

ANALISIS PERENCANAAN BISNIS PENGOLAHAN BUAH NAGA MENJADI PRODUK MIBUGA PADA PT TRISNA NAGA ASIH KABUPATEN SUBANG

Doni Sahat Tua Manalu^{1*}, Ninda Aulina²

Program Studi Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi IPB, Jawa Barat, Indonesia

Email : donisahat@apps.ipb.ac.id

Naskah diterima: 3 Juli 2021 Direvisi: 27 Juli 2021 Disetujui terbit: 29 Agustus 2021

ABSTRAK

PT Trisna Naga Asih adalah produsen buah naga di Jawa Barat yang terletak di Kabupaten Subang. Pada saat pascapanen buah naga dilakukan *sortasi* dan *grading*, namun terdapat buah yang tidak terserap oleh pasar dinamakan sebagai *premium grade C* sebanyak rata-rata dalam setahun 369,7 kg/bulan sehingga dapat menjadi kelemahan bagi PT Trisna Naga Asih. Buah Naga selain dikonsumsi secara langsung, dapat dijadikan sebagai produk turunan salah satunya mi. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan dan mengkaji ide perencanaan bisnis baru berupa produk mi buah naga. Metode penelitian yang digunakan untuk pemilihan lokasi penelitian adalah *purposive sampling* dengan alasan salah satu produsen buah naga terbesar di Jawa Barat. Matriks Internal Eksternal (IE) digunakan untuk menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan dan metode studi kelayakan bisnis digunakan untuk menganalisis aspek non finansial dan finansial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh perusahaan adalah strategi WO. Berdasarkan analisis non finansial dan finansial ide perencanaan bisnis pengolahan buah naga menjadi Produk Mibuga pada PT Trisna Naga Asih Kabupaten Subang layak dijalankan.

Kata Kunci : Buah Naga, Matriks IE, Mi Buah Naga, Studi Kelayakan Bisnis,

ABSTRACT

PT Trisna Naga Asih is a dragon fruit producer in west java located in Subang regency. At the time of post-harvest sorting and grading dragon fruit, there are fruits that are not absorbed by the market called premium grade C with an average of 369.7 kg/month in a year so that it can be a weakness for PT Trisna Naga Asih. Besides being consumed directly, Dragon Fruit can be used as a derivative product, one of which is noodles. The purpose of this study was to formulate and examine new business planning ideas in the form of processing dragon fruit into mibuga products at PT Trisna Naga Asih, Subang Regency. The research method used for the selection of research sites is purposive sampling with the reason that PT Trisna Naga Asih is one of the largest dragon fruit producers in West Java, which is located in Subang Regency. Internal External Matrix (IE) is used to analyze the company's internal and external environment and the business feasibility study method is used to analyze non-financial and financial aspects. The results showed that the strategy used by the company was the WO strategy. Based on the non-financial and financial analysis, the idea of a business planning for Dragon Fruit Processing into Mibuga Products at PT Trisna Naga Asih, Subang Regency is feasible.

Keywords: Dragon Fruit, Matrix IE, Dragon Fruit Noodle, Business Feasibility Study

PENDAHULUAN

Produk hortikultura adalah salah satu komoditi pertanian yang memiliki

potensi dan peluang untuk dikembangkan menjadi produk unggulan yang dapat meningkatkan kesejahteraan petani di

Indonesia. Pengembangan produk hortikultura merupakan produk yang sangat dibutuhkan secara berkelanjutan oleh masyarakat Indonesia dan dunia salah satunya menjadikan produk olahan (Pitaloka, 2019). Tanaman buah naga (*Hylocereus* sp.) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki banyak manfaat dan telah dibudidayakan di berbagai negara. Di Indonesia, buah naga mulai dikenal sejak pertengahan tahun 2000 hasil impor dari Thailand dan sudah mulai dikembangkan di beberapa daerah. Jenis buah naga yang dibudidayakan di Indonesia adalah buah berkulit merah, isi merah, super merah, dan isi putih (Muas et al., 2016). Tanaman buah naga dapat tumbuh di daerah yang memiliki kandungan bahan organik cukup tinggi pada ketinggian 800 m di atas permukaan laut dengan derajat keasaman (pH) tanah 6,5-7. Berdasarkan topografi Kabupaten Subang, daerah Kecamatan Cijambe berada di daerah dengan ketinggian 101-500 m di atas permukaan laut oleh sebab itu daerah cocok untuk ditanami buah naga.

