

# Rencana Bisnis Kuliner Bebek Blengong di Jakarta

**Imam Purwantono**

Owner Bisnis Gerai *Food Truck* Bebek Blengong “LNYBW”

E-mail : [imam.purwantono@gmail.com](mailto:imam.purwantono@gmail.com)

**Suwandi**

Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie ( UB )

E-mail : [hdsuwandi59@gmail.com](mailto:hdsuwandi59@gmail.com)

Diterima : 29 April 2019

Disetujui : 29 Juni 2019

## ABSTRACT

*The Blengong duck culinary business "LNYBW" is a business plan that had ever been established in Wisma Bakrie, South Jakarta; with a healthy and fast food proposition, as well as the main activity of providing Blengong duck food menu using food truck outlets for employees and families consisting of various meal packages made from Blengong duck.*

*The method that used is descriptive analysis was compiled based on information obtained from field surveys and business models made based on information from duck culinary business players, mainly located in Jakarta and Brebes, with instruments Empathy Map & Business Model Canvas. Assessing the feasibility of the Blengong duck culinary business plan is carried out with financial analysis parameters, payback period, NPV, and IRR.*

*The results of the analysis and discussion of the study concluded that: 1) The Blengong duck food menu is healthy food that low cholesterol; 2) financially, the capital needed is not too high at IDR 60 million, in business feasibility, the projection of financial flows for three years shows a 1-year payback period, also positive NPV, and IRR which is greater than deposit interest in commercial bank.*

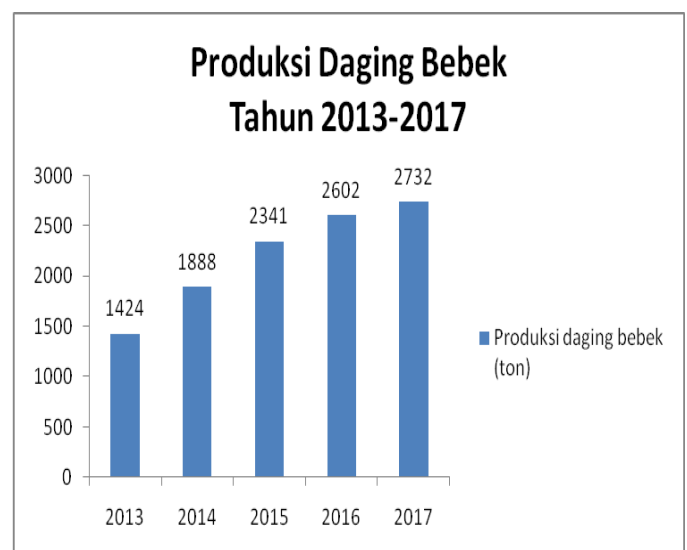
**Keywords:** *Blengong duck, healthy food, employees and family*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini *trend* masyarakat untuk mengkonsumsi daging itik/bebek terus meningkat, terutama di kota-kota besar seperti di Jakarta. Salah satu pendorong masyarakat untuk mengkonsumsi daging itik/bebek antara lain, yaitu: 1) adanya variasi menu masakan yang berasal dari daging itik/bebek cukup banyak; 2) adanya beberapa warga asing seperti Korea, Thailand, Vietnam dan lain-lain yang menyukai masakan daging itik/bebek yang mendirikan restoran-restoran makanan khas daerah asal mereka dengan menu utama daging bebek; 3) rasa daging itik/bebek lebih gurih dari daging ayam.

Peningkatan tren ini dapat dilihat dari terus meningkatnya produksi daging itik/bebek DKI Jakarta selama lima tahun dalam kurun waktu tahun 2013 hingga tahun 2017 seperti dalam grafik di bawah ini:



**Grafik 1 Produksi Daging Bebek DKI Jakarta**

Sumber: Direktorat Jenderal Peternakan, Kementerian Pertanian (2017)

Uraian tersebut di atas menyiratkan bahwa bisnis kuliner dengan bahan dasar itik/bebek sedang *trendy* di kalangan anak muda, keluarga, karyawan kantor baik negeri maupun swasta, serta pencinta kuliner memiliki masa depan yang cerah. Jika dilihat dari sajianya masih banyak peluang yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan kuliner bebek di Jakarta dengan kualitas daging unggulan

