

Perencanaan Pendirian Usaha

CO-PI (COMBRO HAPPY)

Ahmad Ihsan Maulana (8105163437)

**Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran (A) 2016, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Jakarta**

e-mail : ahmadihsanmaulan@gmail.com

Ringkasan Eksekutif

CO-PI atau *Combros Happy* merupakan bisnis kuliner cemilan kekinian dengan varian aneka rasa. *Combros Happy* memproduksi berbagai macam combro dengan aneka rasa yang menggugah selera para konsumen. Aneka rasa yang disajikan berupa tingkatan dari rasa kebahagiaan yang didapat ketika merasakan *CO-PI* tersebut. Tersedia 3 varian rasa yaitu, rasa jalan sama gebetan (strawberry), rasa dapat nilai bagus (vanilla), dan rasa wisuda (chocolate). Dengan harga Rp. 4000 bisa mendapatkan 1 buah *Combros Happy*. *Combros Happy* ini menggunakan bahan baku singkong yang kemudian didalamnya dimasukkan berbagai macam rasa. Berdasarkan aspek kelayakan usaha, bisnis ini layak untuk dijalankan.

1. PENDAHULUAN

N 1.1 Latar

Belakang

Pada zaman modern ini, permintaan konsumen akan pangan dapat dikatakan meningkat. Banyak berbagai macam bentuk jajanan yang beredar. Mulai dari jajanan gurih, manis, asin, pedas. Jajanan yang sangat memikat konsumen pada era sekarang yaitu, makanan atau jajanan yang mempunyai unsur ciri khas tersendiri. Para remaja dan anak-anak tertarik pada makanan yang menarik dan juga simple. Saya memilih membuat bisnis makanan “combrow” karena saya ingin tetap menjaga makanan-makanan tradisional meskipun telah majunya perkembangan zaman dan telah banyak makanan-makanan yang modern. Jika dilihat dari segi pangsa pasar dan permintaan, combrow cukup banyak diminati, baik dari kalangan muda maupun tua. Pembuatan combrow pun mudah untuk dilakukan, sehingga saya pun berpikir untuk melakukan bisnis combrow dengan menginovasi varian rasa, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk kami. Saya membuat

bisnis ini se maksimal mungkin agar mendapatkan laba yang besar.

Pelaku usaha sekalipun secara sungguh-sungguh melakukan studi kelayakan bisnis tidak berarti bahwa usaha dapat berhasil 100 persen. Usaha tersebut dapat saja mengalami kegagalan akibat berbagai sebab baik internal dan eksternal (Dedi Purnawa 2016 : 15) sebelum melakukan bisnis ini, sebaiknya harus memperhatikan hal hal penting agar bisnis dapat mencapai tujuan.

1.2 Visi, Misi, dan Tujuan

1.2.1 Visi :

Mengembangkan dan memperluas usaha *Combrow Happy* dengan sebaik mungkin serta menjadikan *Combrow Happy* sebagai cemilan kekinian yang memiliki ciri khas tersendiri dan dapat dinikmati oleh semua kalangan.

1.2.2 Misi :

1. Mengenalkan *Combrow Happy*

Sebagai salah satu cemilandan dessert di lingkungan sekitar Universitas Negeri Jakarta.

2. Melakukan inovasi – inovasi berkelanjutan pada setiap rasa dari *Combro Happy*.
3. Memenuhi kebutuhan serta permintaan dan kepuasan pelanggan.
4. Melakukan promosi produk lewat instagram.

5. Melakukan penawaran-penawaran yang menarik.
6. Membuka kedai *Combros Happy*.

1.2.3 Tujuan

1. Melakukan inovasi-inovasi dengan varian rasa combros yang berbeda dengan yang lainnya.
2. Menciptakan produk dengan kualitas yang terbaik.
3. Memuaskan dan memenuhi permintaan konsumen.
4. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen.
5. Melakukan promosi menarik lewat instagram.

