

FELLAZ DONAT

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Dimas Aji Purwanto

2120 31314

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkah dan rahmat Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Proyek Kewirausahaan Fellaz Donat di STIE YKPN Yogyakarta. Laporan ini disusun berdasarkan praktek langsung membuka usaha Fellaz Donat.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis dibantu dan diarahkan oleh beberapa pihak yang mendukung terselesaikannya tugas ini. Atas dukungan, bimbingan, serta bantuan yang diberikan izinkanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Wisnu Prajogo Selaku Ketua STIE YKPN Yogyakarta.
2. Bapak Rahmat Purbandono selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis selama menyelesaikan penyusunan laporan kewirausahaan ini.
3. Bapak Rudy Badrudin dan Ibu Endah selaku dosen penguji.
4. Orang tua dan saudara kandung yang selalu memberikan motivasi serta bantuan berupa materi, doa, serta emosional sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
5. Puri yuli wulandari dan Budi Nurcahyo Investor sekaligus kakak kandung penulis selaku *partner* bisnis Fellaz Donat, yang membantu dalam menjalankan bisnis ini dari nol hingga berjalan sampai dengan sekarang.
6. Teman-teman yang selalu berada disamping Penulis yaitu Mada, Saka, Komang, Baim, Bambang, Dias, Rafli, Sareh, Manuel untuk memberikan nasihat serta saran dalam penyusunan laporan ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis harap dengan diselesaikannya laporan ini dapat bermanfaat bagi saudara-saudara pembaca di manapun berada.

Yogyakarta, Juni 2024

Penulis,
Dimas Aji Purwanto

ABSTRAK

Laporan Proyek Kewirausahaan ini menguraikan tentang proses bisnis yang telah penulis lakukan dalam mengembangkan usaha. Dalam Abstrak ini penulis akan menjelaskan tentang Proyek kewirausahaan donat yang merupakan sebuah inisiatif bisnis yang bertujuan untuk memproduksi dan menjual donat dengan kualitas terbaik dengan harga yang dapat bersaing. Oleh sebab itu, penulis membuat Inovasi Donat yang akan penulis pasarkan, dengan inovasi dapat membuat produk donat penulis berbeda dengan kompetitor. Selanjutnya, penulis melakukan pengembangan resep donat yang unik dan berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas dan proses produksi yang higienis. Secara keseluruhan seperti halnya topping, ukuran, pengemasan, serta mengikuti tren yang ada penulis yakin akan membuat inovasi donat masa kini yang relevan dikalangan anak muda. Kesimpulannya, proyek kewirausahaan donat memiliki potensi untuk menjadi perintis dalam industri makanan melalui pengembangan produk yang kreatif dan berdaya saing tinggi.

Kata kunci: Donat, Fellaz Donat, Inovasi Donat.

ABSTRACT

This Entrepreneurship Project Report describes the business process that I have carried out in developing my business. In this Abstract I will explain the donut entrepreneurship project which is a business initiative that aims to produce and sell the best quality donuts at competitive prices. Therefore, I created a Donut Innovation that I will market, with innovation I can make my donut products different from competitors. Next, I developed a unique and high quality donut recipe using quality ingredients and a hygienic production process. Overall, like the toppings, size, packaging, and following existing trends, I'm sure it will make today's donut innovations relevant among young people. In conclusion, the donut entrepreneurship project has the potential to become a pioneer in the food industry through creative and highly competitive product development.

Keywords: *Donuts, Donut Fellaz, Donut Innovation.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Proyek Kewirausahaan.....	5
1.4 Kontribusi Proyek Kewirausahaan	5
BAB 2 BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT	7
2.1 Produk.....	7
2.1.1 <i>Market</i> Donat di Indonesia	7
2.1.2 <i>Fellaz</i> Donat.....	8
2.2 Analisis SWOT	9
BAB 3 METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN USAHA.....	12
3.1 Pendalaman Kreativitas	12
3.2 Manajemen Pemasaran	12
3.3 Manajemen Operasi.....	14
3.4 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	15
3.5 Manajemen Keuangan	16
3.6 Manajemen Perusahaan dan Inovasi.....	17
3.7 <i>Bussines Model Canvas</i>	18
BAB 4 PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA.....	20
4.1 Inovasi Produk.....	20
4.2 Manajemen Pemasaran	21
4.3 Manajemen Produksi.....	25

4.4	Manajemen Sumber Daya Manusia	26
4.5	Manajemen Keuangan	26
5.5.1	Modal	26
5.5.2	Cashflow Fellaz Donat	27
4.6	Manajemen Perubahan dan Inovasi	29
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		30
5.1	KESIMPULAN	30
5.2	SARAN	31
DAFTAR PUSTAKA		32
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Industri Makanan dan	2	
Gambar 1. 2 Data Jumlah UMKM di D.I.Yogyakarta.....	4	
Gambar 2. 1 Donat Kentang	Gambar 2. 2 Donat Selai	8
Gambar 2. 3 Donat Greentea Meses.....	9	
Gambar 2. 4 Analisis SWOT.....	9	
Gambar 3. 1 Business Model Canvas	18	
Gambar 4. 1 Inovasi Fellaz Donat	21	
Gambar 4. 2 Konten Fellaz Donat	22	
Gambar 4. 3 Konten Bonus Pembelian	23	
Gambar 4. 4 Konten Event.....	24	
Gambar 4. 5 Alur Produksi Felaz Donat	25	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrix SWOT	11
Tabel 4. 1 Modal Fellaz Donat	27
Tabel 4. 2 Laporan L/R Februari-Maret	28
Tabel 4. 3 Laporan L/R Maret-April	28
Tabel 4. 4 Laporan L/R April-Mei 2024	28

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor industri *Food and Beverage (F&B)* merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan siap saji telah mendorong banyak perusahaan baru di bidang makanan dan minuman. Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia juga disebabkan oleh kenyataan bahwa jumlah konsumen terus meningkat, sehingga permintaan terhadap makanan dan minuman juga meningkat. Hal ini memicu berdirinya banyak perusahaan baru di bidang makanan, seperti restoran, warung makan, dan usaha mikro kecil dan menengah UMKM.

