Penelitian ini juga bertujuan untuk memperkenalkan produk dan konsep studi kelayakan.
- (F) Daftar acuan (1980-2015)
- (G) Drs. M. Tony Nawawi, M.M.

*Amsal 24 : 6*

*“ Karena hanya dengan perencanaan engkau  
dapat berperang, dan kemenangan tergantung*

*Pada penasehat yang banyak.”*

Karya sederhana ini kusembahkan:

Untuk yang tercinta

Papa dan Mama,

Kakak dan Teman-Teman sekalian.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala bimbingan dan berkatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir dengan judul RENCANA BISNIS SELAI ORGANIK BUATAN SENDIRI DENGAN CITA RASA NUSANTARA, “THE OMMA’S RECIPE” ini dikerjakan untuk memenuhi salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar S1 Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini bukanlah tujuan akhir dari belajar karena belajar adalah sesuatu yang tidak terbatas.

Terselesainya Tugas Akhir ini tentunya tak lepas dari dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. M. Tony Nawawi, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmojo, 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 Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan pengetahuan dan pembelajaran selama masa perkuliahan.

5. Seluruh Staf Karyawan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif dan akademik sejak awal hingga lulus kuliah .
6. Orangtua, dan kakak yang telah memberikan dukungan moril, doa, semangat dan kasih sayang kepada penulis hingga skripsi ini selesai dibuat.
7. Teman-teman seperjuangan Marensia, Laura, Irvan, Silvia, Tania, Ferry dan Novita yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan tugas akhir.
8. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Maka dari itu, kritik dan saran akan sangat bermanfaat. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 13 Juli 2015

Ribhel Talita

## **DAFTAR ISI**

Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i	
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii	
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii	
ABSTRAK .....	iv	
MOTTO .....	v	
PERSEMBAHAN .....	vi	
KATA PENGANTAR .....	vii	
DAFTAR ISI .....	ix	
DAFTAR TABEL .....	xii	
DAFTAR GAMBAR .....	xiv	
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv	
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	
	A. Permasalahan.	
	1. Latar Belakang	1
	B. Tujuan dan Manfaat	
	1. Tujuan	6
	2. Manfaat	7
<b>BAB II</b>	<b>ASPEK PASAR DAN PEMASARAN</b>	
	A. Aspek pasar	
	1. Analisis Permintaan	8
	a. Potensi Pasar	9
	b. Analisa Kecenderungan Pasar	13



2.	Analisis Penawaran	15
a.	Analisis Pesaing	15
b.	Analisis SWOT	17
B.	Aspek Pemasaran	25
1.	Gambaran Umum Pasar	25
a.	Segmentasi	25
b.	Target Pasar	26
c.	Posisi Bisnis dalam Pasar	27
2.	Bauran Pemasaran	28
a.	Produk	29
b.	Harga	30
c.	Tempat	32
d.	Promosi	33
e.	Kerjasama	36

### BAB III ASPEK ORGANISASI DAN PRODUKSI

A.	Aspek Organisasi	38
1.	Profil Usaha	38
2.	Visi dan Misi	41
B.	Aspek Produksi	42
1.	Aspek produksi	42
a.	Kebutuhan Proses Produksi	43
b.	Proses Produksi	45

	2. Aspek Produk	48
	a. Spesifikasi Produk	48
	b. Fungsi Produk	49
<b>BAB IV</b>	<b>ASPEK KEUANGAN</b>	
	A. Pola Pembiayaan	51
	1. Asumsi dan Parameter Analisis Keuangan	51
	2. Kebutuhan dan Sumber Dana	53
	B. Perkiraan Biaya Operasional	54
	C. Proyeksi Produksi dan Pendapatan	57
	D. Analisis Keuangan	59
	1. Proyeksi Laba Rugi	59
	2. Proyeksi Arus Kas	60
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN</b>	
	A. Kesimpulan	62
	Daftar Pustaka	66
	Lampiran	69
	Daftar Riwayat Hidup	76