2. GAMBARAN USAHA

Konsep usaha ini adalah pemasarannya dengan cara berkeliling mencari konsumen dan menawarkan *Combros Happy*. Lokasi pemasarannya dilakukan di sekitar lingkungan Universitas Negeri Jakarta, Rawamangun, Jakarta Timur. Target pasar dari usaha ini adalah para remaja, pelajar, mahasiswa. Karena, anak-anak muda lebih ingin untuk membeli produk yang tidak pasaran dan sedang tren di zamannya. Pemilihan lokasi ini karena dekat dengan target pasar, yaitu

mahasiswa/mahasiswi Universitas Negeri Jakarta.

Combrow ini dibuat dengan proses pematangan singkong terlebih dahulu, kemudian baru membentuk parutan singkong tersebut menjadi bulat. Setelah itu baru didalamnya dimasukkan rasanya. Goreng dengan api yang kecil supaya rasa didalamnya dapat menyatu rata dengan singkong tersebut. Setelah kecoklatan combrow tersebut bisa diangkat dan kemudian ditiriskan terlebih dahulu. Baru setelah itu dapat dimasukkan kedalam kemasan.. Hangat lebih nikmat di konsumsi.

Combrow Happy memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan para pesaing yang ada. Jika biasanya combrow hanya disajikan dengan rasa yang pedas, maka saya menghadirkan varian rasa dari combrow yang baru yaitu dengan rasa yang manis. Selain itu, *Combrow Happy* juga memberikan kemasan-kemasan yang trendy. Ciri khas lain yang usaha ini miliki adalah nama tiap menu. Nama dari setiap menu *Combrow Happy* berkaitan dengan tingkat kebahagiaan para remaja di zaman sekarang ini, sehingga

para konsumen yang membaca menu kita akan merasa penasaran terhadap rasa yang ditawarkan. *Combro Happy* juga akan memberikan penawaran-penawaran yang menarik untuk para konsumen salah satunya adalah memberikan potongan harga Rp.1000,- untuk pembelian 10 *combro happy*.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmentasi, Targeting dan Positioning

3.1.1 Segmentasi

Segmentasi geografis *Combro Happy* berada di Kota DKI Jakarta khususnya daerah Jakarta Timur, Segmentasi demografis *Combro Happy* lebih kepada anak-anak, remaja sampai dewasa. Mereka yang bersekolah, kuliah ataupun bekerja. Pada segmentasi psikografis adalah orang-orang yang menyukai makanan manis dan juga hidup yang modern dan selalu up to date terhadap tren yang ada di zaman sekarang ini. Pada segmentasi perilaku adalah dapat ditempatkan pada perilaku penduduk perkotaan yang menyukai inovasi baru yang menarik dan cita rasa manis dalam konsumsi sehari - hari.

3.1.2 Targeting

Combro Happy mempunyai target adalah anak-anak, remaja hingga dewasa dari usia 10 sampai 45 tahun, lokasi yang dipilih ada di sekitar lingkungan kampus Universitas Negeri Jakarta, Rawamangun, Jakarta Timur, DKI Jakarta.

3.1.3 Positioning

Positioning dari *Combro Happy* adalah menjadikan sebagai cemilan yang unik dan kekinian karena *Combro Happy* memiliki keunikan dari segi rasa, topping dan namanya.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

a. Permintaan

Permintaan adalah berapa banyak jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada waktu tertentu dengan tingkat harga tertentu.

Tabel 3.1 Jumlah Pasar Potensial di Universitas Negeri Jakarta

Sumber:

Perkiraan pada permintaan potensial *Combros Happy* adalah dengan membagikan tester dan kuesioner secara acak kepada para konsumen. Dengan perbandingan sebesar 70% menyukai dan 30% tidak menyukai. Saya mengambil sebesar 70% dari populasi sebesar orang.

Perusahaan pesaing	Produksi/hari	Produksi/bulan	Produksi/tahun
Combros Biasa	50	150	1800
Makaroni Anjir	70 pcs	210 pcs	2520 pcs

Sumber: observasi, 2018

b. Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang yang ditawarkan pada tingkat harga tertentu dan periode tertentu.