Industri makanan dan minuman di Indonesia sedang mengalami transformasi besar dengan adopsi teknologi industri 4.0. Fenomena ini mendorong revitalisasi teknologi dalam sektor manufaktur guna merasakan manfaat jangka panjang dari teknologi tersebut. Model percepatan adopsi teknologi digital berbasis potensi lokal menuju industri 4.0 bertujuan untuk mendukung ketahanan pangan nasional dengan fokus pada sektor makanan minuman. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital, seperti *e-commerce*, dapat meningkatkan produktivitas UMKM yang mendukung ketahanan pangan nasional. Dengan demikian, masyarakat akan diberikan peluang untuk membuat bisnis makanan dan minuman dengan inovasi dan bersaing secara kompetitif dan kreatif. Berikut merupakan data Pertumbuhan bisnis *F&B* di Indonesia.



Sumber: dataindustri.com <https://acesse.dev/3WpuE>

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Industri Makanan dan

Berdasarkan data diatas dapat kita lihat bahwa pertumbuhan Industri makanan dan minuman di Indonesia berangsur positif terlebih lagi jika dilihat dari tahun saat ini prakiraan akan terus bertambah. Prediksi data pertumbuhan industri makanan dan minuman tahun 2024 adalah sekitar 7-10 persen, yang terdorong oleh tahun politik dan momentum Pemilu Pada tahun politik. Meskipun pada era COVID-19 di tahun 2020 sempat mengalami penurunan tetapi industri makanan dan minuman mulai pulih lagi dan berangsur membaik terhitung sampai tahun 2024.

Industri makanan dan minuman di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya memiliki potensi besar karena terdapat destinasi wisata yang cukup banyak sehingga memiliki peluang besar dalam menggaet wisatawan untuk berburu kuliner. Dengan mengembangkan inovasi serta mutu produk tidak menutup kemungkinan akan menghasilkan produk yang unik kreatif dan berdaya jual tinggi, serta akan mampu bersaing pada kompetisi pasar industri makanan dan minuman yang dapat menjadi faktor penentu kesuksesan produk.

Daerah Istimewa Yogyakarta telah menjadi salah satu sektor ekonomi penting yang memberikan kontribusi terbesar pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sektor industri pengolahan makanan dan minuman. Terdapat tiga macam industri makanan dan minuman yang ada di Yogyakarta, yaitu industri makanan dan minuman kecil, industri makanan dan minuman menengah, dan industri makanan dan minuman besar, Industri kuliner di Yogyakarta pun semakin berkembang, didukung oleh pendatang baik yang menetap serta turis. Dengan demikian kemungkinan akan tumbuh kembang pesatnya usaha Industri kuliner yang terdiri dari berbagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidangnya dapat mencapai titik optimal. UMKM ini merupakan faktor utama dalam dunia usaha Indonesia yang paling banyak digandengi masyarakat. Industri kuliner di Yogyakarta juga mengembangkan makanan khas Yogyakarta dan mempunyai strategi tersendiri untuk dapat bersaing dengan makanan modern. Transformasi digital juga dipicu oleh industri makanan dan minuman di Yogyakarta akan menjadi sarana yang kemudian dapat memungkinkan pelaku industri untuk mengoptimalkan proses produksi dan distribusi. Transformasi digital ini memungkinkan pelanggan untuk mudah dan cepat menjangkau produk dan layanan, serta memiliki pendapat tentang produk yang mereka inginkan. Hal tersebut tidak terlepasnya dari dukungan pemerintah berkat pendampingan yang diselenggarakan serta pembinaan calon-calon Wirausahawan muda.

Kode	Batas	Tahun				Satuan	Sifat Data	Sumber Data	Kualif.
		2020	2021	2022	2023				
833	Jumlah UKM berdasarkan Suku Usaha	287.462,00	337.980,00	342.924,00	342.586,89	0,00	Unit	Tahunan	
833.01	Usaha Mikro	18.839,00	218.900,00	224.743,00	224.438,00	-	Unit	Tahunan	Data Kuarter dan UMDI
833.02	Usaha Kecil	22.800,00	14.000,00	16.000,00	14.300,00	-	Unit	Tahunan	Data Kuarter dan UMDI
833.03	Usaha Menengah	20.994,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	-	Unit	Tahunan	Data Kuarter dan UMDI
834	Jumlah UMKM Berdasarkan Milyar		337.860,00	342.924,00	342.586,89	0,00	Orang	Tahunan	
834.01	Kategori Berhad	Nil	40.911,00	46.994,00	41.770,00	-	Orang	Tahunan	Data Kuarter dan UMDI
834.02	Kategori Sederajat	Nil	25.420,00	22.960,00	27.761,00	-	Orang	Tahunan	Data Kuarter dan UMDI
834.03	Kategori Kuli Prodi	Nil	26.904,00	26.141,00	27.396,00	-	Orang	Tahunan	Data Kuarter dan UMDI
834.04	Kategori Sederan	Nil	24.700,00	112.960,00	98.120,00	-	Orang	Tahunan	Data Kuarter dan UMDI
834.05	Indi Pengusaha	Nil	20.021,00	42.769,00	34.807,00	-	Orang	Tahunan	Data Kuarter dan UMDI

Sumber: Bappeda DIY

Gambar 1. 2 Data Jumlah UMKM di D.I.Yogyakarta

Berdasarkan pada tabel tersebut terhitung pada tahun 2021 sampai dengan 2022 mengalami kenaikan namun pada saat 2020 mengalami penurunan, namun seiring berjalanya waktu pemerintah Provinsi DIY terus berupaya meningkatkan kembali minat berwirausaha yang ditunjukkan dengan program pendampingan, pelatihan, serta pengembangan dan inovasi UMKM.

Oleh sebab itu perkembangan pada bisnis makanan dan minuman, khususnya donat merupakan bisnis makanan yang populer yang sudah ada sejak lama, namun inovasi pada bisnis donat UMKM cenderung kurang kompeten karena hanya menjual donat tanpa pengembangan yang lebih, dibandingkan kualitas donat yang dimiliki oleh brand raksasa yaitu J.CO dan Dunkin Donuts, memang benar segmen serta pelanggan yang dituju berbeda namun penulis optimis Donat pada industri UMKM mampu untuk naik kelas, maka dari itu inovasi dalam bisnis donat menjadi strategi yang efektif untuk menarik pelanggan, memperluas pasar, dan tetap bersaing di tengah persaingan bisnis kuliner donat yang semakin ketat.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Fellaz Donat mampu bersaing di tengah usaha yang serupa di Yogyakarta?
2. Apakah Fellaz Donat dapat membangun branding Donat serta *image* yang baik pada pelanggan?
3. Ditengah persaingan yang ketat apakah Fellaz Donat mampu mengembangkan inovasi yang berbeda?