## **DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 2.1	11
<p>Persentase Rata-Rata Pengeluaran per Kapita</p> <p>Sebulan di Daerah Perkotaan Menurut Provinsi</p> <p>dan Kelompok Barang, 2011-2013</p>	
Tabel 2.2	12
<p>Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2010</p> <p>dan Proyeksi Penduduk Tahun 2014</p> <p>Menurut Kabupaten/Kota</p>	
Tabel 2.3	13
<p>Persentase Pengeluaran Rata-rata per Kapita</p> <p>Sebulan Menurut Kelompok Barang,</p> <p>Indonesia, 1999, 2008-2014</p>	
Tabel 2.4	16
<p>Daftar Pesaing Langsung The Omma's Recipe</p>	
Tabel 2.5	16
<p>Daftar Pesaing Tidak Langsung The Omma's Recipe</p>	
Tabel 2.6	32
<p>Perincian Harga Selai The Omma's Recipe</p> <p>Dengan Pesaing Langsung</p>	
Tabel 3.1	45
<p>Daftar Peralatan dan Perlengkapan The Omma's Recipe</p>	
Tabel 4.1	53
<p>Asumsi-asumsi yang Digunakan untuk Analisis Keuangan</p>	
Tabel 4.2	54
<p>Perkiraan Biaya Investasi</p>	

Tabel 4.3	Perkiraan Biaya Oprasional untuk Penjualan <i>Online</i> Dalam Satu Tahun	55
Tabel 4.4	Perkiraan Biaya Oprasional untuk Penjualan <i>Offline</i> Dalam Satu Tahun	56
Tabel 4.5	Nilai Pendapatan dan Operasional Penjualan <i>Online</i>	58
Tabel 4.6	Nilai Pendapatan dan Operasional Penjualan <i>Offline</i>	58
Tabel 4.7	Proyeksi Laba Rugi	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Matriks SWOT	18
Gambar 2.2 Matriks SWOT The Omma's Recipe	20
Gambar 3.1 Struktur Organisasi The Omma's Recipe	39
Gambar 3.2 Logo The Omma's Recipe	40
Gambar 3.3 Skema Produksi The Omma's Recipe	46
Gambar 3.4 Produk Selai The Omma's Recipe	49
Gambar 3.5 Kemasan Produk Selai The Omma's Recipe	49

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Asumsi-asumsi yang Digunakan untuk Analisis Keuangan  
Perkiraan Biaya Investasi
- Lampiran 2 Perkiraan Biaya Oprasional untuk Penjualan *Online*
- Lampiran 3 Dalam Satu Tahun
- Lampiran 4 Perkiraan Biaya Oprasional untuk Penjualan *Offline*  
Dalam Satu Tahun
- Lampiran 5 Nilai Pendapatan dan Operasional Penjualan *Online*
- Lampiran 6 Nilai Pendapatan dan Operasional Penjualan *Offline*
- Lampiran 7 Proyeksi Laba Rugi

## BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Permasalahan

#### 1. Latar Belakang

Kasmir dan Jakfar (2010 : 6) menyebutkan, Studi Kelayakan Bisnis (SKB) adalah “Suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan”.

Menurut Umar (2003 : 25), proses analisa setiap aspek saling berketerkaitan antara satu aspek dan aspek lainnya sehingga hasil analisis aspek-aspek tersebut menjadi terintergasi. Berikut aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam membuat perencanaan usaha : Aspek Pasar, merupakan kutub pertama dari model lingkungan bisnis. Pengkajian aspek-aspek penting dilakukan karena tidak ada proyek bisnis yang berhasil tanpa adanya permintaan atas barang atau jasa yang dihasilkan proyek tersebut. Pada dasarnya, analisis aspek pasar bertujuan antara lain untuk mengetahui berapa besar luas pasar, pertumbuhan permintaan, dan market-share dari produk bersangkutan. Aspek Pemasaran, merupakan kegiatan perusahaan yang bertujuan menjual barang atau jasa yang diproduksi perusahaan ke pasar. Oleh karena itu, aspek ini bertanggung jawab dalam menentukan ciri-ciri pasar yang akan dipilih. Aspek Organisasi dan Produksi, studi aspek organisasi dan produksi akan mengungkapkan kebutuhan apa yang diperlukan dan bagaimana secara teknis proses produksi akan dilaksanakan. Aspek Keuangan, Dari sisi keuangan, proyek bisnis dikatakan sehat apabila dapat memberikan keuntungan yang layak dan mampu memnuhi kewajiban finansialnya.