Namun sayangnya peluang bisnis ini tidak selalu mudah. Salah satu masalah yang dihadapi oleh para pengelola tempat makan menu itik/bebek adalah ketersediaan daging itik/bebek yang terbatas karena selama ini masih banyak yang mengandalkan pasokan dari itik/bebek petelur afkir atau itik/bebek jantan yang jumlahnya relatif tidak stabil

Kendala lain adalah jika pengusaha bebek mendapatkan komoditas itik afkir yang meskipun memiliki kelebihan kandungan protein tinggi dan rendahnya kandungan kalori. Namun, mempunyai kelemahan seperti bau amis, alot dan kadar lemak lebih tinggi ( Oteku et al,2006 )

Untuk menghindari sejumlah masalah tersebut pengusaha kuliner bebek harus memastikan daging bebeknya berkualitas sesuai dengan selera konsumen. Untuk itu, penulis merekomendasikan daging bebek berjenis Blengong. Blengong adalah sejenis unggas hasil perkawinan silang antara itik/bebek dan mentok/entok, sehingga memunculkan unggas baru bernama Blengong. Daging Blengong lebih empuk daripada daging bebek biasa, dengan citarasa yang khas dan lezat.

Di Jakarta, warung nasi yang menyediakan menu bebek Blengong sangat jarang, beberapa yang menyajikan menu dengan jenis ini hanya ada di kawasan Jakarta Timur, sehingga peluang pengembangan usaha kuliner bebek Blengong di Jakarta masih terbuka luas dan mempunyai prospek yang baik. Oleh sebab itu penulis membuat rencana bisnis kuliner bebek Blengong di Jakarta.

### 1.2 Tujuan Penyediaan Rencana Usaha

Tujuan penyediaan rencana usaha ( *business plan* ) bebek Blengong di Jakarta, serta menganalisis kelayakan usahanya jika rencana bisnis ini dilaksanakan kembali.

## II. DESKRIPSI PERUSAHAAN DAN PRODUK

### 2.1 Profil Perusahaan

Warung makan bebek blengong dengan merk dagang “ Bebek LNYBW “ ( Lah Ngapak Ya Blengong Wae “ ini adalah unit usaha yang bergerak dibidang makanan kuliner berbahan dasar bebek Blengong. Usaha ini tergolong usaha kecil non formal, berlokasi di Jl. Budaya, Jakarta Timur.

### 2.2 Deskripsi Produk

Menu bebek Blengong yang disajikan secara garis besar diolah dengan ditumis, dibuat sate, soup dan digoreng, beberapa menu utamanya antara lain : bebek rica-rica, sate bebek Blengong, soup kimlo dan bebek Blengong goreng. Harga jual perpersi menu utama bebek Blengong berkisar antara Rp.17.000,- hingga Rp.26.000,- tergantung pada satuan bebek, cara pengolahannya dan kelengkapan (paket) minuman.

## III. METODOLOGI

### 3.1 Pengumpulan Data

Menurut sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan skunder.

- 1 Data primer atau data lapangan diperoleh melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati kondisi pasar, sumber daya perusahaan dan karakteristik target pasar yang diinginkan dari model bisnis dan juga rencana bisnis. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dilakukan dengan pemilik usaha serupa dan juga konsumen sasaran untuk memahami kebutuhan dan keinginan pasar target terkait dengan kebutuhan bisnis kuliner menu bebek. Wawancara dan observasi dilakukan pada:
  - a. Rumah makan bebek Blengong di Brebes
  - b. Rumah makan bebek Blengong di Jakarta
2. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur atau *desk research* dari buku-buku, jurnal, artikel ilmiah dan juga diperoleh dari perusahaan terkait sebagai tempat penelitian. Sumber-sumber yang digunakan adalah data statistik BPS, kecamatan, surat kabar, majalah, laporan riset serta sumber internet.

### 3.2 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis data dalam metode penelitian kualitatif dilakukan secara terus-menerus dari awal hingga akhir penelitian dengan induktif, dan mencari pola, model, tema, serta teori. Pendekatan atau instrumen yang digunakan adalah menggunakan *Empathy Map* dan *Business Model Canvas*. Serta penilaian kelayakan rencana bisnis kuliner bebek Blengong dilakukan dengan parameter analisis keuangan *payback period*, NPV dan IRR.