1.3 Tujuan Proyek Kewirausahaan

1. Mengembangkan bisnis Fellaz Donat supaya dapat bertumbuh.
2. Menerapkan Ilmu yang sudah dipelajari pada saat kuliah serta mengimplementasikannya pada bisnis di dunia nyata.
3. Meningkatkan jiwa *entrepreneur* serta wawasan pada dunia bisnis.
4. Memenuhi prasyarat kelulusan dalam memperoleh strata satu pada program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta.

1.4 Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Proyek Kewirausahaan yang penulis jalankan berkontribusi dan berdampak kepada masyarakat sekitar:

1. Menciptakan lapangan pekerjaan serta meningkatkan perekonomian khususnya pada daerah sekitar, seperti dengan membeli bahan di daerah sekitar sehingga dapat membantu menumbuh kembangkan minat beli.

2. Diferensiasi produk donat UMKM yang semula hanya pakai topping meses dan gula untuk Fellaz Donat akan menambahkan topping yang beragam yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah pada produk yang akan dipasarkan.
3. Secara menyeluruh Fellaz Donat diharapkan akan menjadi produk yang memberikan kontribusi yang baik terhadap masyarakat sekitar dengan menciptakan sajian makanan ringan yang unik dan masih dapat dijangkau bagi sebagian masyarakat umum serta para pelajar dan mahasiswa.

BAB 2

BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

2.1 Produk

2.1.1 *Market Donat di Indonesia*

Pasar makanan donat di Indonesia menjadi salah satu pasar makanan yang paling populer di negara ini. Donat merupakan salah satu makanan ringan yang paling disukai oleh masyarakat Indonesia. pasar donat di Indonesia memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi popularitasnya. Salah satu faktor tersebut adalah keberadaan berbagai macam topping yang membuat donat menjadi lebih lezat dan menarik. Selain itu, pasar donat di Indonesia juga memiliki harga yang terjangkau, sehingga masyarakat Indonesia dapat membelinya dengan mudah.

Belakangan ini Donat menjadi suatu tren makanan yang mendampingi disaat bersantai dan ngopi, Dalam hal ini, perkembangan pasar donat di Yogyakarta menunjukkan bahwa usaha donat memiliki kesempatan yang besar untuk tumbuh dan berkembang. Dengan berbagai strategi dan inovasi, usaha donat di Yogyakarta dapat meningkatkan popularitas dan kualitas produknya. Contohnya Bisnis donat Kalis di Yogyakarta telah mengalami perkembangan yang signifikan, dari jualan 12 donat menjadi 2.000 per hari, Untuk tetap bertahan dalam kompetisi bisnis yang semakin ketat, usaha donat di Yogyakarta membutuhkan terobosan. Pengembangan produk usaha inovasi donat merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk meningkatkan popularitas dan kualitas produk. Makanan donat semakin digandrungi anak muda karena tren nongkrong atau mengerjakan tugas di

coffeshop, hal ini semakin lekat karena untuk pilihan makanan yang sangat cocok dipadukan dengan segelas kopi.

2.1.2 Fellaz Donat

Fellaz Donat merupakan sajian donat kentang dengan topping yang unik dan variatif serta mempunyai model penyajian tersendiri, Fellaz Donat mempunyai komposisi dari adonan tepung dan kentang yang kemudian digoreng dengan kematangan yang pas, serta dihidangkan dengan penambahan topping yang ber macam-macam jenisnya seperti oreo, keju, biskuit serta karamel, Fellaz donat memiliki tekstur donat yang lembut oleh karena itu Fellaz donat akan mempunyai rasa tersendiri pada saat gigitan pertama sampai terakhir yang akan membuat pengalaman yang unik pada saat menikmatinya. Dalam suatu sajian Fellaz donat terdapat keselarasan rasa donat yang legit dan topping yang unik yang menggugah selera para penikmat donat, Fellaz Donat merupakan hidangan donat unik yang digandrungi kalangan anak muda dan dewasa.



