

STRATEGI PENYUSUNAN BISNIS SEBAGAI LANGKAH PENGEMBANGAN USAHA MINUMAN ES TELANG

Amin Dwi Kurniawan¹
Humaira Dhiya wijayanti²
Agnia Melani³
Renata Aura Faatihah⁴
Maulana Hakim⁵
Rafi Arya Putra⁶
M. Zidan Fadilah⁷

1,2,3,4,5,6,7 Universitas Muhammadiyah Jakarta

Correspondence author: amindwikurniawan2@gmail.com^{1*})

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk merancang, melaksanakan dan mengevaluasi kelayakan usaha minuman es telang. Data diperoleh melalui wawancara dan kajian Pustaka. Analisis dilakukan dari berbagai sisi, seperti pemasaran, operasional, sumber daya manusia, kelayakan menggunakan model tommons, manajemen risiko, serta aspek hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha es telang memiliki potensi inovatif dalam menarik minat konsumen, terutama melalui penerapan teknologi digital seperti sistem pembayaran QRIS yang dapat meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pelanggan. Proses kewirausahaan yang terencana dengan baik berperan penting dalam mengenali peluang dan tantangan bisnis. Dari sisi hukum, pelaku usaha es telang perlu mematuhi peraturan yang berlaku agar kegiatan usaha berjalan lancar. Risiko yang mungkin muncul antara lain fluktuasi harga bahan baku dan perubahan selera konsumen terhadap tren minuman. Oleh karena itu, strategi pengendalian risiko yang tepat diperlukan agar kinerja keuangan dan keberlanjutan usaha tetap terjaga. Kegiatan ini juga memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha es telang untuk terus meningkatkan mutu produk, memperkuat strategi pemasaran, serta menjalin kemitraan yang saling menguntungkan guna mencapai tujuan jangka panjang.

Kata kunci : perencanaan, bisnis, minuman, es telang

Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis saat ini memberikan dampak yang positif bagi perekonomian Indonesia karena dapat membuka lapangan pekerjaan baru, setiap orang yang memiliki ide, peluang, dan keberanian untuk mengambil resiko dapat membangun sebuah usaha. Orang-orang yang tertarik untuk menjalankan sebuah usaha bisa membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain, karena perusahaannya membutuhkan karyawan untuk menjalankan kegiatan operasional Perusahaan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2023, kontribusi UMKM dalam penyerapan tenaga kerja nasional sangat besar yaitu 97% dari total tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi tulang punggung



perekonomian Indonesia dan berperan penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan (kementerian koperasi dan UKM,2024)

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang ingin berkembang perlu memperhatikan manajemen yang baik untuk perusahaannya agar dapat bertahan dan bisa bersaing dengan Perusahaan lainnya. Setiap Perusahaan pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai, agar tujuan tersebut dapat tercapai fungsi manajemen produksi harus diperhatikan, salah satu fungsi manajemen produksi yang perlu diperhatikan agar Perusahaan dapat mencapai tujuannya yaitu perencanaan produksi menurut didi pianda (2018:10)

Perencanaan produksi Adalah proses memproduksi barang dalam suatu periode tertentu yang diramalkan atau dijadwlakan melalui pengorganisasian sumber daya seperti tenaga kerja, bahan baku, mesin, dan peralatan lainnya. Dari penelitian yang telah dilakukan oleh (ririn dkk, 2024), (thome dkk, 2024), (obehetan dkk, 2024), menunjukan bahwa untuk membuat suatu perencanaan produksi dibutuhkan data penjualan pada masa lampau yang dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan ramalam penjualan.

Minuman es telang menjadi bagian integral dari kebiasaan dan kebutuhan Masyarakat Indonesia. Minuman es telang dikenal sebagai minuman penyegar yang mengandung berbagai senyawa baik untuk tubuh. Selain itu, Indonesia minuman es telang menjadi salah satu komoditas dibidang Perkebunan yang memiliki nilai strategis dalam sektor perekonomian. Sebagai komoditas penting, minuman es telang tidak hanya memenuhi kebutuhan domestik, tetapi juga berkontribusi signifikan sebagai sumber devisa negara melalui ekspor. Peran minuman es telang sebagai salah satu produk unggulan Indonesia terlibat dari posisinya sebagai komoditas ekspor utama setelah minyak dan gas.