Buah naga merupakan buah musiman, namun perusahaan mampu menghasilkan buah naga setiap bulan. PT Trisna Naga Asih berdiri sejak tahun 2012

dengan budi daya buah naga merah (*Hylocereus polyrhizus*) yang menggunakan luas lahan 2 ha dan melakukan panen raya pertama di tahun 2013 sekaligus peresmian menjadi Perseroan Terbatas (PT). Saat ini, volume produksi buah naga merah (*Hylocereus polyrhizus*) pada PT Trisna Naga Asih dengan lahan seluas 25 ha dapat menghasilkan 7-10 ton selama satu bulan. Pada saat pascapanen, dilakukan *sortasi* dan *grading* dengan memberikan *grade A*, *grade B*, dan *grade C*. Pada *grade A* dengan bobot lebih dari 350 g diberikan label merek geulis, dilakukan pemasaran ke supermarket. Pada *grade B* dengan bobot 350 g diberikan label merek trisna, dilakukan pemasaran ke supermarket. Pada *grade C* dengan bobot kurang dari 350 g tidak diberikan nama merek, dilakukan pemasaran ke pengepul.

Pada saat *sortasi* dan *grading* terdapat buah naga yang tidak termasuk ke dalam kriteria ketiga *grade* tersebut yang dinamakan sebagai *premium grade C*. Rata-rata hasil panen pada saat musim panen raya maupun tidak saat musim panen raya menghasilkan sebanyak 9.829,5 kg/bulan sedangkan rata-rata hasil buah naga *premium grade C* dalam setahun sebanyak 369,7 kg/bulan yang tidak dapat terserap oleh pasar. Persentase hasil buah naga

premium grade C sebanyak 3,8 % dari rata-rata hasil panen buah naga. Buah tersebut biasanya didiamkan hingga busuk atau diberikan kepada masyarakat sebagai bantuan sosial. Perbedaan buah naga *premium grade C* yaitu tekstur kulit buah, ukuran buah yang sangat kecil, dan buah yang terlalu matang di pohon menyebabkan buah tersebut pecah. Akan tetapi, buah naga *premium grade C* tidak mengubah rasa dan kualitas buah tersebut. Perusahaan menghasilkan buah naga yang tidak terserap oleh pasar dapat menjadi kelemahan bagi PT Trisna Naga Asih.

Buah naga dapat dijadikan berbagai jenis produk turunan di antaranya es krim,

jus, keripik, mi, selai, puding, salad, dan soda. Mi adalah salah satu makanan yang paling banyak digemari, karena memiliki kandungan makanan yang bergizi. Mi dapat menjadi makanan pengganti nasi dikarenakan memiliki kandungan karbohidrat tinggi dengan bahan baku utamanya tepung terigu yang dapat memperbaiki tekstur serta menambahkan cita rasa (Analianasari & Zaini, 2017). Data Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2013–2018 pada konsumsi pangan penduduk Indonesia berdasarkan asal bahan pangan menunjukkan konsumsi pangan mi mengalami perubahan (BKP 2019) seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

TABEL 1 KONSUMSI PANGAN BERDASARKAN KELOMPOK TERIGU PADA TAHUN 2013–2018

No	Kelompok terigu	Satuan	Tahun					
			2013	2014	2015	2016	2017	2018
1.	Mi basah	g/kap/hari	3,13	3,08	5,09	5,02	5,17	na
		kg/kap/tahun	1,14	1,12	1,86	1,83	1,89	na
2.	Mi instant	g/kap/hari	2013	2014	2015	2016	2017	2018
		kg/kap/tahun	1,98	1,87	1,99	1,99	1,96	2,4

Sumber : SUSENAS 2009, 2010, (2011–2018 triwulan 1). na : data tidak tersedia
 *diolah BPS dan dijustifikasi dengan pendekatan pengeluaran oleh BKP

Konsumsi pangan mi terus meningkat, dikarenakan berbagai keunggulan yang dimiliki mi yaitu tekstur, rasa, wujud, dan kepraktisan penggunaannya (Analianasari & Zaini, 2017). Warung mi buah naga yang terdapat

di Kota Subang masih sedikit di antaranya Kedai LP1 dan Kedai LP2. Berdasarkan hasil survei melalui wawancara langsung dengan pemilik diperoleh data permintaan dalam sebulan untuk Kedai LP1 sebanyak 912 porsi sedangkan Kedai LP2 sebanyak