Gambar 2. 1 Donat Kentang

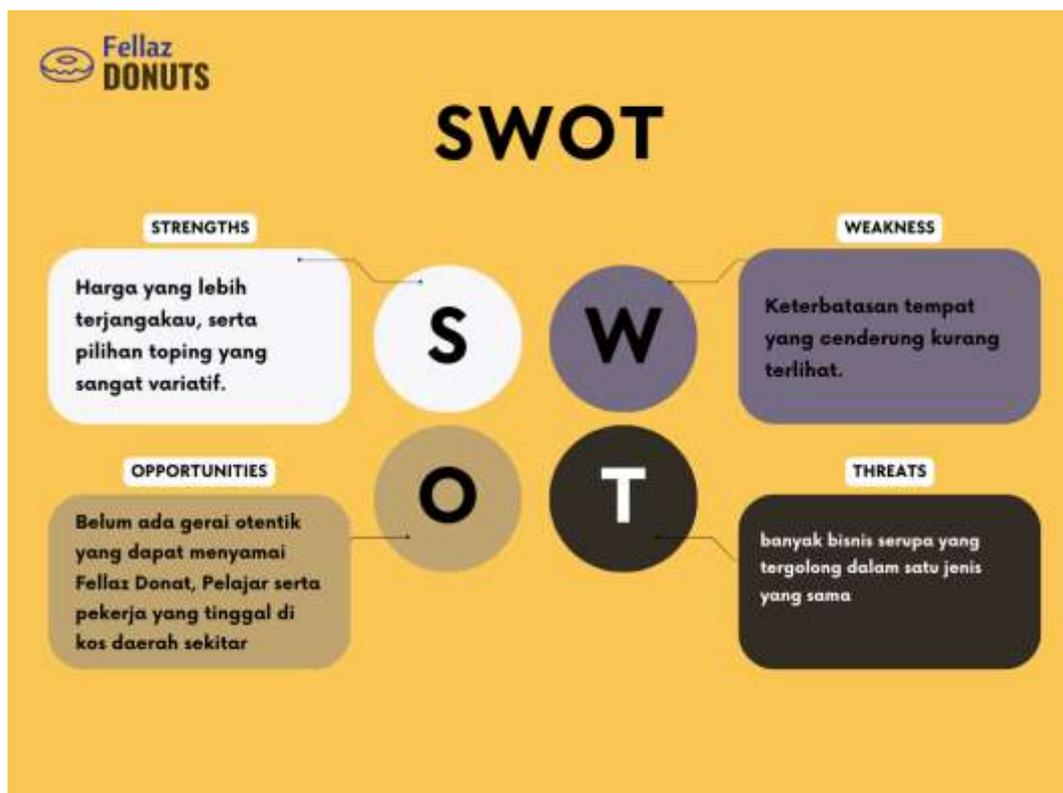


Gambar 2. 2 Donat Selai



Gambar 2. 3 Donat Greentea Meses

2.2 Analisis SWOT



Gambar 2. 4 Analisis SWOT

Kopetitor merupakan faktor eksternal yang tentunya akan mempengaruhi upaya ancaman persaingan yang ada. Oleh karena itu kami mensiasati hal tersebut dengan membuka store dengan memilih tempat yang strategis seperti dekat dengan dengan sekolahan serta kost mahasiswa dan karyawan dengan potensi kegiatan yang ada. Kompetitor terbesar kami adalah juragan donat yang lebih dulu mengudara menguasai pasar yang terletak jauh dari tempat yang tergolong strategis.

Dengan memanfaatkan terjadinya momen tahun ajaran baru kami mendapati juga konsumen baru sehingga produk kami semakin populer dilingkungan pelajar dan mahasiswa serta pertukaran karyawan juga akan sangat berpengaruh pada perputaran selera konsumen, sehingga konsumen yang tergolong lama otomatis akan menceritakan dan merekomendasikan produk kami.

Jika dilihat dari tempat kami mendirikan kios kami terbilang cukup strategis dan termasuk dalam kawasan ramai, tetapi pada keadaan kios yang masih terbilang kurang proper untuk kenyamanan konsumen karena masih terbatasnya ruang tunggu yang ada serta tempat parkir yang masih terbatas sehingga orang yang akan singgah akan berfikir ulang. Perbandingan kami dengan kompetitor yang sudah ada sebelumnya terletak pada kondisi kemasan yang mana kompetitor rata-rata masih menggunakan mika sedangkan kami sudah menggunakan karton lengkap dengan logo dan saluran yang tercantum dalam *packaging*.

INTERNAL EKSTERNAL	Strenghts	Weaknesses
Opportunities	Untuk kisaran harga kami cenderung lebih mampu bersaing sebab harga yang kami tawarkan tergolong sepadan dengan apa yang diperoleh.	Untuk kelas donat yang dipasarkan kami tergolong unggul, tetapi untuk keadaan kios kami tergolong masih kurang proper yang mana ruang tunggu yang terbatas serta tempat parkir yang kurang luas.
Threats	Keunggulan yang kami tawarkan yaitu tentu pertama dari kisaran harga yang masih bisa bersaing serta bentuk toping dan <i>packaging</i> yang menarik.	Kedepanya langkah yang selanjutnya akan kami kembangkan adalah dengan terus membranding usaha supaya makin di kenal luas, serta kami akan menambah caban baru untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak.

Tabel 2. 1 Matrix SWOT

BAB 3

METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN

USAHA

3.1 Pendalaman Kreativitas

Kreativitas sangat penting karena dapat membantu menjelaskan dan menginterpretasikan konsep-konsep abstrak, menemukan, eksplorasi, pencarian kepastian dan antusiasme, dan membantu menyelesaikan masalah dan beradaptasi dengan lingkungan baru. Kreativitas berasal dari bahasa Inggris "*to create*" dan adalah kemampuan berpikir kreatif yang dapat dikembangkan dari kecil. Sebelumnya kami sudah melakukan riset pada wilayah Yogyakarta untuk mengetahui apa keunggulan yang dimiliki serta mengidentifikasi apa yang kurang serta keunikan dan inovasi apa yang belum dimunculkan dari bisnis donat yang ada di pasaran.

Dari hasil yang kami dapatkan terdapat kemiripan antar bisnis donat yang satu dengan yang lainnya begitu pula Fellaz Donat tidak lain memiliki perbedaan yang tidak begitu besar, seperti durasi waktu proses pembuatan pesanan dan rata-rata dasar bahan yang digunakan juga memiliki rasa sama yang mirip serta lezat.

3.2 Manajemen Pemasaran

Menurut (Sudarsono, 2020:2) Pemasaran merupakan proses manajerial yang menjadikan individu atau kelompok mendapatkan yang diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Manajemen pemasaran pada Fellaz Donat terdiri dari satu orang yang dikhususkan untuk memperdalam, menganalisis serta menyusun rencana target pemasaran. Dalam penerapannya tim pemasaran bertanggung jawab mengoptimalkan penggabungan strategi yang relevan untuk Fellaz Donat. Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong pada bukunya yang berjudul "Prinsip-prinsip Pemasaran" disebutkan bahwa pemahaman target pemasaran, pengembangan produk, perilaku pembeli, keputusan pembeli, komunikasi, organisasi, dan strategi pemasaran pemasaran yang cermat. Philip Kotler dan Gary Amstrong juga menekankan bahwa membangun integrasi kepada pelanggan juga tidak kalah penting.

Pada penerapannya dalam menjalankan bisnis Fellaz Donat mengaplikasikan Strategi 5P (*Product, Price, Place, Promotion, dan People*) Prinsip-prinsip ini merupakan alat yang digunakan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Berikut uraian strategi 5P yang dimiliki Fellaz Donat:

1. *Product* Sebelum melakukan pengembangan produk Fellaz Donat terlebih dahulu meriset produk apa yang relevan dengan target market yang dituju pada hal ini penyesuaian produk sangat penting untuk kebutuhan pelanggan serta pengembangan apa yang harus dilakukan untuk penentuan tren pasar serta peluang pasar.
2. *Price* Harga sangat berpengaruh atas atas penentuan biaya serta permintaan pasar dan tujuan laba perusahaan. maka dari itu penentuan harga harus di perhatikan dengan cermat supaya mendapat keuntungan yang optimal dengan tidak merusak pasar.