### 3.3 Aspek Kelayakan Bisnis

Dalam melakukan rencana bisnis ( *business plan* ) dibutuhkan studi kelayakan bisnis, apakah rencana bisnis yang akan dijalankan sudah patut atau layak serta memenuhi aspek-aspek kelayakan bisnis. Berikut adalah aspek-aspek yang perlu dilakukan dalam studi kelayakan bisnis yaitu :

- 1 Aspek Produk atau Jasa

Aspek produk atau jasa bisa dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan mengidentifikasi berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut.

- 2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek Pasar dan Pemasaran terkait dengan adanya peluang pasar untuk suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan oleh suatu bisnis tersebut, misalnya potensi pasar, *customer segmen* yang potensial atau seberapa banyak kelompok konsumen yang mempunyai keinginan untuk membeli produk atau jasa yang kita tawarkan, dan seberapa besar *market share* yang dikuasai oleh para pesaing

### 3 Aspek Financial

Aspek ini terkait dengan sumber dana yang akan diperoleh, berapa biaya operasional yang dibutuhkan dalam bisnis, kapan pengembalian modalnya dan memperkirakan keuntungan yang didapat dari bisnis. Dalam menganalisa kelayakan dari rencana bisnis ini dalam hal proyeksi keuangan dan pendapatan, akan menggunakan perhitungan estimasi pendapatan dengan menggunakan perhitungan *NPV*, *IRR* dan juga *Payback Period* yang akan diperoleh dari usaha ini

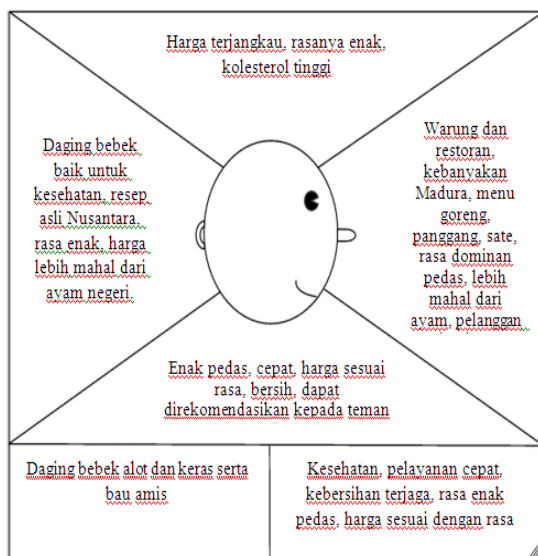
### 4 Aspek Manajemen dan Organisasi

Pada aspek manajemen akan melihat bagaimana mengelola usaha, struktur organisasi dan operasional perusahaan.

## IV. ANALISIS DATA

### 4.1 Alat Kebutuhan Produk dan Pemasaran

Empati adalah dasar dari proses perancangan yang menyangkut manusia (*human center*). Empati diperlukan untuk memahami perasaan dan pengalaman pelanggan tentang sesuatu yang direncanakan; sehingga apa yang direncanakan adalah sesuai dengan keinginan dan sedapat mungkin memenuhi kebutuhan pelanggan. Instrumen ini cocok banget disandingkan dengan BMC karena semua masalah yang dihadapi pelanggan sedapat mungkin diberikan solusi dengan *Value Proposition* yang ada pada elemen BMC. Dalam pengembangan model bisnis tempat makan menu bebek, peta empati pelanggan yang dapat dijabarkan dengan pertanyaan *what*, *why*, dan *how* selama observasi lapangan adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Peta Empati Kuliner Bebek

1. Yang dipikirkan dan dirasakan pelanggan mengenai menu makanan bebek antara lain: harga yang terjangkau; rasa yang enak, kandungan kolesterol yang tinggi.
2. Yang pelanggan dengar mengenai menu makanan bebek antara lain: daging bebek baik untuk kesehatan karena

tidak diberi pakan dan vaksin seperti ayam negeri, resep asli Nusantara umumnya dari Madura atau Brebes, rasa enak, harga lebih mahal dari ayam negeri.