Cara menikmati es telang di Masyarakat Indonesia sangat bervariasi, mencerminkan kekayaan budaya dan preferensi yang beragam. Bagi Sebagian orang, es telang dikonsumsi sebagai minuman Pelepas dahaga yang sederhana, dinikmati dalam suasana santai atau saat bersosialisasi dengan teman dan keluarga. Lainnya menikmati es telang sebagai minuman penyegar yang di padukan dengan berbagai bahan tambahan, seperti lemon, madu, atau rempah-rempah, menciptakan sensasi rasa yang unik dan menyegarkan. Di sisi lain, bagi Sebagian kalangan, es telang dianggap sebagai minuman Kesehatan, diminum secara rutin untuk mendapatkan manfaat dari kandungan antioksidan dan zat-zat alami lainnya yang baik bagi tubuh. Bahkan , dalam beberapa komunitas, cara meminum es telang telah berkembang menjadi sebuah symbol prestise dan gaya hidup tersendiri, dengan es telang premium yang disajikan dalam peralatan khusus sebagai bagian dari ritual yang lebih formal.

Keunggulan Es Telang terletak pada warna alaminya yang cantik dan menarik tanpa pewarna buatan, sehingga terlihat estetik dan aman dikonsumsi. Minuman ini juga memiliki banyak manfaat bagi Kesehatan karena bunga telang mengandung antioksidan yang dapat membantu menjaga daya tahan tubuh, mengurangi stress, serta baik untuk Kesehatan mata. Selain itu, es telang termasuk produk yang ramah lingkungan karena dibuat dari bahan alami dan mendukung konsep bisnis hijau.

Dari segi pasar, Es Telang memiliki nilai inovatif dan unik karena belum banyak pesaing yang menjual minuman sejenis. Warna dan tampilan yang menarik membuatnya mudah diminati, terutama oleh anak muda yang menyukai minuman yang kekinian. Es Telang juga mudah dikembangkan menjadi berbagai variasi rasa. Dan tren utama di pasar minuman es telang saat ini berkembang seiring meningkatnya minat Masyarakat terhadap produk alami dan sehat. Banyak konsumen, terutama kalangan muda, mulai mencari minuman yang tidak hanya enak, tetapi juga memiliki nilai Kesehatan dan tampilan menarik. Es Telang memenuhi tren tersebut karena terbuat dari bunga telang alami yang menghasilkan warna biru keunguan yang estetik tanpa bahan kimia.

Selain itu, tren gaya hidup sehat dan ramah lingkungan semakin mendorong popularitas minuman berbasis bahan herbal seperti Es Telang. Produk ini sering dipromosikan sebagai



minuman herbal modern yang cocok untuk konsumen yang peduli dengan Kesehatan tubuh dan penampilan. Di media social, Es Telang juga menjadi bagian dari tren “minuman estetik” karena tampilannya yang cantik dan mudah menarik perhatian pengguna internet.

Dari bisnis ini, tren digital marketing turut memperkuat posisi es telang di pasar. Banyak UMKM memanfaatkan media social untuk memasarkan Es Telang dengan kemasan yang menarik dan konsep kekinian. Hal ini membuat Es Telang tidak hanya sekedar minuman tradisional, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup modern yang sehat, alami, dan berkelanjutan.

Es Telang dapat dikatakan sebagai bagian dari tradisi yang diwariskan secara turun-temurun di Indonesia karena bahan utamanya, yaitu bunga telang, sudah lama dikenal dan digunakan oleh Masyarakat sejak zaman dahulu. Bunga telang sering ditanam di pekarangan rumah sebagai tanaman hias, tetapi juga di manfaatkan untuk berbagai keperluan tradisional, seperti pewarna alami pada makanan dan minuman, bahan jamu, serta obat herbal.