Tabel 3.2 Jumlah Penawaran Pesaing Combros Happy

3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Tabel 3.3 Prediksi Rencana Penjualan Combros Happy Per Tahun

	2018	2019	2020
Permintaan	10.000	12.000	13.000
Penawaran	7.000	7.500	8.000
Peluang	3.000	4.500	5000
Rencana Penjualan	6000	6500	7000
Pangsa Pasar	18.8%	20.5%	22.9%

3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.4.1 Product

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.



Gambar 1. Combro Happy

Combro Happy Dan juga didalam logo tersebut terdapat tagline dari combro happy serta sejak kapan combro happy didirikan.

3.4.2 Harga

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Manap 2016, h. 289).

Tabel 3.4 Harga Jual Combro Happy

Untuk harga jual dari *Combro Happy* tersebut semua varian rasanya di hargai Rp 4000

3.4.3 Promotion

a. Brosur

Combro Happy akan membagikan brosur agar dapat lebih dikenal, pembagian brosur akan dilakukan di sekitar kampus Universitas Negeri Jakarta.

b. Social Networking

Combro Happy akan melakukan promosi lewat akun-akun media sosial seperti instagram, line dan whats app.

3.4.4 Placement

Pemilihan lokasi pemasaran dari *Combro Happy* adalah dikawasan Universitas Negeri Jakarta, Rawamangun, Jakarta Timur. Karena lokasi dekat dengan target pasar.

3.5 Analisis SWOT

3.5.1 Strength

Varian rasa yang menarik

Kemasan yang menarik

Harga yang terjangkau

Jajanan yang sehat

3.5.2 Weakness

Produk tidak tahan lama

3.5.3 Opportunity

Penjualan produk di sekitar kampus/Universitas

Varian rasa yang inovatif

Permintaan konsumen akan

“cemilan” yang cukup tinggi

3.5.4 Threat

Banyaknya pesaing yang menjual cemilan sejenis

Adanya pesaing lain dengan brand yang lebih terkenal

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Berikut ini merupakan struktur organisasi yang direncanakan oleh *Combro Happy*:

1. Nama Usaha : Combro Happy
2. Jenis Usaha : Combro dengan beragam varian rasa
3. Alamat Usaha : Kampus A Universitas Negeri Jakarta, Rawamangun, Jakarta Timur, DKI Jakarta
Nama Pemilik : Ahmad
4. Ihsan Maulana ,
5. Status Pemilik di Usaha: Pemilik Usaha

4.2 Perijinan

Perijinan merupakan hal yang sangat penting karena dengan ijin usaha dapat berdiri dan dapat diakui keberadaannya. Berdasarkan peraturan yang berlaku, maka terdapat syarat perijinan yang harus dipenuhi untuk membuka usaha dengan persetujuan dari pihak prodi, fakultas dan universitas.

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

1. Survey pasar
Melakukan survey dan riset di sekitar lokasi usaha (2 minggu)
2. Menyusun konsep dan rencana.
Membuat design logo usaha (2 minggu)
3. Mencari pemasok dan bahan baku.

- Mencari pemasok bahan baku bubuk pudding (2 minggu)
4. Mengurus perizinan kepada staff gd G Universitas Negeri Jakarta (1 minggu)
5. Penyediaan produk dan perlengkapan.
- Menghubungi pemasok untuk memesan bahan baku
- Membeli perlengkapan dan peralatan 1 minggu
6. Uji coba produksi.
Membuat produk yang akan di pasarkan (1 minggu)
7. Promosi.
Melakukan promosi di instagram dan menginformasikan kepada teman dan kerabat (1 minggu)

4.4 Inventaris Kantor dan Supply Kantor

a. Inventaris Kantor

inventaris kantor *Combro Happy* berupa kalkulator. Kalkulator digunakan sebagai alat untuk menghitung berapa besar pemasukan dan pengeluaran

b. Supply Kantor

Supply kantor digunakan untuk menunjang kegiatan *Combro Happy* seperti menulis pesanan konsumen. Seperti, pulpen/pensil, kertas.