864 porsi. Dengan adanya permintaan mi buah naga yang tinggi, adanya peningkatan dalam mengkonsumsi mi basah dan mi instant, dan belum adanya pelaku usaha yang melakukan pengolahan produk buah naga di Kabupaten Subang dapat menjadi peluang bagi PT Trisna Naga Asih. Perusahaan dapat memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang dalam menjalankan bisnis pengolahan buah naga menjadi produk mibuga. Melalui uraian tersebut maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan dan mengkaji ide perencanaan bisnis baru berupa pengolahan buah naga menjadi produk mibuga pada PT Trisna Naga Asih Kabupaten Subang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 Februari sampai 30 April 2021 di PT Trisna Naga Asih yang berlokasi di Kampung Bagara Sari Rt 012 Rw 004, Desa Cijambe, Kecamatan Cijambe, Kabupaten Subang, Jawa Barat. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016:193). Sumber data primer dalam kajian pengembangan

bisnis melalui observasi atau penelitian dan wawancara di lapangan dengan *manager* serta karyawan di PT Trisna Naga Asih dan masyarakat sekitar. Observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan di lokasi penelitian dan pada kegiatan yang dilakukan oleh sumber data.

2. Sumber data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari pihak lain.

Metode Analisis

Metode analisis adalah metode yang digunakan untuk mengetahui kelayakan pengembangan suatu bisnis berdasarkan data-data yang diperoleh. Metode analisis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung serta wawancara untuk mengkaji aspek non finansial meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis atau operasional, aspek organisasi dan manajemen, dan aspek kolaborasi. Data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif yang dapat dihitung atau diukur sehingga dapat mengkaji aspek finansial dengan menggunakan studi kelayakan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian Tindakan (Action Research)

Penelitian tindakan merupakan salah satu jenis dari penelitian kuantitatif.

Penelitian tindakan digunakan untuk memecahkan suatu masalah dengan langsung mengaplikasikan tindakan pada lingkungan tersebut. Permasalahan yang dihadapi oleh PT Trisna Naga Asih yaitu menghasilkan buah naga dengan *premium grade C* yang tidak terserap oleh pasar dengan memanfaatkan peluang yang ada pada perusahaan.

Purposive Sampling

Purposive sampling merupakan sebuah metode *non random sampling* yang digunakan oleh periset untuk memastikan pengutipan ilustrasi dapat menanggapi kasus tersebut (Lenaini et al., 2021). Peneliti memerlukan riset tentang pengolahan mi buah naga sehingga sumber informasinya berasal dari pelaku usaha mi buah naga serta perusahaan yang bergerak di budi daya buah naga yaitu PT Trisna Naga Asih.

Ide Pengembangan Bisnis

Strategi pengembangan bisnis diperoleh berdasarkan hasil faktor internal dan faktor eksternal pada PT Trisna Naga Asih yaitu strategi WO. Hasil akhir Matriks IFE dengan total skor 2,862 dan hasil akhir Matriks EFE dengan total skor 2,465. Hasil Matriks IE PT Trisna Naga Asih berada di kuadran V yaitu menjadi dan mempertahankan. Strategi yang dapat dilakukan yaitu penetrasi pasar dan

pengembangan produk. Perusahaan dapat memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang dalam menjalankan bisnis produk mi buah naga. PT Trisna Naga Asih memiliki kelemahan yaitu terdapat buah naga merah dengan *premium grade C* yang tidak terserap oleh pasar. Saat ini, buah tersebut dimanfaatkan sebagai bantuan sosial ke masyarakat atau didiamkan sampai busuk. Salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi hal tersebut yaitu pengolahan buah naga menjadi produk mibuga.