Dalam budaya Masyarakat Indonesia, terutama di daerah pedesaan, bunga telang sering digunakan untuk mewarnai nasi atau kue tradisional secara alami. Warna biru dari bunga ini melambangkan keindahan dan kesucian alam. Seiring waktu, pemanfaatannya berkembang menjadi minuman segar seperti Es Telang, namun tetap membawa nilai tradisi dan kearifan lokal yang diwariskan dari generasi ke generasi. Kini, Es Telang menjadi bentuk inovasi dari tradisi lama yang dikemas secara modern. Meskipun tampilannya lebih kekinian dan banyak dijual oleh pelaku UMKM, es ini tetap mempertahankan akar budaya Indonesia yang menghargai bahan alami, sehat, dan ramah lingkungan. Dengan begitu, Es Telang bukan hanya minuman kekinian, tetapi juga simbol pelestarian tradisi lokal yang terus dijaga dan dikembangkan sesuai perkembangan zaman.

Generasi milenial dan Gen Z yang saat ini mendominasi pola pergaulan menjadi target pasar utama untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya minum es telang dalam suasana yang lebih elegan dan berkelas. Es Telang hadir dengan konsep minuman yang berdesain vintage namun tetap menawarkan harga terjangkau, menciptakan suasana nyaman yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Generasi ini cenderung lebih sering berkumpul dan berkomunikasi di tempat-tempat yang menawarkan pengalaman social menarik.

Es Telang memanfaatkan peluang ini dengan menyajikan es telang manis yang inovatif, baik dari segi rasa, penyajian, maupun konsep, sehingga memberikan Perencanaan produksi dan penjualan pada UMKM es telang dilakukan untuk memastikan ketersediaan produk yang cukup sesuai dengan permintaan pasar serta menjaga efisiensi biaya operasional. Produk direncanakan secara bertahap berdasarkan kapasitas peralatan, ketersediaan bahan baku dan target penjualan bulanan.

Dalam satu kali proses produksi, UMKM mampu menghasilkan sekitar 100 cuo es telang ukuran 350ml per hari. Produksi dilakukan selama 25 hari kerja dalam sebulan, sehingga kapasitas produksi maksimal mencapai 2.500 cup perbulan. Untuk perencanaan penjualan, berdasarkan hasil survei pasar dan uji coba penjualan awal, diperkirakan Tingkat penjualan mencapai sekitar 80% dari total produksi pada bulan pertama, dan akan meningkatkan seiring dengan promosi dan loyalitas konsumen.

Tabel 1. Perencanaan produksi dan penjualan Es Telang.

Bulan	Volume produksi (cup)	Perkiraan penjualan (cup)	Persentase penjualan (%)	Keterangan
Januari	2.500	2.000	80%	Masa promosi awal
Februari	2.500	2.200	88%	Peningkatan permintaan

Bulan	Volume produksi (cup)	Perkiraan penjualan (cup)	Persentase penjualan (%)	Keterangan
Maret	2.500	2.400	96%	Konsumen mulai tetap
April	2.500	2.500	100%	Penjualan stabil
Mei	2.500	2.700	108%	Adanya permintaan tambahan
Juni	2.500	2.800	112%	Cuaca panas, minuman dingin meningkat

Sumber: diolah penulis

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode Adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan kegiatan ini dapat diartikan sebagai tata cara di dalam proses kegiatan, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020:229).

Untuk membantu mitra UMKM, kegiatan ini akan berfokus pada penyusunan proposal perencana bisnis yang sistematis agar mita UMKM memiliki proposal yang sistematis dan komprehensif. Kegiatan ini akan membahas dengan rinci mengenai posisi usaha dari mitra UMKM saat ini, visi ke depannya dan strategi untuk mencapai visi dengan resiko yang diminimalisir.

Setelah diketahui permasalahan mitra maka kemudian dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan, tim pengabdian Masyarakat melakukan pengumpulan data menggunakan Teknik Triangulasi yaitu Teknik pengumpulan data dengan cara menggabungkan berbagai sumber data dan Teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2013).

