

## **“Bandrek Jeger Bandung” (Perencanaan Pengembangan Inovasi Usaha Bandrek Di Palembang Di Era New Normal)**

<sup>1</sup>Nanda Puspita, <sup>2</sup>Yulizar Kasih, <sup>3</sup>Faradila Meirisa

**Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang**

<sup>1</sup>nandapuspita07@mhs.mdp.ac.id, <sup>2</sup>yulizar@stie-mdp.ac.id, <sup>3</sup>faradilameirisa@stie-mdp.ac.id

**Abstrak:** Bandrek Jeger Bandung merupakan perencanaan pengembangan usaha bandrek di era new normal dengan sistem penjualan menggunakan sebuah sepeda yang telah dimodifikasi sedemikian rupa sebagai tempat usaha. Usaha ini berlokasi di Jalan angkatan 45 palembang. Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial yaitu instagram dan *whatsapp*. Berdasarkan aspek kelayakan usaha, maka didapatkan *payback period* selama 1 tahun 10 bulan 28 hari, *net present value* yang bernilai positif yaitu 144.259.514, *internal rate of return* sebesar 45.24%, *profitability index* memenuhi syarat >1 yaitu 2,13 dan *accounting rate of return* sebesar 234%. Dengan analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan pengembangan inovasi usaha bandrek dinyatakan layak untuk dijalankan dan berprospek menguntungkan di masa mendatang

**Kata kunci:** Bandrek, Pengembangan Usaha, Kelayakan Usaha

*Abstract: Bandrek Jeger Bandung is planning the development of bandrek business in the new normal era with the concept of selling using a bicycle that has been modified in such a way as a place of business. The business is located on the 45th street of Palembang. Promotions made through social media such as instagram and whatsapp. Based on aspects of business feasibility, the payback period is obtained for 1 year 10 months 28 days, net present value is positive value of 144,259,514, internal rate of return is 45.24%, profitability index is eligible which is >1 is 2.13 and accounting rate of return is 234%. So it can be concluded that the development planning of bandrek business innovation is declared feasible to run and have a favorable expectation in the future*

**Keyword:** *Bandrek, Business Development, Business Feasibility*

### **1. PENDAHULUAN**

Jahe merupakan rempah rempah tradisional yang tidak hanya dapat menjadi penghangat tubuh tetapi juga dipercaya memiliki berbagai manfaat salah satunya yaitu dapat memperkuat daya tahan tubuh termasuk menangkal virus corona. Salah satu minuman yang terbuat dari jahe adalah bandrek. Bandrek merupakan minuman yang terbuat dari

campuran jahe, gula merah serta campuran beberapa rempah-rempah alami seperti cengkeh, kayu manis, serai, lada putih, dan lain sebagainya yang digunakan untuk memperkuat efek hangat pada bandrek.

Seiring dengan perkembangan jaman minat masyarakat terhadap bandrek terus mengalami penurunan dan kemudian tergantikan oleh minuman lain seperti *thai tea*, *boba milk tea* dan minuman

lainnya yang terus berinovasi untuk dapat menarik perhatian dari konsumen. Dengan melihat keinginan masyarakat serta perkembangan pasar di Indonesia yang selalu berubah-ubah, maka bandrek harus dapat diinovasikan sesuai dengan perkembangan zaman agar bandrek tetap dapat diminati dan bersaing dengan minuman lain. Inovasi dapat meliputi dari segi produk dimana bandrek jeger bandung menawarkan 5 macam varian rasa seperti bandrek original, *soya bean*, milo, telur bebek dan telur ayam kampung.

Hal ini dilakukan untuk dapat memperluas pangsa pasar, diharapkan konsumen dapat menyukai, menikmati bandrek dan akan tetap dapat merasakan manfaatnya untuk kesehatan karena bahan baku yang digunakan sama sekali tidak mengandung bahan yang berbahaya untuk tubuh, kemasan yang digunakan oleh bandrek jeger bandung yaitu dengan menggunakan sebuah *papercup*, sistem pemasaran dimana bandrek jeger bandung memanfaatkan media sosial sebagai media untuk memperkenalkan produk baik produk lama maupun produk baru yang akan tersebar secara luas.