Perencanaan Produk

Produk yang akan dihasilkan adalah mi basah dan mi kering. Salah satu jenis buah naga yang digunakan adalah *hylocereus polyrhizus* kulit berwarna merah muda dengan daging buah merah. Untuk jenis buah naga berdaging merah mengandung *beta carotene* sebagai antioksidan. Warna merah berasal dari pigmen alami yang dikenal sebagai *hylocerenin* dan *isohylocerenin* (Muas et al, 2016). Dalam perencanaan merek, produk mi akan dipasarkan dengan nama merek "Mibuga" berasal dari singkatan mi buah naga. Kemasan yang digunakan berdasarkan jenis mi yang dihasilkan. Perencanaan kemasan mi basah menggunakan mika plastik dengan ukuran

TX-10 yang akan diisi 16 gulungan mi, kemudian ditempel dengan logo mibuga. Selanjutnya, perencanaan kemasan mi kering menggunakan *standing pouch* dengan ukuran 16 x 24 cm yang diisi 2 cetakan mi kering.

Perencanaan Pasar dan Pemasaran

Strategi pemasaran digunakan untuk menetapkan suatu target pasar dan bauran pemasaran untuk mencapai tujuan usaha (Setyorini et al., 2016).

1. Strategi bersaing atau STP

Tujuan pokok dari *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* adalah memposisikan suatu merek dalam benak konsumen sehingga merek tersebut memiliki keunggulan kompetitif berkesinambungan (Tjiptono, 2007:211).

a. *Market segmentation* (segmentasi pasar)

Berdasarkan geografis, mi basah hanya mencakup Subang. Selanjutnya untuk mi kering mencakup daerah Subang, Bandung, Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, dan Karawang. Berdasarkan demografis, mi basah dan mi kering cocok dikonsumsi oleh semua kalangan kelas baik laki-laki dan perempuan dengan

usia 12 tahun hingga dewasa. Berdasarkan psikografis, mi basah dan mi kering cocok untuk pencinta mi dan gaya hidup sehat.

b. *Market targeting* (pasar sasaran)

Target pasar dari produk mi buah naga yaitu masyarakat pencinta mi dan gaya hidup sehat.

c. *Market positioning* (posisi pasar)

Produk mi diposisikan sebagai mi sehat tanpa pengawet, tanpa pewarna sintesis, dan tanpa penguat rasa.

2. Bauran pemasaran

Bauran pemasaran adalah unsur pemasaran yang saling berkaitan, oleh sebab itu dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dengan efektif (Hurriyati, 2010:28).

a. *Product*

Produk yang akan dihasilkan adalah mi basah dan mi kering yang terbuat dari buah naga. Mi buah naga akan dipasarkan dengan nama merek mibuga yaitu mi buah naga. Masa kedaluwarsa untuk mi basah hanya satu hari sedangkan mi kering dapat bertahan satu bulan.

b. *Price*

Penetapan harga berdasarkan HPP dan jenis mi. Untuk jenis mi basah per

mi yaitu sebesar Rp7.500,00 selanjutnya untuk jenis mi kering per mi yaitu sebesar Rp. 8.500,00.

c. *Place*

Mi basah akan dipasarkan dan bekerja sama dengan berbagai warung mi di antaranya kedai LP1, kedai LP2, mie ayam bakso podomoro, bakso jeletot, dan warung sakinah. Mi kering akan dipasarkan melalui media website, instagram, dan whatsapp.

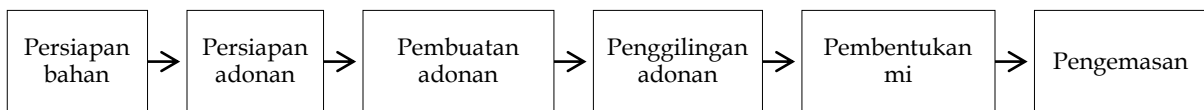
d. *Promotion*

Bentuk promosi yang dilakukan yaitu pemasangan *banner* dan *mini x banner*, melalui media website resmi,

instagram, whatsapp, dan *personal selling*.

Perencanaan Produksi

Lokasi rumah produksi terletak di kawasan buah naga PT Trisna Naga Asih dengan luas 5 m x 8 m. Penentuan *layout* terdiri atas tempat pemotongan buah naga, tempat penghalusan buah naga, tempat penggilingan, tempat cuci piring, toilet kantor, tempat pengemasan, dan tempat penyimpanan. Alur proses produksi mi buah naga seperti ditunjukkan pada Gambar 1.



GAMBAR 1 ALUR PROSES PRODUKSI MI BUAH NAGA

Perencanaan Organisasi dan Manajemen

Bentuk usaha produk mibuga berbentuk Perseroan Terbatas (PT) karena masih dalam naungan yang sama. Struktur organisasi dalam bisnis produk mibuga merupakan tambahan dari struktur organisasi perusahaan sebelumnya. Jumlah tenaga kerja yaitu 4 orang meliputi 1 kepala divisi pengolahan buah naga, 2 divisi produksi, dan 1 divisi pemasaran.