Data yang dikumpulkan untuk membuat rencana bisnis ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh di lapangan melalui objek kegiatan yang dalam hal ini Adalah pelaku usaha. Data primer yang dipergunakan untuk menentukan aspek pasar dan pemasaran, aspek operasional. Sedangkan data sekunder yang diperoleh dari telah studi literatur dipergunakan untuk memperkuat memperkuat strategi serta analisis industry secara gratis besar. Selama penyusunan rencana bisnis, tim pengabdian Masyarakat selalu berdiskusi dengan pemilik usaha agar diperoleh informasi yang valid. Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi terhadap rencana bisnis yang disusun sesuai dengan Solusi yang diharapkan oleh mitra UMKM.

Pelaksanaan dan Hasil Kegiatan

Dalam perencanaan bisnis Es Telang merupakan pendekatan yang berpusat pada manusia, yang bertujuan untuk memahami kebutuhan pelanggan dan mengembangkan Solusi inovatif yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Dalam membangun usaha es telang, proses empati merupakan Langkah awal yang sangat penting. Keinginan untuk membuka es telang sebagai tempat berkumpul bagi keluarga, teman, dan Masyarakat sekitar, menciptakan ruang yang ramah bagi semua kalangan. Motivasi untuk memperkenalkan es telang dengan rasa khas, tanpa bahan pengawet dan pemanis buatan, sehingga menjadi pilihan minuman yang sehat dan aman untuk dikonsumsi semua manusia.

Dalam perencanaan bisnis Es Telang, oleh karena itu muncul validation idea yaitu menghadirkan es teh yang konseptual dengan menyajikan es telang lokal yang berkualitas sehingga konsumen mendapatkan pengalaman menikmati teh yang berbeda dengan harga yang

terjangkau oleh semua kalangan. Membuat es telang original dengan racikan tersendiri sebagai produk awal yang akan diuji kepada konsumen



Gambar 1
Minuman Es Telang

Deskripsi Usaha

Es Telang dari mitra UMKM memiliki visi yaitu memperkenalkan produk asli tumbuhan Indonesia kepada Masyarakat luas dan menghidupkan hasil tani khususnya Perkebunan telang Indonesia. Untuk mendukung visi tersebut, mitra UMKM juga membuat misi yaitu mempertahankan kualitas dari minuman telang.

Usaha ini dijalankan dalam skala UMKM dengan konsep minuman tradisional modern, memudahkan nilai budaya Indonesia yang di wariskan turun-temurun dengan inovasi rasa dan kemasan yang menarik. Selain dijual langsung di gerai, produk juga dipasarkan melalui media social dan layanan pesanan antar online untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Secara keseluruhan, usaha es telang tidak hanya menawarkan kesegaran, tetapi juga mengangkat nilai lokal dan ramah lingkungan, karen menggunakan bahan alami dan mendukung pertanian bunga telang lokal.

Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis merupakan Langkah krusial dalam memastikan operasional yang terstruktur, berkelanjutan, dan sukses. Es Telang business plan tidak hanya menjadi pedoman dalam menjalankan usaha, tetapi juga alat untuk memahami lingkungan bisnis, merupakan strategi, serta mengelola aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan secara efektif. Denagan mendalami berbagai elemen penting seperti analisis SWOT, strategi pemasaran, dan manajemen resiko, kedai ini berupaya menciptakan tujuan bisnis yang berkelanjutan dan sesuai visi yang telah ditetapkan.

Analisis Lingkungan Usaha

Dalam menghadapi pasar yang terus berkembang, penting bagi es telang untuk melakukan analisis mendalam terhadap faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi operasional dan strategi. Melalui pemahaman tentang elemen-elemen eksternal yang terbagi dalam lingkungan alam (nature environment), lingkungan social (societal environment), dan lingkungan kerja (task environment). Sedangkan faktor internal akan menganalisis terkait dengan rantai komando atau struktur organisasi, budaya kerja yang dihasilkan dan sumber daya Perusahaan yang dimiliki.