5. ASPEK

PRODUKSI 5.1

Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi yang telah ditentukan untuk usaha *Combro Happy* adalah Kampus A Universitas Negeri Jakarta. Pemilihan lokasi ini ditentukan dengan melihat sasaran atau target pemasaran dari usaha *Combro Happy* sendiri.

5.2 Proses Produksi

Proses diartikan sebagai suatu cara, metode dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) yang ada diubah untuk memperoleh suatu hasil. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa (Assauri, 1995).

Tabel 5.1 Proses Produksi *Combro Happy*

1. Singkong dibersihkan terlebih dahulu

2. Setelah itu, singkong diparut secara perlahan

3. Kemudian bentuk parutan-parutan singkong tersebut menjadi sebuah bulatan

4. Setelah itu masukkan varian rasa kedalam parutan singkong tersebut

5. Setelah itu goreng dengan api yang kecil supaya rasa didalam combro tersebut lebih merata

6. Tiriskan. Dan *Combro Happy* dapat dinikmati

5.3 Tenaga produksi

5.3 bahan baku dan dan bahan pembantu

Didalam proses pembuatan makanan dan minuman membutuhkan bahan baku dan bahan pembantu. *Combro Happy* memerlukan singkong sebagai bahan baku utama dan varian rasa dan garpu kecil sebagai bahan pembantu tersebut agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas.

Tabel 5.2 bahan baku dan bahan pembantu

Bahan Baku	Singkong yang Telah diparut
Bahan baku hias	Stiker sebagai hiasan kemasan.
Bahan baku pembantu	Garpu plastic kecil

No	Mesin dan peralatan	Fungsi
----	------------------------	--------

5.4 Tenaga Produksi

Pada awal-awal produksi, proses produksi *Combros Happy* tidak memerlukan karyawan, karena dilakukan oleh pemiliknya sendiri. Mulai dari mengola menjadi combro sampai pemasaran. Pada tahun-tahun yang berikutnya, ada kemungkinan untuk merekrut karyawan. Jika usaha ini sukses dan maju dibidangnya, ada beberapa karyawan yang bisa direkrut untuk membantu dalam pelaksanaan proses produksi.

5.5 Mesin dan peralatannya

1	Kompor Gas	Sebagai tempat untuk memasak <i>Combro Happy</i>
2	Panci	Sebagai wadah untuk proses pemanasan varian Rasa dari Combro tersebut.
3	Piring	Sebagai wadah untuk tempat setelah digoreng
4	Sodet	Sebagai pengaduk dalam proses pembuatan combro
5	Gas	Membantu dalam proses pemasakan pudding

6. Aspek Keuangan

6.1 Sumber Pendanaan

Modal merupakan dana yang dibutuhkan dalam memulai sebuah bisnis. Modal digunakan untuk membiaya

pengadaan aktiva dan dan operasi dalam bisnis. Modal awal *Combrow Happy* diperkirakan sebesar Rp 1.000.000,-. Modal tersebut didapatkan dari modal saya sendiri.

Tabel 6.4 Kebutuhan Modal kerja / tahun

6.2 rencana kebutuhan modal investasi

Untuk kebutuhan modal investasi usaha *Combrow Happy* memerlukan Modal investasi yaitu sebesar **Rp 1.836.000,-** .

Tabel 6.1 Modal investasi

No	Peralatan	Harga
1.	Panci besar (2)	Rp. 310.000
2.	Kompor	Rp. 300.000
3.	Sodet	Rp. 10.000
4.	Freezer kecil	Rp. 1.000.000
5.	Gas	Rp. 216.000
Total Biaya		Rp 1.836.000,- .