3. *Place* Pada dasarnya penentuan lokasi sangat penting karena lokasi yang strategis dapat mempermudah pelanggan untuk mencapai produk, maka dari itu akses lokasi yang mudah serta strategis sangat menjadi penentu terhadap penjualan produk.
4. *Promotion* Proses pemasaran serta pengenalan produk harus sesuai dengan target cakupan apa yang paling berpeluan dalam menggaet pelanggan, pemilihan serta media promosi harus ditentukan dengan tepat supaya optimal dan beriringan dengan target pasar yang ditentukan.
5. *People* Proses pemilihan tim sangat perlu diperhatikan supaya sumber daya yang dimiliki dapat berjalan serta memiliki visi misi yang sama, selanjutnya keterlibatan karyawan, pelanggan dan mitra bisnis harus saling berkesinambungan.

3.3 Manajemen Operasi

Manajemen operasi merupakan ilmu manajemen yang mencakup rangkaian segala aspek tentang sebuah proses dalam memproduksi barang hingga sampai ke pelanggan. Menurut Julyanthry et al (2020): “Manajemen operasional secara sederhana dapat diartikan sebagai kegiatan mengelola sumber daya manajemen yaitu mengubah input menjadi output dalam rangka menambah nilai guna suatu barang secara efektif dan efisien”. Oleh sebab itu Manajemen operasi memiliki tujuan untuk mencapai tingkat efisiensi dan efektivitas dalam proses-proses produksi, layanan, dan distribusi, sehingga meningkatkan kinerja dan keuntungan perusahaan.

Dalam hal ini efisiensi dan efektifitas dalam pengelolaan proses produksi, layanan, dan distribusi, yang meliputi perencanaan, pengendalian mutu, persediaan, kualitas, harga, jadwal, operasi, kinerja, dan keselamatan. Yang kemudian akan menjadikan output yang optimal serta dapat menjadi sarana kepuasan pelanggan.

Oleh sebab itu manajemen operasi secara menyeluruh dapat menjadi hal yang sangat penting akan kesuksesan dalam mengoptimalkan efektifitas, kualitas, kepuasan pelanggan, dan membangun citra yang baik dengan kompetitor yang semakin kompetitif.

3.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (SDM) merupakan strategi yang dibangun dalam upaya untuk mengembangkan sumber daya manusia serta pembinaan karyawan perusahaan. Yang memiliki tujuan untuk membekali karyawan dengan keterampilan supaya mendapat ilmu yang relevan dan dapat bekerja secara optimal.

Menurut Edwin B. Flippo, manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian dari pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemberhentian karyawan, dengan maksud terwujudnya tujuan perusahaan individu, karyawan, dan masyarakat. MSDM adalah suatu hal yang berkaitan dengan pendayagunaan manusia dalam melakukan suatu pekerjaan untuk mencapai tingkat maksimal atau efektif dan efisien dalam mewujudkan tujuan yang akan dicapai dalam perusahaan, seorang karyawan dan juga masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa Manajemen sumber daya manusia (MSDM) dalam ilmu

penjabarannya, merupakan suatu proses yang mengelola sumber daya manusia (SDM) di dalam organisasi. MSDM memiliki tujuan untuk mengelola manusia seefektif mungkin agar diperoleh suatu satuan tinggi yang meliputi proses perekrutan, seleksi, sistem insentif, pengembangan, penilaian kinerja, dan pemberian kompensasi. Hal ini bertujuan untuk membantu organisasi mencapai tujuan yang diinginkan, memberikan peranan yang baik kepada karyawan, dan mengembangkan kemampuan dan kemauan kerja yang optimal. MSDM juga meliputi proses rekrutmen, pelatihan, pengembangan, penempatan, dan pemutusan hubungan kerja. Dengan mengelola sumber daya manusia dengan baik, organisasi dapat menjaga ketaatan dan ketertiban karyawan, serta membantu mengaplikasikan kemampuan mereka dalam menjalankan tugas-tugasnya.

3.5 Manajemen Keuangan

Menurut Brigham manajemen keuangan adalah seni (art) dan ilmu (science), untuk me-manage uang, yang meliputi proses, institusi/ lembaga, pasar, dan instrumen yang terlibat dengan masalah transfer uang di antara individu, bisnis, dan pemerintah (Kasmir, 2010:6). Berdasarkan keterangan tersebut dapat diartikan bahwa manajemen keuangan merupakan seluruh kegiatan yang meliputi analisa serta untuk mendapatkan perencanaan dana secara efisien serta penggunaan yang efektif.

Dalam rangka pemenuhan tujuan perusahaan manajemen keuangan sangat berperan penting, Tujuan utama manajemen keuangan pada dasarnya adalah untuk memaksimalkan nilai pada suatu perusahaan atau memaksimalkan keuangan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan divisi manajemen keuangan harus

melibatkan perencanaan, alokasi dana, pengendalian, mengelola sumber daya, pengawasan, pembagian keuangan, mengelola risiko, mengatur hubungan eksternal, mengelola arus kas, dan pengawasan akuntansi. Manajemen keuangan juga memiliki prinsip yang mengarah ke efisiensi, efektifitas, dan transparansi dalam pengelolaan keuangan. Dengan upaya penerapan struktur perencanaan manajemen yang baik, perusahaan akan dapat mencapai titik optimal penggunaan sumber daya keuangan serta dapat membuat keputusan yang baik serta meminimalisir risiko dan akan berdampak baik pada profitabilitas perusahaan.

3.6 Manajemen Perusahaan dan Inovasi

Manajemen Inovasi adalah suatu proses dimana perubahan yang diciptakan untuk memperbaharui model produk agar mencapai daya mutu yang lebih supaya dapat lebih bisa bersaing dengan kompetitor, bagi sebagian perusahaan untuk menciptakan inovasi yang baru sangat diperlukan demi keberlangsungan keberhasilan suatu perusahaan. Manajemen Inovasi sangat diperlukan karena untuk terwujudnya gagasan-gagasan yang unik dan ide-ide harus berkembang serta harus terus menyesuaikan sesuai tren yang berlaku, dan juga dapat menjadi antisipasi terhadap dunia model yang cepat beralih, keragaman produk dan model semakin banyak perubahan maka dari itu perubahan serta inovasi sangat berperan penting bagi perusahaan.