Pada era globalisasi, persaingan ekonomi bagaikan medan perang dunia yang membuat negara bersaing untuk mendapatkan posisi negara maju. Menjadikan kondisi perekonomian negara suatu tolak ukur kesuksesan negara. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada saat ini perekonomian Indonesia berkembang 5,02% tahun-ke-tahun (yy) menjadi Rp 8.354 triliun (USD \$ 664.000.000.000) pada tahun 2014, laju pertumbuhan tahunan paling lambat bangsa sejak 2009. Dengan demikian, pertumbuhan PDB gagal mencapai 5,5% target pertumbuhan titik pemerintah pusat yang ditetapkan dalam APBN 2014. Namun, pertumbuhan diharapkan untuk pulih dari sini. Maka dari itu, salah satu upaya yang dilakukan untuk mempercepat dan menggairahkan pertumbuhan ekonomi di suatu negara adalah dengan mencetak sebanyak mungkin kewirausahaan.

Kewirausahaan yang biasa disebut juga wirausaha diyakini memberikan sejumlah manfaat, diantaranya adalah dapat memberikan kesejahteraan kepada masyarakat dengan meningkatkan kemampuan wirausaha sendiri, memberikan banyak lowongan pekerjaan, menawarkan berbagai produk dan jasa kepada konsumen, dan pajak yang dibayarkan pemerintah (Sisnuhadi dan Wijaya, 2008). Membuat kewirausahaan menjadi salah satu solusi yang paling memungkinkan dan terbuka untuk permasalahan yang terjadi pada era globalisasi ini. Hal ini dapat diperjelas dengan pernyataan Deputy Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian Koperasi dan UKM, Nedi Rafinaldi Halim (dalam Sindotrijaya, 5/6/2013) mengatakan, sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) telah terbukti menopang perekonomian nasional, menyediakan lapangan kerja dan menekan angka kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan rakyat. Dengan adanya Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia yang telah menyerap 97,3% tenaga kerja, pada tahun 2013 jumlahnya telah mencapai 55,2 juta unit, dan telah terbukti memberikan kontribusi 57,12% terhadap



Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia. Menjadi salah satu alasan penulis untuk berwirausaha dengan membangun sebuah Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Namun bukan hanya permasalahan ekonomi saja yang dihadapi oleh tiap negara pada era globalisasi ini, tetapi kesehatan merupakan salah satu permasalahan yang perlu diperhatikan. Kesehatan tidak hanya merupakan hak warga tetapi juga merupakan investasi yang menentukan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi negara, karena itu tiap negara berkepentingan agar seluruh warganya sehat. *Global status report* dalam NCD World Health Organization (WHO) tahun 2010 melaporkan bahwa 60% penyebab kematian semua umur di dunia adalah karena Penyakit Tidak Menular (PTM). Di Indonesia sendiri, pada tahun 2014, angka kematian akibat PTM seperti hipertensi, stroke, dan diabetes melitus meningkat daripada kasus kematian akibat penyakit menular. Angka kematian akibat penyakit diabetes melitus meningkat 1,1% menjadi 2,1%; hipertensi dari 7,6% menjadi 9,5%; dan stroke dari 8,3% menjadi 12,1% (Depkes, 2008 dan Kemenkes, 2014).

Tentu semua PTM berbahaya dan harus dicegah sejak dini, salah satunya adalah diabetes. Diabetes merupakan ibu dari segala penyakit, dikarenakan orang yang menderita diabetes memiliki peningkatan risiko mengembangkan sejumlah masalah kesehatan yang serius lainnya seperti komplikasi pada jantung, hati, dan kehamilan, kerusakan saraf, kebutaan, dan lainnya. Komplikasi tersebut merupakan penyebab utama kecacatan, penurunan kualitas hidup, bahkan kematian. Satu dari dua orang dengan diabetes tidak menyadari bahwa dirinya telah mengidap penyakit tersebut. Membuat diabetes penyakit umum yang diam-diam membunuh, menjadikannya keempat atau kelima penyebab utama kematian di kebanyakan negara. Diabetes tidak dipungkiri lagi

sebagai salah satu masalah kesehatan yang paling menantang di era globalisasi ini (IDF Diabetes Atlas, 2013).