6.3 kebutuhan modal kerja

Kebutuhan modal kerja yang dibutuhkan oleh untuk mendukung kegiatan usahanya yaitu

Tabel 6.2 Biaya Peralatan Kantor

Combro Happy per tahun

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1.	Kertas note	Rp. 60.000
2.	Sticker kemasan	Rp. 100.000
3.	Pena	Rp. 24.000
Jumlah		Rp. 184.000

Tabel 6.3 Biaya Operasional *Combro Happy* per tahun

No.	Ket.	Jumlah (Rp)
1.	Biaya minyak goreng	Rp. 180.000
2.	Brosur	Rp. 100.000
3.	Biaya listrik	Rp. 3.000.000
4.	Biaya Transportasi	Rp. 500.000
5.	Biaya internet	Rp. 900.000
Jumlah		Rp. 4.680.000

No	Uraian	Jumlah	Harga
1.	Singkong	10 batang kg . Rp.15.000	Rp. 150.0000
2.	Bubuk Rasa	30 varian. Rp.7.000	Rp. 210.000
3.	Minyak Goreng	10 liter. Rp.9.000	Rp. 90.000
4.	Gula	10 kg . Rp.15.000	Rp. 150.000
5.	Cup	60 pack . Rp. 8000	Rp. 480.000
6.	Garpu	60 pack . Rp.5000	Rp. 300.000
Total Biaya			Rp. 1.380.000

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Studi kelayakan bisnis memiliki peran penting untuk untuk menentukan layak tidaknya suatu bisnis. (Purwana, Hidayat 2016: 10)

Tabel 6.5 Analisis Kelayakan Usaha

Keterangan	Tahun 2018 (Rp)	Tahun 2019 (Rp)	Tahun 2020 (Rp)
Pendapatan penjualan	Rp. 30.000.000	Rp. 40.000.000	Rp. 55.000.000
Modal investasi	Rp. 10.000.000	Rp. 0	Rp. 0
Biaya tetap :			
Panci besar	Rp. 310.000	Rp. 440.000	Rp. 510.000
Kompore	Rp. 300.000	Rp. 450.000	Rp. 670.000
Freezer kecil	Rp. 1.000.000	Rp. 1.250.000	Rp. 1.800.000
Depresiasi	Rp. 350.000	Rp. 350.000	Rp. 350.000
Total biaya tetap	Rp. 1.960.000	Rp. 2.490.000	Rp. 3.330.000
Biaya variabel :			
Biaya minyak	Rp. 90.000	Rp. 130.000	Rp. 170.000
Biaya brosur	Rp. 100.000	Rp. 140.000	Rp. 185.000
Biaya internet	Rp. 900.000	Rp. 955.000	Rp. 1.000.000
Biaya transportasi	Rp. 500.000	Rp. 565.000	Rp. 600.000
Biaya listrik	Rp. 3.000.000	Rp. 3.600.000	Rp. 3.800.000
Biaya perlengkapan Kantor	Rp. 184.000	Rp. 190.000	Rp. 195.000
Total biaya variabel	Rp. 4.774.000	Rp. 5.580.000	Rp. 5.020.000

Total biaya	Rp. 6.734.000	Rp. 8.070.000	Rp. 8.320.000
--------------------	----------------------	----------------------	----------------------

6.4.1 Payback period

Payback Period adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk present value. Semakin kecil periode atas pengembaliannya, maka akan semakin cepat pula proses pengembalian suatu investasi dari usaha tersebut (Hidayat dan Purwana 2016, h.150).

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Investasi} &= \text{Rp}1.836.000 \\ \text{Arus kas tahun ke-1} &= \text{Rp}16.270.000 \end{aligned}$$

$$\text{PP} = \frac{\text{Rp} 1.836.000 \times 12}{\text{Rp} 16.270.000}$$

$$\text{Bulan} = 1.354 \approx 2$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan didapatkan bahwa Payback Period pada usaha *Combrow Happy* selama 2 Bulan.