3. Yang pelanggan lihat pada tempat makan bebek antara lain: tempat makan umumnya warung kecil milik keluarga (kecuali yang restoran), beragam pilihan menu dari goreng panggang sampai sate, rasa dominan pedas cocok untuk pencinta masakan pedas, harga lebih mahal dari ayam negeri tapi setara dengan harga ayam kampung, pelanggan umumnya karyawan kantor
4. Yang pelanggan katakan dan perbuat tentang tempat makan bebek antara lain: enak terutama bagi pencinta pedas, pelayanan cepat karena sudah masak, harga sesuai rasa, tempat bersih, cocok untuk karyawan saat jam istirahat, dapat direkomendasikan pada teman karyawan lain
5. Yang dirasakan kurang atau keluhan dari pelanggan antara lain: menu makanan bebek memiliki tekstur daging yang alot dan keras serta bau amis apabila kurang bisa mengolahnya.
6. Yang mereka ingin dapatkan dari sebuah tempat makan bebek antara lain: makanan sehat baik untuk kesehatan, pelayanan cepat cocok untuk orang kantoran, kebersihan cukup terjaga, rasa enak terutama yang suka pedas, harga sesuai dengan rasa.

Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat diidentifikasi keinginan atau kebutuhan pelanggan akan produk dan kondisi pemasarannya sebagai berikut :

1. Pelanggan menginginkan produk makanan bebek yang tidak berkolesterol tinggi, tidak berbau amis, dan tidak bertekstur alot (empuk).
2. Daging bebek lebih sehat dibandingkan dengan ayam negeri dan setara dengan ayam kampung
3. Pelanggan utamanya adalah karyawan kantor yang perlu cepat dilayani karena terbatasnya waktu istirahat
4. Resep asli umumnya berasal dari Madura dan Brebes yang didominasi oleh pedas tetapi enak terutama penyuka makanan pedas
5. Menu makan bebek dengan digoreng, dipanggang dan sate dengan kisaran harga jual antara Rp 17.000 hingga Rp 26.000 per porsi tergantung paket menu.
6. Tempat makan umumnya berbentuk warung keluarga yang dikelola oleh keluarga juga. Oleh sebab itu umumnya bernama warung bebek ibu Anu atau haji Anu. Kecuali beberapa yang berbentuk restoran.
7. Pesaing utama dari bisnis tempat makan menu bebek adalah warung bebek Madura dan warung ayam kampung

### 4.2 Analisis Business Model Canvas

Dalam Bisnis Model Canvas ini akan digambarkan bagaimana model dari proses bisnis kuliner bebek Blengong :

a. *Value Proposition*

Pada rencana bisnisnya “ LNYBW “ akan membuat Inovasi produk dan sedapat mungkin memberikan manfaat bagi pelanggan

b. *Customer Relationship*

Untuk menciptakan hubungan baik dengan pelanggan “ LNYBW “ memberikan pelayanan prima ( *excellent service* ).

c. *Customer Segments*

“LNYBW” menetapkan segmentasi pelanggan berdasarkan *Niche Market* atau customer yang spesifik dengan kebutuhan spesifik.

d. *Channels*

Media yang digunakan untuk berkomunikasi atau memberikan value proposition kepada konsumen melalui telephone, brosur dan outlet.



Gambar 4.2 Analisis BMC “LNYBW”

e. *Key Partnership*

Supaya proses bisnis tetap berjalan “LNYBW” melakukan kerjasama dengan *suppliers*.

f. *Key Resources*

Sumberdaya utama dari bisnis bebek Blengong “LNYBW” yaitu jurumasak yang sudah terlatih mengolah produk sehingga bisa menghasilkan output produk yang berkualitas.

g. *Key activities*

Aktivitas utama dari model bisnis “LNYBW” adalah menjual menu makanan bebek Blengong di tempat atau lewat pesan.

h. *Cost Structure*

Struktur biaya pada rencana bisnis ini adalah rincian biaya yang dibutuhkan supaya rencana bisnis bisa berjalan.

i. *Revenue Streams*

Pendapatan yang didapat dari bisnis kuliner bebek Blengong “LNYBW” ini berasal dari penjualan makanan dan minuman di tempat dan paket pesanan untuk keluarga dan pesta.