Analisi SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menilai posisi dan potensi usaha Es Telaang dari empat sisi utama. Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahu dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang akan membantu Perusahaan untuk menemukan antara lain:

Tabel 2. Analisis SWOT Usaha Es Telang

Aspek	Keterangan
Strengths (kelebihan)	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan bahan alami dan sehat (bunga telang, madu, dan gula aren) - Warna minuman unik dan menarik secara visual (biru keunguan) - Dapat dikembangkan jadi banyak varian rasa seperti telang susu, telang lemon, atau telang madu. - Cocok dengan tren minuman sehat dan estetik di kalangan anak muda. - Modal usaha relevan kecil dengan bahan yang mudah di dapat.
Weaknesses (kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> - Daya tahan produk pendek, karena tanpa pengawet. - Warna alami bisa berubah jika disimpan terlalu lama. - Ketergantungan pada ketersediaan bunga telang segar di musim tertentu.
Opportunities (peluang)	<ul style="list-style-type: none"> - Tren gaya hidup sehat alami sedang naik. - Bisa dijual di cafe, sekolah, bazar, dan online shop. - Peluang ekspansi ke produk turunan seperti es telang botolan, es telang siap minum, atau es telang instan. - Dapat menjadi produk unggulan UMKM lokal berbasis tanaman herbal Indonesia.
Treats (ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> - Pesaingan dengan minuman kenikian - Fluktuasi harga bahan baku - Perubahan tren konsumen yang cepat bisa menurunkan minat - Resiko cuaca atau hama yang mengganggu produksi bunga telang.

Sumber: diolah penulis

Analisi Aspek Pemasaran

Es Telang mempertimbangkan berbagai elemen penting seperti segmentasi pasar, penetapan target, serta posisi produk di pasar. Lebih jauh, strategi pemasaran yang menggabungkan penggunaan bauran pemasaran juga harus dipertimbangkan, penggunaan digital marketing, dan Upaya untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Es Telang melakukan segmentasi pasar dengan mengidentifikasi tiga dimensi utama: Demografis, Psikografis, dan Perilaku.

Dalam hal demografis, ini menargetkan generasi milenial dan Gen Z berusia 18-35 tahun yang memiliki penghasilan menengah kebawah. Dari sisi psikografi, focusnya Adalah pada konsumen yang menyukai pengalaman social serta menikmati citra rasalokal, produk es telang menetapkan target pasar yang terdiri dari dua segmen utama target primer Adalah generasi milenial dan Gen Z yang mencari pengalaman minum telang yang berbeda, baik untuk bersosialisasi maupun bersantai, dan target sekunder Adalah Masyarakat lokal serta pecinta teh



dari semua kalangan yang menghargai produk lokal dan ingin mendukung usaha kecil yang berkomitmen untuk memperkenalkan dan melestarikan es telang Indonesia.

Renagan pemasaran merupakan strategi untuk mencapai hasil yang diinginkan berdasarkan kondisi dengan memanfaatkan sumber daya dan keunggulan yang dimiliki. Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi penyeluruh nilai-nilai yang akan disampaikan kepada konsumen. Untuk itu, terdapat empat komponen bauran pemasaran yang harus diterapkan dalam rencana pemasaran yaitu produk, harga, Lokasi serta promosi yang tepat agar dapat sesuai dengan target pasar (Kotler dan Keller, 2012).

Kesimpulan dan Rekomendasi

Perkembangan usaha es telang yang Tengah menjamur saat ini menyebabkan peluang dan juga tantangan bagi para pemilik usaha tersebut. Untuk itu, kegiatan pengabdian Masyarakat ini memiliki rasa untuk bersikap proaktif dan berfikir kreatif dengan terus berupaya mencari peluang agar dapat bertahan dan memiliki daya saing. Dan merencanakan strategi ke depannya dari sisi pemasaran, operasional dan keungan sehingga visi dan misi yang ingin dicapai dapat terwujudkan. Berdasarkan pendekatan ini membantu produk es telang memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, menciptakan Solusi yang inovatif dan relevan. Perencanaan bisnis akan memberikan target konsumen yang jelas dengan memaksimalkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pemahaman masalah yang ada dengan menciptakan Solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan Masyarakat, akan mampu meningkatkan profitabilitas usaha yang efektif.