Pengembangan usaha yang akan Bandrek Jeger Bandung dilakukan adalah dengan menerapkan sebuah konsep penjualan yang berbeda dari penjualan bandrek pada umumnya yaitu dengan menggunakan sebuah sepeda yang telah dimodifikasi sebagai tempat usaha. Konsep penjualan dengan menggunakan sepeda dapat dikategorikan unik karena pada dasarnya sistem penjualan ini masih sangat jarang ditemukan di Kota Palembang dengan menjual beberapa menu yang paling banyak diminati oleh konsumen berdasarkan pada data penjualan selama 3 tahun terakhir.

Visi usaha Bandrek Jeger Bandung adalah menjadi Bandrek yang paling di minati oleh konsumen di Kota Palembang pada tahun 2024. Misi akan dijalankan adalah *pertama*, Mengutamakan kualitas, rasa dan pelayanan terhadap konsumen. *Kedua*, Menyediakan produk dengan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. *Ketiga*, Menyediakan produk yang berkualitas tinggi, halal, sehat dan aman untuk dikonsumsi. Dan Tujuan dari

pengembangan usaha adalah (1) Mengembangkan Bandrek Jeger Bandung agar dapat dikenal secara luas di seluruh kalangan. (2) Memberikan pelayanan yang terbaik terhadap konsumen. (3) Menyediakan produk dengan harga yang terjangkau.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Konsep Penjualan

Pengembangan pada Bandrek Jeger Bandung akan menerapkan konsep penjualan bandrek dengan menggunakan sebuah sepeda yang telah dimodifikasi sebagai tempat usahanya. Sepeda tersebut akan di desain sedemikian rupa untuk menarik para konsumen yang rencananya akan berlokasi di Jalan Angkatan 45, Lorok Pakjo, Kecamatan. Ilir Barat I Kota Palembang, Sumatera Selatan 30137, tepatnya dipintu samping Palembang *Square*.

Kegiatan penjualan dapat dilakukan dengan cara konsumen dapat langsung mengunjungi *outlet* bandrek jeger bandung atau dapat melakukan pemesanan produk melalui media sosial yaitu instagram dan whatsapp, bandrek jeger bandung telah menjalin hubungan kerja sama dengan gojek Indonesia sebagai partner bisnis, ini akan mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan produk. Bandrek Jeger Bandung menyajikan 5 varian rasa antara lain yaitu bandrek original, *soya bean*, milo, telur ayam kampung, dan telur bebek.

Bandrek jeger bandung menyediakan varian rasa yang beragam karena melihat keinginan konsumen yang menyukai minuman yang unik serta menarik sehingga berbagai pilihan varian rasa ini diharapkan konsumen tetap dapat menikmati bandrek dengan varian rasa yang mereka sukai dengan tetap dapat merasakan efek atau manfaat baik jahe bagi kesehatan. Selain dari varian rasa yang berbeda, bandrek jeger bandung juga memiliki keunikan dari segi kemasan yaitu dengan menggunakan sebuah *papercup* yang telah dihiasi dengan logo usaha. Selain dari segi rasa, kualitas serta kemasan, Bandrek Jeger Bandung juga memiliki keunggulan lain seperti pelayanan yang ramah dan sopan kepada pembeli

serta akan merespon semua pertanyaan maupun pemesanan konsumen melalui media sosial dengan baik dan akan menjelaskannya secara jelas kepada para pelanggan yang bertanya mengenai produk maupun harga.

### 2.2 Keuntungan dari Sisi Marketing Konsep Penjualan

Dengan menggunakan sebuah konsep penjualan dengan menggunakan sepeda dapat mengurangi berbagai pengeluaran seperti tidak perlu membayar biaya listrik, biaya wifi, dan lain sebagainya, konsep ini dapat membuat penjualan menjadi lebih *fleksibel* yaitu dengan cara penjual dapat berpindah lokasi jika suatu saat mungkin akan sebuah menemukan lokasi usaha yang lebih strategis, berpotensi menguntungkan serta dapat mengikuti beberapa *event* atau bazar yang sifatnya tidak menetap dan sedang booming dikunjungi oleh masyarakat, sehingga diharapkan dengan mengikuti bazaar tersebut maka usaha Bandrek Jeger Bandung akan dapat dikenal secara luas oleh masyarakat.