Berdasarkan International Diabetes Federation (IDF), pada tahun 2013, Indonesia menempati peringkat ke-7 di dunia dan peringkat ke-3 di Asia dengan penderita diabetes terbanyak yang mencapai 8,5 juta orang, dan diperkirakan penderita diabetes di Indonesia akan meningkat menjadi 14,1 juta orang pada tahun 2035, menyebabkan Indonesia naik menjadi peringkat ke-6 di dunia. Hal ini diperburuk dengan pernyataan Prof. Nam Cho, ketua International Diabetes Federation untuk kawasan Asia Pasifik (IDF-WPR) dalam peringatan Hari Diabetes Dunia, pada 14 November 2014 lalu, yang menyatakan bahwa jumlah penderita diabetes di Indonesia melonjak 500 ribu orang hanya dalam satu tahun. Meningkatnya penderita diabetes tersebut, membuat Indonesia naik dua peringkat menjadi posisi ke-5 di dunia dengan penderita diabetes sebesar 9,1 juta orang (dalam Berita Tempo, Jumat 14 November 2014). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih memiliki pola makan dan gaya hidup yang tidak sehat, beberapa diantaranya adalah memiliki kebiasaan mengonsumsi makanan ringan (ngemil), sering mengonsumsi makanan cepat saji atau *instant*, dan tidak menutup kemungkinan masyarakat gemar mengonsumsi makanan dan minuman manis. Konsumsi makanan yang cukup, bermutu, dan aman merupakan syarat utama untuk hidup sehat. Namun berdasarkan data yang diperoleh dari Riskesdas (2010), makanan yang dikonsumsi masyarakat Indonesia belum sesuai dengan kebutuhan.

Melihat situasi yang terjadi diatas, terdapat peluang bisnis yang mendorong penulis untuk membuat UKM dalam bentuk ritel yang bergerak dalam bidang makanan manis, namun aman dan sehat untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Yaitu selai organik buatan

sendiri. Selai bukan hanya dapat dijadikan olesan roti, tetapi dapat juga dikelolah menjadi bahan dasar makanan dan minuman manis lainnya. Membuat selai mudah untuk dikembangkan lebih lagi, baik dalam mengkreaitivaskan cita rasanya maupun menginovasikan cara pengelolahannya. Kegemaran masyarakat terhadap manis dan manfaat yang ada pada selai tidak pernah hilang dibenak masyarakat. Saat ini, ada beragam varian selai buah yang beredar di pasaran akan tetapi, selai-selai buatan pabrik tersebut tak lagi murni. Para produsen kerap menyisipkan bahan tambahan a.l. pengawet makanan, pengental (*emulsifier*), bahkan pemanis buatan. Selai yang diharapkan bisa memberi asupan gizi untuk tubuh malah bisa menumbuhkan risiko penyakit. Sedikitnya jumlah selai yang diproduksi tanpa bahan tambahan membuka potensi peluang bisnis berpotensi untuk penulis membuka UKM.

Karena itu selai ini diciptakan dengan menggunakan buah organik, tanpa zat aditif, dan memanfaatkan pemanis alami seperti gula stevia (*Stevia rebaudiana*) dalam pengelolahannya untuk memberikan produk selai berkualitas dan sehat bagi konsumen, menjadikan selai yang aman dikonsumsi oleh orang-orang yang sedang menjaga kesehatan dan asupan kalorinya maupun pengidap diabetes. Tentunya memadukan cita rasa Nusantara dengan kesegaran buah organik untuk memberikan ciri khas tersendiri terhadap produk, agar terus berada di benak konsumen dan mampu bersaing di dalam pasar.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk menyusun rencana usaha yang bergerak dibidang makanan sehat berupa selai buatan sendiri dengan merek "*The Omma's Recipe*" yang akan diuraikan dalam **RENCANA BISNIS**

**SELAJ ORGANIK BUATAN SENDIRI DENGAN CITA RASA NUSANTARA, “THE OMMA’S RECIPE”.**

## **2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka perumusan masalahnya adalah apakah bisnis selai The Omma’s Recipe layak dijalankan?

## **B. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

Tujuan dari rencana bisnis ini adalah:

- Untuk mengetahui layak atau tidak bisnis selai The Omma’s Recipe dijalankan, berdasarkan aspek yang ada.

### **2. Manfaat**

Dengan penyusunan rencana bisnis ini diharapkan dapat diperoleh manfaat:

#### **a) Bagi Peneliti**

- Mengaplikasikan pengetahuan dalam membangun usaha, dengan melihat peluang yang ada didalam pasar.
- Bahan pertimbangan dalam mengelola usaha.

#### **b) Bagi Akademis**

- Menjadi acuan untuk penelitian-penelitian berikutnya yang relevan, dalam merancang rencana bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

Ariyoto, K. 1980. *Feasibility Study*. Penerbit Mutiara, Jakarta.