Business model canvas, pemetaan model bisnis secara visual memberikan Gambaran jelas tentang komponen penting, seperti segmen pelanggan, nilai tawar, dan aliran pendapatan, yang memfasilitasi pengambilan Keputusan strategis. Dengan model bisnis yang digunakan oleh es telang akan secara efektif dan efisien menyasar target pasar para generasi milenial dan Gen Z yang menginginkan tempat menikmati es telang dengan kualitas produk dan layanan terbaik namun tetap terjangkau. Dalam proses kewirausahaan, es telang mengikuti tahap kewirausahaan yang terstruktur, mulai dari ide hingga eksekusi, yang mendukung pengembangan usaha yang sistematis dan berkelanjutan.

Proses operasional yang efisien medukung pelayanan yang cepat dan berkualitas, meningkatkan kepuasan pelanggan dan reputasi es telang. Menghasilkan proses produksi yang lebih terarah sehingga efisiensi bahan baku, tenaga kerja, waktu dan biaya bisa maksimal. Pengelolaan SDM pada es telang dengan melakukan pelatihan dan pengembangan karyawan, berkontribusi pada peningkatan kinerja dan motivasi tim.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan proses produksi dibutuhkan suatu perencanaan yang matang agar tujuan dari proses produksi tersebut dapat tercapai, pengalaman dan data masa lalu dibutuhkan sebagai dasar dalam melakukan peramalan. UMKM es telang dalam menjalankan kegiatan produksinya perlu membuat perencanaan produksi dengan memperhatikan permintaan konsumen dan faktor-faktor produksi agar tidak terjadi sisa penjualan dan bisa mencapai keuntungan yang optimal.

Daftar Pustaka

- Soelaiman, L., & Liusca, C. (2022). Penyusunan rencana bisnis sebagai langkah pengembangan usaha coffee shop. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2).
- Nurhada, K., & Hendri, M. (2025). PERENCANAAN BISNIS PADA KEDAI TEH POHARA DJAYA. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 2084-2108.
- Sandriani, G., Pulinggomang, Y., & Hattu, L. J. (2025). Analisis Perencanaan Produksi Minuman Herbal Pada UMKM Liwut Sari: Di Borong Manggarai Timur. *E-BISNIS: JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 18(1), 219-228.

- Amanna, R. R., & Lazuardini, D. (2023). Implikasi Hukum Bisnis Terhadap Praktik Etika Bisnis Di Indonesia. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 19(02), 59–68.
- Hanadya, D., Andriansyah, M., Prodi, D., Perjalanan, U., & Darussalam, P. (2023). Penerapan Standar Operasional Prosedur Pelayanan Food & Beverage Servicedi Express Restaurant. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(4).
- Assauri, S. (1984). Teknik dan metode peramalan. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia: Jakarta.
- Dessler, G. (2008). Manajemen sumber daya manusia. PT Indeks: Jakarta.
- Duka, RM, dkk (2024). Perencanaan Produksi Kerupuk Singkong Pada Usaha Kecil Ibu Welhelmina Sunbanu Di Desa Oeletsala Kecamatan Taebenu Kabupaten Kupang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 17, No, 2, Juli 2024, Hal. 626-635. <https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JBM>
- Advisor, I. F. (2020, Februari 21). Manfaat dan Tujuan Business Plan. Retrieved from investaadvisor:<https://investaadvisor.com/manfaat-dan-tujuan-business-plan> Ananda, F. R. (2021, April 27). Ini Alasan Bisnis Kuliner Jadi Pilihan Peluang Usaha Menjanjikan. Retrieved from economy.okezone.com: <https://economy.okezone.com/read/2021/04/26/455/2400875/ini-alasan-bisnis-kulinerjadi-pilihan-peluang-usaha-menjanjikan>