Dalam penerapannya Menurut Everett M. Rogers Mendefinisikan bahwa inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi. Dalam perusahaan, Dalam menciptakan ide-ide segar serta penyusunan gagasan dan

strategi perlu adanya peran Manajemen Inovasi, karena keberadaan serta ide-ide yang baru tersebut harus diatur sedemikian rupa serta harus dijalan secara baik dan sistematis supaya tercipta struktur yang baik untuk upaya perwujudan ide-ide dan gagasan tersebut.

3.7 Bussines Model Canvas



Gambar 3. 1 Business Model Canvas

- Fellaz Donat bekerja sama dengan warung elontong serta bahan kue seperti, intisari, megasari, dan pasar untuk mendapatkan kentang dan memperoleh seluruh komposisi yang dibutuhkan dalam pembuatan donat.
- Kegiatan yang dilakukan oleh Fellaz Donat dengan membuat donat serta memasarkan donat tersebut.
- Sumber daya utama yang dimiliki Fellaz Donat antara lain yaitu juru adonan, alat-alat memasak dan juru masak serta penjaga store.
- Fellaz Donat membuat nuansa donat eksklusif naik kelas dengan desain topping yang mirip J.CO dan Kalis Donat, serta saluran promosi yang kami pilih adalah Instagram.
- Fellaz Donat membuat hubungan dengan pelanggan melalui konten yang ada serta melakukan kampanye disertai promo menarik dan proses pendekatan yang baik dalam pelayanan.
- Segemntasi yang dituju dari Fellaz Donat yaitu pelajar serta mahasiswa dan juga karyawan.
- Biaya yang dikeluarkan oleh Fellaz Donat meliputi biaya bahan baku, gaji, pemasaran dan sewa.
- Fellaz Donat memiliki pendapatan utama yang diperoleh dari penjualan donat

BAB 4

PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

4.1 Inovasi Produk

Fellaz Donat merupakan bentuk usaha yang terfokus pada bidang kuliner atau lebih tepatnya jajanan khususnya donat, Saat dibuka pertama kali kami masih menerapkan sistem penjualan pre-order, serta penargetan konsumen lingkup kecil yang masih dari teman keteman dan relasi atau masih dari mulut kemulut, Seiring dengan pertumbuhan bisnis kami yang semakin diminati atau mulai banyak orderan yang masuk dengan permintaan yang lumayan banyak, kami memutuskan untuk membuka warung donat di daerah kota wonosari, karena di daerah tersebut banyak pendatang yaitu karyawan atau para pelajar dari kota Yogyakarta yang datang ke wonosari, kami yakin bahwa bisnis yang kami jalani akan menjadi tolak ukur makanan kekinian yang tak lekang oleh zaman.

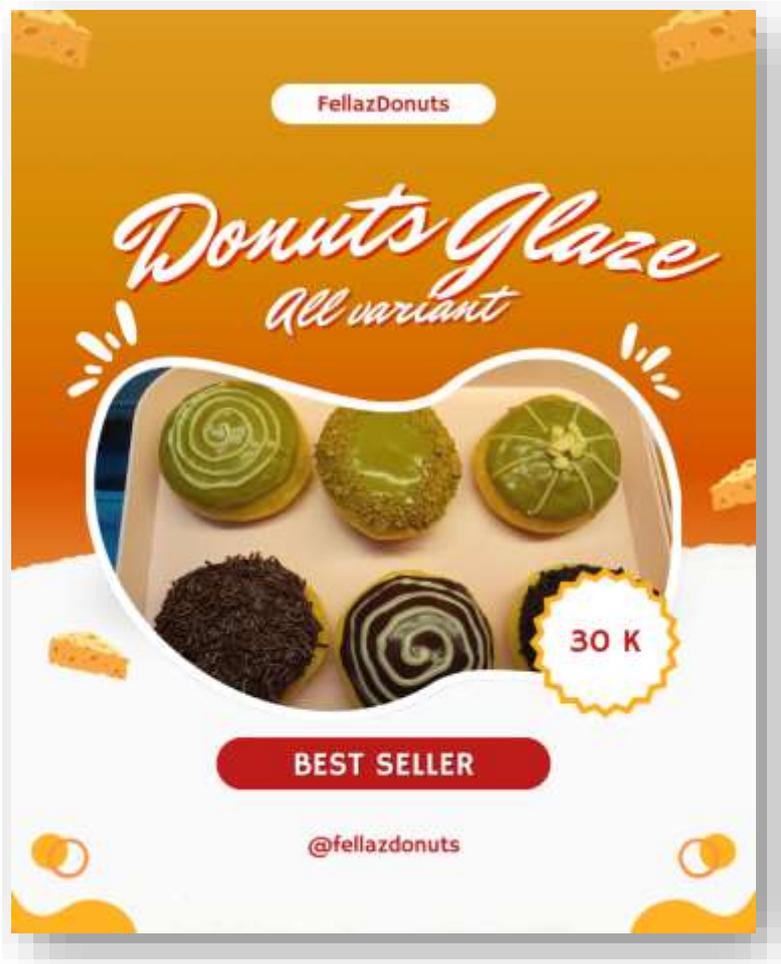
Fellaz Donat membuat inovasi baru pada variasi donat yang akan dipasarkan yaitu berupa donat buah, Perbedaan dengan donat pada umumnya adalah terletak pada penggunaan topping yang biasanya menggunakan glaze atau meses Fellaz Donat justru identik dengan topping buah segar yang dipadupadankan bersama topping lezat ala donat kekinian, yang diharapkan akan menjadi pembeda atau varian keunikan tersendiri bagi para penikmat donat, dan juga dapat menciptakan cita rasa donat yang seakan menciptakan pengalaman baru pada penikmat donat.

4.2 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berperan penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk kepada konsumen. Di era digital saat ini, strategi pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu pendekatan yang paling efektif. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Stories dan Instagram Bisnis, Fellaz Donat memberikan pengalaman pemasaran yang interaktif kepada konsumen melalui platform tersebut. Ini menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial adalah strategi yang sangat relevan dan efektif dalam menghadapi perkembangan tren dan preferensi konsumen di era digital saat ini.



Gambar 4. 1 Inovasi Fellaz Donat



Gambar 4. 2 Konten Fellaz Donat

Konten tersebut adalah bagian dari postingan Fellaz Donat di Instagram, yang bertujuan memberikan saran kepada pelanggan mengenai menu-menu favorit yang tersedia. Ini adalah upaya untuk memberikan panduan kepada pelanggan tentang pilihan menu yang paling diminati.