### 2.3 Strategi Pemasaran (7P)

Dalam menjalankan sebuah bisnis, suatu perusahaan pasti membutuhkan sebuah strategi pemasaran, strategi merupakan sebuah kunci utama bagi sebuah perusahaan untuk dapat bersaing dengan para pesaing. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang dapat dikendalikan dan biasanya dikenal dengan nama bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran pemasaran merupakan sekelompok variabel variabel *marketing* yang digunakan oleh perusahaan dalam mengejar target penjualan yang diinginkan. Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik (Muhammad Yusuf & Miah Sai, 2019).

### 2.4 Analisa Laporan Keuangan, Kelayakan Usaha, dan Keuntungan

Menurut Aldila Septiana (2015) Laporan keuangan berfungsi untuk menyediakan informasi posisi keuangan, kinerja keuangan perusahaan serta

menunjukkan perubahan posisi keuangan suatu perusahaan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012) analisis kelayakan usaha merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan. Analisis kelayakan usaha terdiri dari *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitabilities Index*, *Internl Rate of Return*, dan *Average Rate of Return*.

Menurut Wastam Wahyu Hidayat (2019) *Payback Period* merupakan suatu periode maupun jumlah tahun yang diperlukan oleh suatu usaha untuk dapat mengembalikan nilai investasi yang telah dikeluarkan *Net Present Value (NPV)* merupakan selisih antara nilai sekarang dari arus kas yang masuk dengan nilai sekarang dari arus kas yang keluar pada periode tertentu. *Profitability Index (PI)* merupakan sebuah metode untuk menghitung perbandingan antara nilai arus kas bersih yang akan datang dengan nilai investasi yang sekarang. *Average Rate of Return (ARR)* merupakan suatu metode analisis yang mengukur besarnya tingkat keuntungan dari suatu investasi. *Internal Rate of Return (IRR)* adalah analisis manfaat finansial yang memperhitungkan tingkat pengembalian bunga suatu investasi (Dedi Purwanan dan Nurudin Hidayat 2016, h.133).

Analisis keuangan yang digunakan adalah *BEP (Break Event Point)* yang digunakan untuk mengetahui berapa besar titik impas yang akan dihasilkan oleh suatu bisnis.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian terapan (*Applied Research*). dimana penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang dapat membantu suatu bisnis dalam memecahkan sebuah persoalan didalam kehidupan sehari hari (Kun Maryati & Juju Suryawati, 2006). Penelitian didesain dalam bentuk studi deskriptif kuantitatif dan kualitatif

(Sekaran & Bougie, 2017). Studi deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan data yang dapat menjelaskan karakteristik orang, kejadian, situasi, dan kondisi tertentu, dalam hal ini perusahaan Bandrek Jeger Bandung.

### 3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiono (2009:38) menyatakan bahwa objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek di dalam penelitian ini adalah Bandrek Jeger Bandung di Kota Palembang.

### 3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung, data primer didapatkan melalui wawancara yang secara langsung dilakukan dengan pemilik usaha Bandrek Jeger Bandung mengenai profil usaha, kinerja perusahaan, peluang pasar. Sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang telah ada, data sekunder diperoleh melalui sumber dari perpustakaan, data yang diperoleh dari BPS serta perkembangan usaha yang telah ada.

### 3.4 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan untuk dapat menentukan keputusan bisnis layak dijalankan atau tidak layak dengan menggunakan analisis laporan keuangan, analisis kelayakan, dan analisis keuntungan. Untuk analisis laporan keuangan dengan menggunakan perkiraan neraca dan laporan laba/rugi. Analisis kelayakan dengan menggunakan *Payback Period*, *NPV*, *IRR*, *ARR* dan *PI*. Analisis keuntungan dengan menggunakan *BEP*. Hasil dari semua analisis tersebut akan dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan statistik sederhana dalam bentuk tabel

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Usaha Bandrek Jeger Bandung

Bandrek Jeger Bandung merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang kuliner. Usaha ini telah dirintis sejak 5 Januari 2016 dengan Pak Gusci Kurniawan selaku pemilik. Usaha ini berlokasi di Jalan Gub H Bastari 3, 8 Ulu, Seberang Ulu 1.