6.4.2 Net Present Value

Net Present Value (NPV) merupakan analisis manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu usaha. Analisis ini dapat dilihat dengan menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang

penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Hidayat dan Purwana 2016, h.133).

$$\begin{aligned} &: \\ &\text{Rp}8.135.000 + \text{Rp}6.300.000 + \\ &\text{Rp}4.043.750 - \text{Rp}1.836.000 = \\ &\text{Rp}16.642.750 \end{aligned}$$

Hasil NPV dari **Combrow Happy** sebesar $\text{Rp}16.642.750,-$ dan mempunyai bernilai positif, maka investasi *Combrow Happy* layak atau dapat diterima.

6.4.3 Internal Rate of Return

Internal Rate Of Return (IRR) adalah analisis manfaat finansial yang memperhitungkan tingkat pengembalian bunga suatu investasi. Dimana pada IRR memperhitungkan tingkat suku bunga nilai sekarang investasi dibandingkan dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa mendatang (Hidayat dan Purwana 2016, h.133).

IRR sangat penting untuk mendapatkan imbal hasil saat jatuh tempo. Dari perhitungan IRR didapatkan hasil sebesar 53% yang ternyata nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai bi rate sebesar 6.5% sehingga usaha ini layak untuk di jalankan.

6.5 Analisis Keuntungan

Break Even Point

Break Even Point ditentukan berdasarkan titik impas (Purwana, Hidayat 2016). Berikut di bawah ini merupakan rumus perhitungan BEP pada usaha Combrow menurut Hidayat Purwana, Buku Studi Kelayakan Bisnis:

BEP dalam Unit

$$\begin{aligned} & \text{- Tahun 2018} \\ & = \frac{6.734.000}{5.000 - 2.000} \\ & = 2.244 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \text{- Tahun 2019} \\ & \frac{8.070.000}{5.000 - 2.200} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & = \frac{5.000 - 2.200}{5.000 - 2.200} \\ & = 2.882 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \text{- Tahun 2020} \\ & \frac{8.320.000}{5.000 - 2.500} \\ & = 3.328 \text{ Unit} \end{aligned}$$

BEP dalam Rupiah

$$\begin{aligned} & \text{- Tahun 2018} \\ & h = \frac{6.734.000}{1 - 2.000/5.000} \\ & = \text{Rp. 11.223.333} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \text{- Tahun 2019} \\ & h = \frac{8.070.000}{1 - 2.200/5.000} \\ & = \text{Rp. 14.410.714} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \text{- Tahun 2020} \\ & h = \frac{8.320.000}{1 - 2.500/5.000} \\ & = \text{Rp. 16.640.000} \end{aligned}$$

6.6 Laporan keuangan

6.6.1 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba/ Rugi adalah laporan yang menunjukkan jumlah pendapatan yang diperoleh dan biaya – biaya yang dikeluarkan dalam suatu periode tertentu (Hidayat dan Purwana 2016, h.150)

Tabel 6.6 Laporan Laba Rugi selama periode 3 tahun

	2018	2019	2020
Pendapatan	Rp. 30.000.000	Rp. 40.000.000	Rp. 55.000.000
Biaya bahan baku	Rp. 6.680.000	Rp. 6.900.000	Rp. 7.180.000
Biaya perlengkapan	Rp. 1.836.000	Rp. 1.900.000	Rp. 2.100.000
Biaya lain-lain	Rp. 4.774.000	Rp. 5.580.000	Rp. 5.020.000
Beban depresiasi	Rp. 350.000	Rp. 350.000	Rp. 350.000
Laba bersih	Rp. 16.360.000	Rp. 25.270.000	Rp. 40350.000

DAFTAR PUSTAKA

- Apriansa, I., Lestari, R. B., & Artina, N. (2017). *CAKE AND CONE (Perencanaan Pendirian Usaha Cake Buah Dalam Cone Es Krim)*.
- Apriyani, I., Kasih, Y., & Charisma, A. (2017). *MANGOTHY DONUTS (Perencanaan Pendirian Usaha Kue Donat Mangga)*.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi, & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.