4.3 Analisis Kelayakan Bisnis

Proyeksi pendapatan berasal dari penjualan perhari 75 porsi dengan harga Rp.17.000.- per porsi. Hari kerja 26 hari perbulan, setahun 12 bulan. Sehingga penjualan pada tahun 2019 sebesar Rp.397.800.000. Selama penjualan berlangsung, diperkirakan akan ada potongan harga 10% pertahun, dan pengembalian penjualan sebesar 5% pertahun.

Untuk biaya variabel langsung pembelian bahan baku adalah Rp.700.000,- perhari yang akan menghasilkan 75 porsi.Hari kerja 26 hari perbulan, setahun 12 bulan.Sehingga COGS tahun 2019 adalah Rp.218.400.000, COGS diperkirakan mengalami kenaikan 10% karena inflasi.

Sedangkan untuk biaya tetapnya seperti pembayaran gaji, promosi, administrasi, sewa lapak, utility dll sebesar Rp.59.500.000 ditahun 2019 dan mengalami kenaikan 10 % pertahun karena inflasi. Jadi proyeksi keuangan pada tahun 2019 menghasilkan keuntungan sebelum dipotong bunga, pajak,depresiasi dan amortisasi ( EBITDA) sebesar Rp.60.230.000, untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Proyeksi Keuangan

Income Statement	2019	2020	2021
Sales	Rp 397,800,000	Rp 397,800,000	Rp 397,800,000
Discount on Sales ( 10 % )	Rp 39,780,000	Rp 39,780,000	Rp 39,780,000
Return on Sales ( 5 % )	Rp 19,890,000	Rp 19,890,000	Rp 19,890,000
Nett Sales	Rp 338,130,000	Rp 338,130,000	Rp 338,130,000
COGS	Rp 218,400,000	Rp 240,240,000	Rp 264,264,000
Gross Margin	Rp 119,730,000	Rp 97,890,000	Rp 73,866,000
Gross Margin %	30.10%	24.61%	18.57%
<b>Expenses</b>			
Payroll	Rp 48,000,000	Rp 52,800,000	Rp 58,080,000
Marketing/Promotion	Rp 2,400,000	Rp 2,640,000	Rp 2,904,000
Adm & General Expenses	Rp 500,000	Rp 550,000	Rp 605,000
Depreciation	Rp -	Rp -	Rp -
Rent	Rp 6,000,000	Rp 6,600,000	Rp 7,260,000
Utilities	Rp 600,000	Rp 660,000	Rp 726,000
Insurance	Rp -	Rp -	Rp -
Others ( pajak kend, maintenance, bbm dll)	Rp 2,000,000	Rp 2,200,000	Rp 2,420,000
Total Operating Expenses	Rp 59,500,000	Rp 65,450,000	Rp 71,995,000
EBITDA	Rp 60,230,000	Rp 32,440,000	Rp 1,871,000
Interest expense	Rp -	Rp -	Rp -
Taxable income	Rp 60,230,000	Rp 32,440,000	Rp 1,871,000
Tax 15 % ( pph 21 )	Rp 9,034,500	Rp 4,866,000	Rp 280,650
Net Income	Rp 51,195,500	Rp 27,574,000	Rp 1,590,350

Dari Laporan keuangan tersebut diatas dapat dianalisis kelayakan bisnisnya dengan menggunakan parameter *payback period*, NPV dan IRR.

a. *Payback Period*

**Tabel 4.2 Proyeksi Aliran Kas**

Cash Flow( Rp)	Present	2019	2020	2021
Modal Awal	60,000,000			
EBITDA		60,230,000	32,440,000	1,871,000

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa *payback period* sudah terjadi pada tahun pertama yaitu tahun 2019 (EBITDA lebih besar dari modal awal), dengan demikian bisnis gerai makan bebek Blengong “LNYBW” layak untuk dijalankan

b. *Net Present Value*

Dengan asumsi sukubunga pinjaman KUR sebesar 7% pertahun efektif maka dapat dihitung :