Pengembangan pada Bandrek Jeger Bandung akan menerapkan konsep penjualan bandrek dengan menggunakan sebuah sepeda yang telah dimodifikasi sebagai tempat usahanya. Sepeda tersebut akan di desain sedemikian rupa untuk menarik para konsumen yang rencananya akan berlokasi di Jalan Angkatan 45, Lorok Pakjo, Kecamatan. Ilir Barat I Kota Palembang, Sumatera Selatan 30137, tepatnya dipintu samping Palembang *Square*.

Kegiatan penjualan dapat dilakukan dengan cara konsumen dapat langsung mengunjungi *outlet* bandrek jeger bandung atau dapat melakukan pemesanan produk melalui media sosial yaitu instagram dan whatsapp, bandrek jeger bandung telah menjalin hubungan kerja sama dengan gojek Indonesia sebagai partner bisnis, ini juga mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan produk. Bandrek Jeger Bandung menyajikan 5 varian rasa antara lain yaitu bandrek original, *soya bean*, milo, telur ayam kampung, dan telur bebek. Selain dari varian rasa yang berbeda, bandrek jeger bandung juga memiliki keunikan dari segi kemasan yaitu dengan menggunakan sebuah *papercup* yang telah dihiasi dengan logo usaha.

Produk Bandrek yang ditawarkan oleh Bandrek Jeger Bandung ditujukan kepada semua kalangan masyarakat mulai dari anak naka, remaja, dewasa sampai ke orang tua, baik berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dan mencakup semua kalangan mulai dari kalangan bawah, menengah hingga kalangan atas yang mengkonsumsi minuman yang enak dan dapat memberikan manfaat bagi tubuh yaitu meningkatkan imunitas tubuh .

Rencana Penjualan Bandrek Jeger Bandung pada tahun 2021, 2022 dan 2023 didapatkan dari data permintaan Bandrek Jeger Bandung 2017, 2018, 2019

dan dapat dihitung dengan menggunakan rumus regresi linear. Hasil ramalan penjualan Bandrek Jeger

Bandung pada tahun 2021, 2022 dan 2023 dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1.** Rencana Penjualan 2021-2023 Bandrek Jeger Bandung

Tahun	Bandrek Original	Bandrek Milo	Bandrek Soya Bean	Bandrek Telur Ayam Kampung	Bandrek Telur Bebek
2021	2.958	3.210	1.361	2.310	2.102
2022	3.346	3.474	2.112	2.776	2.430
2023	3.674	3.689	2.704	3.161	2.714

Sumber: Hasil Analisis Data, 2020

#### 4.2 Strategi Pemasaran Inovasi Usaha Bandrek Jeger Bandung

Strategi Pemasaran yang akan digunakan oleh Bandrek Jeger Bandung merupakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Process,* dan *Physical Evidence*.

*Product* (Produk) yang akan dipasarkan adalah Bandrek yang menawarkan 5 varian rasa yaitu bandrek original, bandrek *soya bean*, bandrek milo, bandrek telur bebek dan bandrek telur ayam kampung. Bandrek jeger bandung selalu mengutamakan kualitas bahan baku, cita rasa serta pelayanan yang diberikan agar dapat memuaskan konsumen. Untuk kemasan yang akan digunakan oleh Bandrek Jeger Bandung adalah dengan menggunakan sebuah *papercup*.

*Price* (Harga) yang akan ditawarkan pada inovasi Bandrek Jeger Bandung dimulai dari Rp 10.000 – Rp 18.000 sehingga konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan kemampuannya. Harga yang ditawarkan Bandrek Jeger Bandung termasuk harga yang terjangkau di kalangan masyarakat.