Perencanaan Kolaborasi

Perencanaan kolaborasi dalam bisnis mi buah naga yaitu bekerja sama dengan pemasok dan *reseller*. Pemasok di antaranya pemasok kemasan dan sticker di Kota Subang dan warung sembako. Selanjutnya, *reseller* bekerja sama dengan warung mi di antaranya kedai LP1, kedai LP2, mie ayam bakso podomoro, bakso jeletot, dan warung sakinah.

Perencanaan Finansial

Pendanaan adalah suatu indikator penting untuk menentukan bisnis tersebut dapat dijalankan atau tidak. Sumber pendanaan untuk perencanaan bisnis produk mibuga menggunakan modal pribadi (Sulastri, 2016).

1. Analisis penerimaan

Pada tahun ke-1 produksi dilakukan selama 9 bulan dan tahun ke-2 sampai tahun ke-10 dilakukan selama 12 bulan. Sumber penerimaan diperoleh dari penjualan mi basah dan mi kering. Untuk mi basah tahun pertama sebesar Rp 109.260.000,00 dan tahun kedua sampai tahun kesepuluh sebesar Rp 112.522.500,00. Selanjutnya, untuk mi kering tahun pertama sebesar Rp 4.233.000,00 dan tahun kedua sampai tahun kesepuluh sebesar Rp 4.352.000,00.

2. Analisis pengeluaran

a. Biaya investasi terdiri atas tanah, bangunan, peralatan dan perlengkapan, perizinan usaha, dan kendaraan. Biaya investasi yang dikeluarkan sebesar Rp 86.408.047,00.

b. Biaya operasional

Biaya operasional terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap pada tahun ke-1 sebesar

Rp66.953.781,00 selanjutnya untuk tahun ke-2 sampai tahun ke-10 sebesar Rp83.588.781,00. Biaya variabel yang pada tahun ke-1 untuk mi basah sebesar Rp18.278.030,00 dan mi kering sebesar Rp1.161.095,00. Untuk biaya variabel tahun ke-2 sampai tahun ke-10 mi basah sebesar Rp18.860.315,00 dan mi kering sebesar Rp1.357.960,00.

c. Analisis laporan laba rugi

Laporan laba rugi digunakan sebagai perbandingan antara pendapatan terhadap pengeluaran untuk menentukan laba atau rugi di suatu usaha (Najmudin, 2011:71). Laporan dibuat untuk mengetahui jumlah pendapatan dan biaya yang dikeluarkan sehingga dapat diketahui perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian pada periode tertentu. Laba bersih setelah pajak pada tahun ke-1 dengan asumsi penjualan dilakukan selama 9 bulan sebesar Rp. 26.964.593,00 selanjutnya laba bersih setelah pajak pada tahun ke-2 sampai tahun ke-10 dengan asumsi penjualan dilakukan selama 12 bulan sebesar Rp 13.002.106,00.