**Tabel 4.3 Net Present Value**

Sukubunga KUR	7%			
		1	2	3
Discount factor		0.934579	0.873439	0.816298
PV EBITDA	86,151,348	56,289,693	28,334,361	1,527,294
Modal Awal	60,000,000			
NPV(7%)	26,151,348			

Dengan demikian dari parameter NPV, bisnis gerai makan bebek Blengong “LNYBW” layak dijalankan karena mempunyai nilai NPV positif yaitu Rp.26.151.348

c. *IRR*

IRR adalah tingkat sukubunga yang menghasilkan NPV=0; dengan cara coba-coba maka akan dapat dihitung IRR=40.46%

**Tabel 4.4 Internal Rate of Return**

IRR	40,46%			
		1	2	3
Discount factor		0.71168	0.50743	0.36049
PV EBITDA	60,000,000	42,864,486	16,461,029	674,476.79
Modal Awal	60,000,000			
NPV(IRR)	0			

Dengan demikian dari parameter IRR, bisnis gerai makan bebek Blengong “LNYBW” adalah layak untuk dijalankan karena memberikan IRR sebesar 40.46%. Hasil ini jauh lebih besar misalnya dibandingkan dengan suku bunga tabungan atau pun depotisto pada Bank Umum yang besarnya tidak sampai 8%.

**4.4 Analisis Sumber Daya Manusia dan Operasional**

Dalam operasionalnya “LNYBW” mempunyai sumber daya manusia sebanyak 4 orang yang terdiri dari seorang Manager/pemilik yang bertugas menjalankan, mengendalikan dan mengevaluasi Visi misi perusahaan. Mengontrol dan mengevaluasi kualitas menu dan kinerja karyawan. Kasir atau

administrasi bertugas atas penerimaan dan pengeluaran kas serta membuat laporan secara periodik. Bagian dapur bertanggung jawab atas kualitas, kebersihan dan kesehatan menu makanan/minuman. Yang terakhir adalah bagian Pelayanan dan Kebersihan bertanggung jawab menerima pesanan, menyajikan makanan/minuman, melayani kebutuhan pelanggan, menjaga kebersihan dan kerapian ruang makan serta menerima dan mencari penyelesaian keluhan pelanggan.

Resep masakan memang asli milik orang Brebes atau Tegal namun karena bahan bakunya berupa daging bebek dan bumbu-bumbu banyak terdapat di Jakarta, maka rantai pasokan daging bebek dan bumbu lainya dari pasar-pasar basah di Jakarta. Cara memasaknya hanya digoreng, direbus dan dibakar sehingga peralatan masak dan bahan bakar juga dapat diperoleh di Jakarta. Jurumasak umumnya asli berasal dari Brebes atau Tegal bagi yang bukan berasal dari daerah tersebut biasanya dikursuskan atau diberi pelatihan dulu.

**V. RENCANA BISNIS**

**5.1 Gagasan Produk yang ditawarkan**

Gagasan produk yang ditawarkan adalah menu makanan cepat saji berbahan baku daging bebek Blengong. Bebek Blengong adalah bebek hasil kawin campur antara itik dan enthog yang berasal dari daerah Brebes. Sebagai bebek maka dagingnya lebih sehat dibandingkan dengan daging ayam negeri. Dibandingkan dengan bebek (itik) daging bebek Blengong lebih empuk dan enak. Nilai yang ditawarkan adalah menu olahan bebek Blengong yang sehat dan rasa dagingnya lebih empuk dan lezat serta dibandingkan dengan daging bebek biasa atau itik. Menu olahan bebek Blengong didistribusikan ke dekat tempat kerja karyawan (kantor) dengan menggunakan gerai *food truck*.



**Gambar 5.1 Bebek LNYBW Food Truck**

**5.2 Risiko**

Risiko operasional yang mungkin terjadi pada bisnis kuliner bebek Blengong “LNYBW” ada beberapa hal yaitu dari segi rantai pasokan, untuk mendapatkan bahan baku bebek Blengong dipasar terkadang habis namun risiko ini kemungkinannya sangat kecil.

Risiko yang besar umumnya berasal dari pemilihan lokasi berjualan, karena jika kurang tepat memilihnya akan berakibat kurangnya jumlah pelanggan.