*Place* (Tempat) Bandrek Jeger Bandung akan berlokasi di jalan Angkatan 45, Lorok Pakjo, Kecamatan. Ilir Barat I Kota Palembang, Sumatera Selatan 30137, tepatnya dipintu samping Palembang *Square* dimana Ilir Barat I merupakan lokasi yang memiliki jumlah penduduk terbanyak no 2 menurut data

BPS tahun 2019 yaitu sebesar 141.545 jiwa, dan lokasi nya cukup strategis karena berada di tengah kota yang terdapat beberapa pusat perbelanjaan, permukiman, serta terdapat banyak partner bisnis yang akan saling menguntungkan sehingga membuat pemilihan lokasi ini akan menjadi peluang yang cukup besar.

*Promotion* (Promosi) Bandrek Jeger Bandung akan melakukan promosi secara *online* melalui media sosial seperti Instagram dan *WhatsApp*. Bandrek Jeger Bandung akan bekerja sama dengan pihak Gopay dan Ovo Indonesia, dimana konsumen akan mendapatkan *cashback* jika menggunakan aplikasi tersebut, kerja sama ini juga untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran sehingga dimasa pandemic virus corona ini konsumen tidak perlu membayar secara cash cukup melakukan pembayaran melalui aplikasi serta setiap pembelian 3 bandrek (bebas varian) akan mendapatkan *free* 1 bandrek original.. Alasan promosi dilakukan menggunakan media sosial dikarenakan pada jaman sekarang media sosial telah dimiliki oleh semua kalangan masyarakat sehingga promosi melalui media sosial merupakan pilihan yang paling efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan suatu produk.

*People* (Orang) Dalam menjalankan bisnis, Bandrek Jeger Bandung membutuhkan 2 tenaga kerja yang terdiri dari 1 karyawan dan 1 pemilik yang bertugas untuk membantu proses penjualan

Bandrek Jeger Bandung yang dilakukan dengan menggunakan sebuah Konsep Penjualan dengan menggunakan sebuah sepeda. Karyawan yang dipekerjakan tentunya harus ramah agar dapat melayani konsumen dengan baik, jujur, disiplin, rajin dan yang dapat bekerja sama.

*Process* (Proses) yang dilakukan oleh Bandrek Jeger Bandung adalah (1) konsumen dapat datang langsung kelokasi usaha, (2) memilih menu dan melakukan pemesanan, (3) setelah melakukan pemesanan, produk akan segera diproses, (4) konsumen dapat melakukan pembayaran secara tunai, atau dapat menggunakan aplikasi ovo dan gopay

*Physical Evidence* (Bukti Fisik) setiap atribut yang ada di Bandrek Jeger Bandung akan

dipasangkan logo karena logo merupakan sebuah identitas untuk suatu perusahaan.

#### 4.3 Sumber Modal, Penggunaan Modal, Perkiraan Pendapatan

Untuk dapat menjalankan sebuah bisnis maka Bandrek Jeger Bandung membutuhkan modal yang bersumber dari modal sendiri sebesar 20% dan modal orangtua sebesar 80% dengan total modal sebesar Rp. 127.448.000. Kebutuhan Modal terbagi menjadi modal investasi, modal kerja, dan biaya biaya lain yang dipergunakan untuk menunjang operasional inovasi bisnis.

Berikut ini merupakan modal investasi, modal kerja dan biaya biaya operasional yang dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Modal Investasi, Modal Kerja, Biaya Biaya dan Perkiraan Pendapatan Bandrek Jeger Bandung

Kategori	Sub Kategori	Tahun	Jumlah (Rp)
a. Modal Investasi	Modal Investasi Depresiasi	2021	6.970.000
			1.342.000
b. Biaya Modal Kerja	Biaya Modal Kerja	2021	66.586.000
		2022	67.644.717
		2023	68.720.268
	Biaya Peralatan Produksi	2021	535.000
		2022	543.507
		2023	552.148
	Biaya Peralatan Operasional	2021	15.159.000
		2022	15.400.028
		2023	15.644.889
c. Biaya – Biaya	Biaya Sewa	2021	3.650.000
		2022	3.708.035
		2023	3.766.993
	Biaya Gaji	2021	42.000.000
		2022	42.667.800
		2023	43.346.218
Biaya Operasional	2021	6.480.000	
	2022	6.583.032	
	2023	6.687.702	
Biaya Perlengkapan Kantor	2021	420.000	
	2022	426.678	
	2023	433.462	
d. Perkiraan Pendapatan	Perkiraan Pendapatan B andrek Jeger B andung	2021	170.631.000
		2022	223.379.000
		2023	275.768.000