Badan Pusat Statistik (2015). *BPS DKI Jakarta Online*. Tersedia di <http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/942>; Internet; diakses pada tanggal 23 Mei 2015

Bateman, Thomas, dan Snell, Scott A. (2007). *Management: Leading & Collaborating in Competitive World, 7th ed.* New York: McGraw-Hill, Inc.

David, Fred R. (2011). *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Salemba Empat

DeFranco, Agnes., Latin, Thomas (2007). *Financial Management*. Hokoken, New Jersey: John Willey & Sons, Inc.

Gitman, Lawrence J. (2006). *Principles of Managerial Finance*. Boston, MA: Pearson Education, Inc.

Gitosudarmo, Indrio, (2002). *Manajemen Keuangan*, Edisi 4. Yogyakarta: BPFE

Griffin, Ricky W. dan Ebert, Ronald J. (2007). *Bisnis*. Edisi Kedelapan. Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Harahap, Sofyan Syafri. (1998). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Persada, Jakarta

Husein Umar, (2003), *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Kedua, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

International Diabetes Federation (2013). *Diabetes Atlas*, 6<sup>th</sup> edition. Tersedia di [www.idf.org/sites/default/files/EN\\_6E\\_Atlas\\_Full\\_0.pdf](http://www.idf.org/sites/default/files/EN_6E_Atlas_Full_0.pdf), Internet; diakses pada tanggal 26 April 2015.

Kasmir dan Jakfar. (2010), *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Kedua, Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

\_\_\_\_\_. (2010). *Principles of Marketing*. New York: Pearson.

\_\_\_\_\_ and Keller, Kelvin Lane (2009). *Marketing Management, 13th ed.* New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kunawangsih Tri dan Antyo Pracoyo. (2006). *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. PT Grasindo. Jakarta.

Matz, A. and Usry, M.F., (1999). *Akuntansi Biaya (Perencanaan dan Pengendalian)*, Jilid 1 Edisi 7. Jakarta: Erlangga.

McEachern, William A. (2006). *Economics: A Contemporary Introduction, 7th ed.* Ohio: Thompson South-Western Mason.

Mulyadi., (2005). *Sistem Akuntatansi*, Edisi Ketiga, Salemba Empat, Jakarta.

Ross, Stephen A., Westerfield, Randolph W., Jordan, Bradford D. (2008). *Corporate Finance Fundamentals*. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.

Sukirno, Sadono. (2002). *Teori Mikro Ekonomi*, Cetakan Keempat Belas. Rajawali Press: Jakarta.

Suyadi Prawirosentono, (2000), *Manajemen Operasi : Analisis dan Studi Kasus*, edisi ke 2 cetakan ke1, Jakarta ; PT Bumi Aksara.

Tjiptono, Fandy,. (1997). "Strategi Pemasaran" Penerbit Andi Yogyakarta.

Umar, Husein. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

[http://www.bappenas.go.id/files/5413/9148/4109/Proyeksi\\_Penduduk\\_Indonesia\\_2010-2035.pdf](http://www.bappenas.go.id/files/5413/9148/4109/Proyeksi_Penduduk_Indonesia_2010-2035.pdf)

<http://www.indonesia-investments.com/id/berita/kolom-berita/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-sebesar-5.2-5.3-pada-tahun-2014/item2375>; Internet; diakses pada tanggal 23 Mei 2015

<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/13/11/01/mvjx78-bkkbn-jumlah-penduduk-indonesia-sangat-tinggi>; Internet; diakses pada tanggal 23 Mei 2015

[http://www.ogahrugi.com/article/view\\_article/1283/tentang-selai-morin](http://www.ogahrugi.com/article/view_article/1283/tentang-selai-morin); Internet; diakses pada tanggal 6 Juni 2015

<http://superbrands.co.id/2015/wp-content/uploads/2014/07/morin.pdf>; Internet; diakses pada tanggal 6 Juni 2015

[https://www.facebook.com/pages/Sunripe-Juice/338569546288777?sk=info&tab=page\\_info](https://www.facebook.com/pages/Sunripe-Juice/338569546288777?sk=info&tab=page_info); Internet; diakses pada tanggal 6 Juni 2015

[http://www.petrafoods.com/about\\_company\\_history.html](http://www.petrafoods.com/about_company_history.html); Internet; diakses pada tanggal 6 Juni 2015

<https://id.wikipedia.org/wiki/Nutella>; Internet; diakses pada tanggal 6 Juni 2015