Gambar 4. 3 Konten Bonus Pembelian

Ini adalah salah satu promosi kami, di mana kami menawarkan bonus pembelian bulan dan hari tertentu.



Gambar 4. 4 Konten Event

Ini merupakan event takjil selama bulan puasa yang lalu, di mana kami bergabung dalam kegiatan tersebut. Tujuannya adalah untuk memperluas jangkauan Fellaz Donat ke pelanggan baru yang merupakan sebagian adalah pelanggan setia, sambil juga memperkenalkan Fellaz Donat kepada kalangan anak muda yang hadir dalam event tersebut.

4.3 Manajemen Produksi

Manajemen produksi berperan penting dalam membuat aliran suatu produk tercipta. Berikut langkah – langkah proses pembuatan Felaz Donat dari awal sampai akhir hingga siap dipasarkan.



Gambar 4. 5 Alur Produksi Felaz Donat

Ilustrasi tersebut menjelaskan rangkaian proses produksi kami, dimulai dari pembelian bahan baku hingga tahap pengolahan menjadi Donat dengan balutan topping yang siap disajikan kepada pelanggan.

4.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Fellaz Donat memiliki 2 Karyawan yang akan bertugas setiap harinya untuk mengoperasikan warung serta memproduksi donat. Mengingat pada proses Yng tergolong merintis, cukup satu orang untuk menjaga warung setiap hari. Pergantian dilakukan agar setiap karyawan mendapat kesempatan untuk beristirahat pada hari libur mereka. Setiap minggu, jadwal akan dibuat untuk menentukan siapa yang bertanggung jawab menjaga warung pada hari tertentu. Namun, pembuatan resep donat tetap dilakukan oleh satu orang untuk memastikan kualitas resep terjaga dengan baik serta melakukan kontrol kualitas.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan di warung, diperlukan manajemen sumber daya manusia yang lebih efektif. Karyawan harus dapat berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan dan memecahkan masalah yang timbul, sehingga pelanggan dapat menikmati pelayanan yang ramah dan cepat, serta meningkatkan ulasan positif.

4.5 Manajemen Keuangan

5.5.1 Modal

Nama Barang	Qty	Satuan	Harga Satuan	Total
Kontainer jualan	1	Pcs	Rp 3,500,000	Rp 3,500,000
Mixer	1	pcs	Rp 700,000	Rp 700,000
Alat Memasak	1	Set	Rp 500,000	Rp 500,000
Etalase	1	Pcs	Rp 600,000	Rp 600,000
Loyang	5	Pcs	Rp 15,000	Rp 75,000
Meja	2	Pcs	Rp 150,000	Rp 300,000
Banner	2	Pcs	Rp 30,000	Rp 60,000
Lampu	5	Pcs	Rp 25,000	Rp 125,000
Kursi	3	Pcs	Rp 40,000	Rp 120,000
Neon Box	1	Pcs	Rp 100,000	Rp 100,000
Box	3	Lusin	Rp 6,000	Rp 18,000
				Rp 6,098,000

Tabel 4. 1 Modal Fellaz Donat

Keterangan:

Modal yang diperlukan untuk membuat bisnis Fellaz Donat dari awal sejumlah Rp 6.098.000

5.5.2 Cashflow Fellaz Donat

Bisnis Fellaz Donat yang tergolong dalam kategori makanan cepat saji. Dimana bahan yang digunakan cenderung tidak tahan lama. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan pengecekan secara silang dan eliminasi silang untuk memastikan akurasi data cash flow. Selain itu, perusahaan juga harus mengelompokkan pemasukan dan pengeluaran setiap hari untuk memantau arus kas yang masuk dan keluar secara transparansi. Dengan demikian, perusahaan dapat memantau kondisi keuangan secara efektif dan mengambil keputusan yang tepat dalam pengelolaan bisnisnya.

Laporan laba/rugi 26 Februari-2 Maret 2024

Hari/Tanggal	Penjualan	Pengeluaran Belanja	Pengeluaran Lainnya	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
Senin 26 Feb	Rp 1,015,000	Rp 475,000	Rp 100,000	Rp 440,000	Rp 440,000
Selasa	Rp 715,000	Rp 387,000	Rp 100,000	Rp 228,000	Rp 668,000
Rabu	Rp 745,000	Rp 263,000	Rp 100,000	Rp 382,000	Rp 1,050,000
Kamis	Rp 865,000	Rp 430,000	Rp 100,000	Rp 335,000	Rp 1,385,000
Jumat	Rp 855,000	Rp 356,000	Rp 100,000	Rp 399,000	Rp 1,784,000
Sabtu	Rp 1,125,000	Rp 537,000	Rp 100,000	Rp 488,000	Rp 2,272,000

Tabel 4. 2 Laporan L/R Februari-Maret

Keterangan:

Pada rekap akhir bulan Februari tercatat laba sementara dengan jumlah Rp 2.272.000

Laporan laba/rugi 25 Maret-6 April 2024

Hari/Tanggal	Penjualan	Pengeluaran Belanja	Pengeluaran Lainnya	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
Senin 25 Maret	Rp 475,000	Rp 525,000	Rp 100,000	Rp 150,000	Rp 150,000
Selasa	Rp 570,000	Rp 242,000	Rp 100,000	Rp 228,000	Rp 378,000
Rabu	Rp 525,000	Rp 211,000	Rp 100,000	Rp 214,000	Rp 592,000
Kamis	Rp 665,000	Rp 430,000	Rp 100,000	Rp 135,000	Rp 727,000
Jumat	Rp 720,000	Rp 224,000	Rp 100,000	Rp 396,000	Rp 1,123,000
Sabtu	Rp 1,035,000	Rp 137,000	Rp 100,000	Rp 798,000	Rp 1,921,000

Tabel 4. 3 Laporan L/R Maret-April

Keterangan:

Pada rekap akhir bulan Maret tercatat laba sementara dengan jumlah Rp 1.921.000

Laporan laba/rugi 29 April-4 Mei 2024

Hari/Tanggal	Penjualan	Pengeluaran Belanja	Pengeluaran Lainnya	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
Senin 29 April	Rp 615,000	Rp 743,000	Rp 100,000	-Rp 228,000	Rp 228,000
Selasa	Rp 570,000	Rp 278,000	Rp 100,000	Rp 192,000	Rp 420,000
Rabu	Rp 765,000	Rp 215,000	Rp 100,000	Rp 450,000	Rp 870,000
Kamis	Rp 725,000	Rp 379,000	Rp 100,000	Rp 246,000	Rp 1,116,000
Jumat	Rp 640,000	Rp 209,000	Rp 100,000	Rp 331,000	Rp 1,447,000
Sabtu	Rp 1,250,000	Rp 516,000	Rp 100,000	Rp 634,000	Rp 2,081,000

Tabel 4. 4 Laporan L/R April-Mei 2024

Keterangan:

Pada rekap akhir bulan April tercatat laba sementara dengan jumlah Rp 2.081.000

4.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Fellaz Donat akan berupaya untuk mempertahankan inovasi yang berkelanjutan dalam menu, pelayanan, dan fasilitas pendukungnya. Perubahan dan inovasi menjadi unsur penting untuk memastikan keberlangsungan bisnis. Kepuasan pelanggan tidak pernah cukup, sehingga kami terus berupaya untuk berkembang dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan perubahan.

Inovasi dalam bisnis Fellaz Donat berupaya untuk memperbarui varian serta kombinasi topping yang beragam, karena hal tersebut untuk mengantisipasi akan terjadinya kejenuhan yang membuat pelanggan menjadi bosan dengan varian yang monoton. Dalam inovasi tersebut akan menjadi nilai tambah bagi pelanggan sehingga berakibat akan adanya loyalitas pelanggan seiring dengan penciptaan bisnis yang terus berinovasi.

Penerapan inovasi dalam bisnis Fellaz Donat akan berdampak baik dan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, serta akan mampu bersaing dengan kompetitor lain dimana bisnis akan terus bertumbuh serta dapat memperkuat segmen pasar yang dituju. Dinamika industri makanan menjadikan inovasi menjadi elemen penting untuk mempertahankan relevansi dan kesuksesan dalam jangka panjang.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Proyek kewirausahaan yang dijalankan saat ini yaitu bisnis di sektor industry makanan dan minuman yaitu donat. Bisnis donat sangat populer di semua kalangan usia terutama pada pelajar dan mahasiswa, oleh karena itu bisnis makanan donat tergolong sangat menjajikan terutama pada wilayah Yogyakarta karena kota Yogyakarta selalu ramai pendatang dari luar daerah untuk tujuan bekerja serta menimba ilmu di wilayah tersebut.

Toko Donat kami beroperasi setiap hari kecuali hari minggu dan mulai menerima pesanan pada jam 14.00 – 20.00 WIB setiap harinya, Dan setiap pagi kami berbelanja bahan-bahan untuk memenuhi persediaan, bahan-bahan tersebut selanjutnya akan diolah untuk menjadi donat yang siap dipasarkan. Fellaz Donat memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya karena pemasaran pada media sosial sangat penting di era saat ini, Media yang di gunakan yaitu *Instagram* *whatsaap bussines* serta *facebook* untuk memperoleh jangkauan pasar yang lebih luas serta usaha untuk memaksimalkan penjualan, kedepannya kami akan bekerja sama dengan *foodvlogger* atau pegiat kuliner lokal.

Bisnis pangan atau kuliner tidak akan mengalami penurunan karena memenuhi kebutuhan dasar manusia. Untuk tetap bersaing, pelaku bisnis harus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan meningkatkan kualitas produk serta strategi bisnis.

5.2 SARAN

Proyek kewirausahaan yang penulis lakukan dapat berdampak baik kepada mahasiswa tingkat akhir yang akan menempuh tugas akhir. Dikarenakan proyek kewirausahaan akan menjadi wadah untuk menyampaikan ide-ide menarik yang perlu direalisasikan. Serta proyek kewirausahaan dapat menjadi penerepan dari ilmu yang didapat semasa kuliah, karena alangkah pentingnya penyerapan ilmu dibarengi dengan aksi supaya ilmu yang diserap menjadi nyata dan dapat lebih dalam lagi dipelajari. Bagi saudara-saudara yang ingin menjadi wirausahawan proyek ini dapat dijadikan referensi untuk ketahap yang lebih modern dan *professional*.

Ketika berwirausaha alangkah baiknya membuat rencana bisnis yang jelas dan spesifik, termasuk tujuan, target, strategi, dan anggaran. Rencana bisnis ini akan menjadi acuan dalam mengambil keputusan dan pengarahan bisnis. Analisis pasar dan pelanggan untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka. Dengan demikian ada tujuan mengembangkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Manajemen keuangan yang baik sangat penting untuk keberhasilan bisnis. Anggaran sebaiknya bersifat transparan dan rinci dan pastikan untuk merekrut sumber daya keuangan yang baik untuk mengembangkan bisnis. Berwirausaha tidak hanya tentang menjual produk atau jasa, tapi juga tentang beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Pastikan selalu berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan. Pastikan untuk melakukan riset kecil-kecilan dan pengembangan yang terus-menerus untuk meningkatkan kualitas bisnis..

DAFTAR PUSTAKA

- Puspita, V. D. (2021). *Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Nilai Tukar IDR/USD, Produk Domestik Bruto (PDB), dan Jumlah Uang Beredar Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverages Yang Terdaftar di BEI periode 2015-2020* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Susan, E. (2019). **Manajemen sumber daya manusia. Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam**, 9(2), 952-962.
- Mulyani, S., Fauzi, A., & Gunawan, A. (2024). **Personnel Management Function Analysis: Book Review by Edwin B. Flippo as the Scope of Education Management. Journal of Educational Analytics**, 3(2), 409-416.
- Ichsan, R. N., SE, M., Lukman Nasution, S. E. I., & Sarman Sinaga, S. E. (2021). **Bahan Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)**. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Rizka, R. S. (2019). **PENGARUH STRUKTUR MODAL, LEVERAGE, DAN KEPUTUSANINVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB-SEKTOR FARMASI Tbk YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2014-2018** (Doctoral dissertation, universitas Abdurachman Saleh Situbondo).
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). **Diffusion of innovations. In An integrated approach to communication theory and research** (pp. 432-448). Routledge.
- Harto, B. **BAB 3 PELUANG BISNIS DI ERA 4.0. TRANSFORMASI DIGITAL**, 19.
- Sudarsono, H. (2020). **Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi**.

LAMPIRAN