**4.4 Analisis Kelayakan Usaha Inovasi Bandrek Jeger Bandung**

Analisis kelayakan pengembangan bisnis Bandrek Jeger Bandung dengan menggunakan perhitungan analisis kelayakan usaha yang terdiri dari (*Payback Period/PP*), (*Net Present Value/NPV*),

(*Profitabilities Index/PI*), (*Internal Rate of Return/IRR*), dan (*Average Rate of Return/ARR*), analisis laporan keuangan yang terdiri dari (Laporan laba/rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas, dan neraca), dan analisis keuntungan (*Break Event Point/BEP*). Berikut ini merupakan hasil perhitungan analisis kelayakan usaha dapat dilihat pada tabel 3

**Tabel 3.** Hasil Analisis Laporan Keuangan Bandrek Jeger Bandung Tahun 2021, 2022 dan 2023

Jenis Analisis	Alat Analisis	Hasil Analisis (Rp)		
			2021	2022
Analisis Laporan Keuangan	Laporan Laba Rugi	Lab a Setelah Pajak	49.299.845	99.889.843
			2021	150.092.517
			2022	176.747.845
	Laporan Perubahan Modal	Modal Akhir	176.747.845	276.637.688
			2021	426.730.205
			2022	43.671.845
	Laporan Arus Kas	Kas Akhir Tahun	2021	101.231.843
			2022	151.434.517
			2023	176.747.845
	Neraca	Total Aktiva = Total Passiva	2021	276.637.688
			2022	426.730.205
			2023	

Sumber: Hasil Analisis Data, 2020

**Tabel 4.** Hasil Analisis Kelayakan Usaha Bandrek Jeger Bandung

Analisis	Hasil	Keterangan
<i>Payback Period(PP)</i>	1 Tahun 10 Bulan 28 Hari	
<i>Net Present Value (NPV)</i>	144.259.514	Positif
<i>Profitabilities Index (PI)</i>	2,31 %	PI = 2,31 > 1
<i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	45,24%	>3,75% (BI Rate)
<i>Average Rate of Return (ARR)</i>	234 %	>100%
<i>Break Event Point (BEP)</i>	BEP Unit/ 2021	2.982
	BEP Unit/ 2022	2.570
	BEP Unit/ 2023	2.509
	B ep Rp/2021	58.333.333
	B ep Rp/2022	58.449.041
	B ep Rp/2023	58.575.970

Sumber: Hasil Analisis Data, 2020

## 5. KESIMPULAN

Inovasi usaha dengan menggunakan sebuah sepeda yang telah dimodifikasi sedemikian rupa sebagai Konsep Penjualan yang akan dilakukan oleh Bandrek Jeger Bandung merupakan inovasi yang unik dan jarang ditemukan di Kota Palembang sehingga inovasi ini merupakan inovasi yang layak untuk dijalankan dapat dilihat dari analisis keuangan yang terdiri dari analisis laporan keuangan, analisis kelayakan usaha, dana analisis Keuntungan

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aldila Septiana, 2019, *Konsep dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan*, Duta Media Publishing, Jawa Timur
- [2] Dedi Purwana dan Nurudin Hidayat, 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- [3] Kasmir dan Jakfar, 2012, *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi, Kencana, Jakarta.
- [4] Kun Maryati & Juju Suryawati, 2006, *Sosiologi 3*, Erlangga, Jakarta Timur
- [5] Muhammad Yusuf dan Miah Said, 2019, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makasar CV Sah Media
- [6] Sugiono. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- [7] Sekaran, U., Bougie. 2017, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- [8] Wastam Wahyu Hidayat, 2019, *Konsep Dasar Investasi dan Pasar Modal*, Uwais Inspirasi Indonesia, Jawa Timur