## VI. KESIMPULAN

Bisnis kuliner warung bebek biasa ataupun bebek Blengong cukup menarik untuk dilaksanakan, dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Peminat kuliner bebek di Jakarta dan kota-kota besar lainnya cukup banyak, terbukti dengan kecenderungan meningkatnya produksi bebek dari tahun ke tahun.
2. Pelanggan kuliner bebek umumnya angkatan kerja dan keluarga.
3. Rantai pasokan bahan baku utama dan bahan pembantu tidak sulit untuk diperoleh, sehingga dari rantai pasokan bisnis kuliner bebek cukup aman.
4. Dari segi harga, menu kuliner bebek harganya sama dengan harga ayam kampung sehingga dapat bersaing.
5. Memberikan tingkat pengembalian yang baik, sebagai contoh dalam rencana bisnis bebek Blengong “LNYBW” diperoleh *payback period* setahun, NPV positif Rp 26.151.348,- dan IRR sebesar 40.46 %.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Fuchs, Christopher A & Golehhofen, F.J. (2019). *Mastering Disruption and Innovation in Product Management*. Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Hussein, Ananda Sabil. (2018). *Metode Design Thinking untuk Inovasi Bisnis*.
- Jusuf, Jopie. (2008). *Analisis Kredit untuk Account Officer*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda karya
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. ( N.R.Sihandriani,Penerj.) Jakarta: PT Elex Media Komputindo

### Jurnal

- Ajeng Denia Putrie & Suwandi (2019). Rencana Pengembangan Bisnis Herona Express ( JEMI ) Vol 2, No.01, ( 2019 ), pp.69-76
- Desyana & Suwandi (2018). Rencana Pengembangan Usaha Jasa AKI Kendaraan Berbasis Sistem Informasi. *Pengembangan Usaha Babal Aki. JEMI Thn 1 No 1 UB-1787-5548-1-PB*, 10-15.
- Joko Adi Nugroho & Suwandi ( 2018). Kelayakan Bisnis Penyewaan *Lighting* Untuk Stasiun Televisi. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industri(JEMI)* Vol.1,No.2, ( 2018), pp. 70-73.
- Oteku IT, Igene JO, Yessuf IM. (2006). “An assessment of the factors influencing the consumption of duck meat in Southern Nigeria”. *Pakistan J. Nutrition* 5 (5) : 474-477.

Suwandi (2012). Badan Usaha, Badan Hukum dan Izin Usaha Koperasi. *Buletin Peraturan di Bidang Koperasi dan UMKM, Kementerian Koperasi dan UKM*. Volume 2- April 2012, Hal 33 – 39.

Suwandi (2012). Perijinan Usaha UMKM. *Buletin Peraturan di Bidang Koperasi dan UMKM, Kementerian Koperasi dan UKM*. Volume 3- Juni 2012, Halaman 1-6.

Suwandi (2015). Mencari Pola Kemitraan Investasi Koperasi dan UMKM dengan Usaha Besar. *Jurnal Infokop*, Volume 25 No.2-Desember 2015: Hal 35-52

Suwandi (2018). Akses Koperasi Di Pasar Modal. Makalah pada Seminar dan Diskusi Pasar Modal Untuk Akses Pendanaan Koperasi dan UKM. Diselenggarakan Deputi Pembiayaan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia di Bogor 16 Maret 2018.  
[repository.bakrie.ac.id/509/1/20151204-Suwandi](http://repository.bakrie.ac.id/509/1/20151204-Suwandi)

### Artikel

- Dirjen Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementan. (2017 ). *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2013-2017*. Dipetik Juni 30, 2017, dari [http://ditjenpkh.pertanian.go.id/userfiles/File/Buku\\_Statistik\\_2017\\_\(ebook\).pdf?time=1505127443012](http://ditjenpkh.pertanian.go.id/userfiles/File/Buku_Statistik_2017_(ebook).pdf?time=1505127443012)
- Tanudjaja Christy.( 2018, February 6 ). *Mengenal Empathy Map*. Dipetik Maret 30, 2018, dari <https://sis.binus.ac.id/2018/02/06/mengenal-empathy-map/>