d. Analisis kelayakan bisnis

- e. Kelayakan bisnis yang akan atau telah didirikan dapat diukur dengan beberapa kriteria yaitu manfaat (*benefit*) maupun biaya (*cost*) dinyatakan dengan nilai sekarang (*present value*). Kriteria investasi yang digunakan yaitu *Net present value (NPV)*, *Gross B/C*, *Net B/C*, *IRR*, dan *payback period (PP)*.
- Net present value (NPV)* diperoleh dari perhitungan analisis arus kas (*cash flow*) sebesar Rp. 97.707.967,00. *Net present value (NPV)* diperoleh lebih besar dari 0 artinya bisnis produk mibuga layak dijalankan.
 - Gross B/C* diperoleh 1,11 sehingga produk mibuga layak untuk dijalankan. Nilai tersebut memiliki arti bahwa setiap satu satuan biaya sebesar Rp1 yang dikeluarkan menghasilkan manfaat kotor sebesar Rp 1,11.
 - Net B/C* diperoleh 3,03 artinya bahwa setiap satu satuan biaya sebesar Rp1 yang dikeluarkan menghasilkan manfaat bersih sebesar Rp3,03 artinya bisnis produk mibuga layak dijalankan.
 - IRR* diperoleh dari perhitungan analisis arus kas (*cash flow*) sebesar 38,2 %. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat suku bunga yaitu 3,93 % sehingga produk mibuga layak untuk dijalankan.
- e) *Payback period (PP)* diperoleh dari perhitungan analisis arus kas (*cash flow*) sebesar 3 tahun 7 bulan. *Payback period (PP)* diperoleh memenuhi kriteria kelayakan investasi karena lebih kecil dari umur bisnis selama 10 tahun.
- f. Analisis *switching value*
 Analisis digunakan untuk mengetahui perubahan tertentu pada komponen penting dari bisnis yang dijalankan dalam satuan persentase. Analisis *switching value* dilakukan dua kondisi yaitu penurunan jumlah produksi dan kenaikan biaya variabel harga buah naga. Dalam perhitungan *switching value* faktor penurunan jumlah produksi sebesar 10,307 % dan kenaikan biaya variabel harga buah naga sebesar 250,598 %.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Matriks Internal Eksternal (IE) diperoleh posisi perusahaan pada kuadran V yaitu menjaga dan mempertahankan. Strategi yang dapat dilakukan yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk. Pengembangan

produk yang dilakukan yaitu pengolahan buah naga menjadi produk mi buah naga. Berdasarkan dari hasil aspek non finansial dan finansial pengembangan bisnis layak untuk dijalankan. Hasil kriteria investasi yaitu *Net Present Value (NPV)* sebesar Rp97.707.967,00, *NET B/C* 3,03; *Gross B/C* 1,11; *IRR* 38,2 %, dan *Payback period (PP)* selama 3 tahun 7 bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang. 2013. Luas Wilayah Menurut Klasifikasi Kemiringan Lereng di Kabupaten Subang. Subang: BPS.
- Analianasari, A., & Zaini, M. (2017). Pemanfaatan Jagung Manis Dan Kulit Buah Naga Untuk Olahan Mie Kering Kaya Nutrisi. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*. <https://doi.org/10.25181/jppt.v16i2.104>
- David FR. 2006. *Manajemen strategis*. Ed ke-10 Rahoyo S, editor. Jakarta: Penerbit salemba empat.
- Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Kasmir, J. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Revisi. Jakarta: Prenamedia Group.
- Kementerian Pertanian. (2019). *Direktori Perkembangan Konsumsi Pangan*. In *Badan Ketahanan Pangan*.
- Lena, A. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sembiring.
- Lenaini, I., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive*. 6(1), 33–39.
- Muas I, Nurawan A, Liferdi. 2016. *Budidaya Buah naga*. Bandung; BPTP.
- Najmudin. 2011. *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syariaiyah Modern*. ANDI, Yogyakarta
- Nisa, C., Winandi, R., & Tinaprilla, N. (2014). Analisis Kelayakan Investasi Penggemukan Sapi Potong (Kasus: Pt Catur Mitra Taruma, Kab. Bogor). *Forum Agribisnis*, 4(1), 35–52. <https://doi.org/10.29244/fagb.4.1.35-52>
- Nurmalina R, Sarianti T, Karyadi A. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis*. Ed ke-3 Kurniawan MC, editor. Bogor: Percetakan IPB.
- Analianasari, A., & Zaini, M. (2017). Pemanfaatan Jagung Manis Dan Kulit Buah Naga Untuk Olahan Mie Kering Kaya Nutrisi. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*. <https://doi.org/10.25181/jppt.v16i2.104>
- Pitaloka, D. (2019). *Potensi, Pengembangan*

- dan Tantangan. *Jurnal Teknologi Terapan*, 1(1):1-4.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53.
<https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sulastrri, L. (2016). Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha. In *LaGood's*.
- T. Kodong, H. Sabijono, M. Kalalo. (2019). Analisis Pengakuan Pendapatan Dan Beban Dalam Penyajian Laporan Laba Rugi Pada PT Sederhana Karya Jaya. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
<https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.25091>
- Tiwa, F., Walangitan, D., & Sibi, M. (2016). Evaluasi kelayakan proyek berdasarkan analisis kriteria investasi. *Sipil Statik*, 4(9), 577-583.
- Tjiptono, F., G. Chandra & D. Adriana. 2007. *Pemasaran Strategik* : Yogyakarta: Andi Fandy, 2008
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kenca